

**MANAJEMEN *PUBLIC RELATION* DALAM MENINGKATKAN
MINAT MASYARAKAT PADA MAN REJANG LEBONG**

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Magister Pendidikan (M.Pd)
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

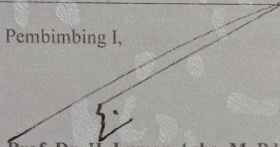
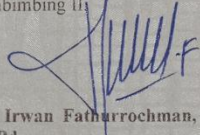



Oleh

**NUR KASANAH
NIM 22861014**

**PROGRAM MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
2024**

PERSETUJUAN
PEMBIMBING UJIAN TESIS

Nama : Nur Kasanah NIM : 22861014 Judul : <i>Manajemen Public Relation</i> dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong	
Pembimbing I,  Prof. Dr. H. Luman Asha, M. Pd. I. NIP 19590929 199201 1 001	Curup, 15 Juli 2024 Pembimbing II  Dr. Irwan Fatharrochman, S. Pd. I., M. Pd. NIP 19840826 200912 1 008
Curup, 15 Juli 2024 Mengetahui: Penanggung Jawab Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI).  Dr. H. Abdul Rahman, S.Ag., M.Pd NIP 19720704 200003 1 004	



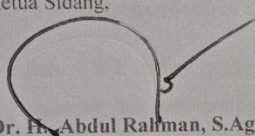
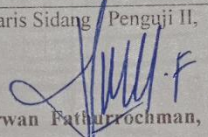
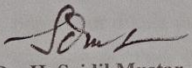
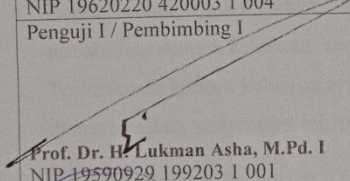
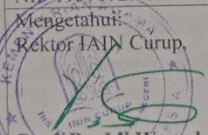

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
Jl. Dr. Ak. Gani No. 1 Kontak Pos 10 Telp (0732) 21010 Curup 38113

HALAMAN PENGESAHAN

No.: 482../In.34/PCS/PP.00.9/07../2024

Tesis yang berjudul "Manajemen *Public Relation* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Pascasarjana IAIN Curup telah diuji dan dinyatakan LULUS pada tanggal 10 Juli 2024 serta sudah diperbaiki sesuai dengan permintaan tim penguji dalam ujian tesis.

Curup, 15 Juli 2024

Ketua Sidang,  Dr. H. Abdul Rahman, S.Ag., M.Pd. NIP 19720704 200003 1 004	Sekretaris Sidang / Penguji II,  Dr. Irwan Fathurochman, S. Pd. I., M. Pd. NIP 19840826 200912 1 008 Curup, 15 Juli 2024
Penguji Utama,  Dr. H. Saidil Mustar, M. Pd. NIP 19620220 420003 1 004	Curup, 15 Juli 2024
Penguji I / Pembimbing I  Prof. Dr. H. Lukman Asha, M.Pd. I NIP 19590929 199203 1 001	Curup, 15 Juli 2024
Mengetahui: Rektor IAIN Curup,  Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd. I NIP 19750415 200501 1 009	Direktur Pascasarjana IAIN Curup,  Prof. Dr. H. Hamengkubuwono, M.Pd NIP 19650826 199903 1 001

PERSEMBAHAN



Alhamdulillah rabbil'alamiin...

Perjuangan mengarungi samudra hidup kulalui langkah demi langkah

Satu langkah telah usai

Tiada kata yang indah yang terlontar dari lisan seorang hamba kecuali rasa syukur akan kehadiran Allah SWT.

Mahakarya ini ku persembahkan kepada :

1. Allah SWT sang maha Agung. Yang selalu membeikan kekuatan, kesabaran, dan rasa kasih sayang kepada seluruh hamba-Nya.
2. Kedua orang tuaku, Bapak Amir Saparudin dan Ibu Sunaimah, terutama ibu yang selalu menjadi pengobat luka, penyemangat dikala durja, penghibur dikala duka, mengingatkan dikala khilaf. Engkau segalanya, tak terbalaskan. Dan seorang yang tak kalah akan gerahnya dunia, seorang Bapak untuk anak-anaknya, tak teruapkan dengan kata, bijak, tak terbalaskan dengan kebaikan. Terimakasih Bapak dan Ibu.
3. Terimakasih kepada keluarga ayuk dan adik yang telah mensupport untuk menyelesaikan mahakarya ini, mari kita realisasikan mimpi-mimpi besar kita.
4. Rekan seperjuangan sahabat juga keluarga MPI Mahasiswa Angkatan 2022 Pascasarjanah IAIN Curup.

MOTTO

“Sabar paling dalam adalah diam, ketika kita diam maka tidak akan terucap kata kotor”

-Nur Kसानah-

ABSTRAK

Nur Kasanah, NIM 22861014, **Manajemen *Public Relation* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada Man Rejang Lebong**, tesis, Program Pascasarjana IAIN Curup, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), 2024.142 halaman.

Penelitian ini membahas tentang manajemen public relations dalam meningkatkan minat masyarakat pada Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Rejang Lebong. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya manajemen *public relations* di lembaga pendidikan untuk menciptakan hubungan baik dan saling pengertian antara sekolah dan masyarakat. Hal ini penting karena semakin kritisnya masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan di era globalisasi saat ini. Manajemen *public relations* sekolah sebagai mediator dan membantu organisasi dalam mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan semua pihak pemangku kepentingan. Penelitian manajemen *public relation* ini bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menyekolahkan anaknya di MAN Rejang Lebong.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik penentuan Sumber Data menggunakan Teknik (*Snowball sampling*) teknik pengambilan sample sumber data secara terus menerus hingga jumlah sampel yang diinginkan terpenuhi. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah Kepala Sekolah MAN Rejang Lebong, Wakil Bidang Humas, dan juga guru yang ada di MAN Rejang Lebong tersebut. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu reduksi data dan penyajian data, serta teknik analisis triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen public relations di MAN Rejang Lebong telah dilakukan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan humas. Kegiatan humas tersebut bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat pada MAN Rejang Lebong, antara lain melalui publikasi prestasi sekolah, keterlibatan orang tua dan masyarakat dalam kegiatan sekolah, serta membangun citra positif sekolah di masyarakat. Upaya-upaya tersebut terbukti efektif dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menyekolahkan anak-anak mereka di MAN Rejang Lebong. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan implementasi manajemen public relations di MAN Rejang Lebong dalam meningkatkan minat masyarakat.

Kata Kunci: Manajemen *Public Relations*, dan Minat Masyarakat.

ABSTRACT

*Nur Kasanah, Student ID 22861014, **Public Relation Management in Increasing Community Interest in Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Rejang Lebong**, thesis, Postgraduate Program of IAIN Curup, Islamic Education Management Study Program (MPI), 2024, 148 pages.*

This research discusses the management of public relations in increasing community interest in Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Rejang Lebong. The background of this research is the importance of public relations management in educational institutions to create good relationships and mutual understanding between schools and the community. This is important because the community is becoming more critical in choosing educational institutions in the current era of globalization. School public relations management acts as a mediator and helps organizations in developing and maintaining good relationships with all stakeholders. This public relations management research aims to increase the community's interest in sending their children to MAN Rejang Lebong.

The type of research used is qualitative research with a phenomenological approach. The technique of determining data sources uses the snowball sampling technique, where the sample of data sources is continuously obtained until the desired number of samples is met. The subjects in this study were the Principal of MAN Rejang Lebong, the Public Relations Division, and teachers at MAN Rejang Lebong. Data collection techniques used were observation, interviews, and documentation. The data analysis techniques used were data reduction, data presentation, and triangulation analysis.

The results showed that the implementation of public relations management at MAN Rejang Lebong has been carried out through planning, organizing, implementing, and evaluating public relations activities. These public relations activities aim to increase the community's interest in MAN Rejang Lebong, including through the publication of school achievements, the involvement of parents and the community in school activities, and building a positive image of the school in the community. These efforts have proven effective in increasing the community's interest in sending their children to MAN Rejang Lebong. The purpose of this research is to describe the implementation of public relations management at MAN Rejang Lebong in increasing community interest.

Keywords: *Public Relations Management, Community Interest.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Assalamu'alaykum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Hirabbil'alamiin. Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya berupa kesehatan, kesempatan, kekuatan dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul Manajemen *Public Relations* dalam meningkatkan minat masyarakat pada MAN 1 Rejang Lebong. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada kekasih Allah baginda Nabi Muhammad SAW. Semoga dengan bershalawat kita akan mendapat syafa'at beliau di yaumul akhir. Aamiin Ya Rabbal'alamiin.

Dalam proses penyusunan Tesis ini penulis banyak mendapat bantuan, saran dan informasi yang penulis sangat butuhkan, sehingga penulisan laporan penelitian dapat terselesaikan. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M. Pd.I, selaku Rektor IAIN Curup.
2. Bapak Prof. Dr. H. Hamengkubuwono, M. Pd., selaku Direktur Pascasarjanah IAIN Curup.
3. Bapak Dr. H. Abdul Rahman, S. Ag., M. Pd., selaku Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjanah (S2) IAIN Curup.

4. Bapak Prof. Dr. H. Lukman Asha, M. Pd.I., sebagai pembimbing I dan Dr. Irwan Fathurrochman, M. Pd. I, sebagai pembimbing II yang telah banyak memberikan semangat dan motivasi dalam penulisan Tesis ini.
5. Rekan seperjuangan mahasiswa/i Magister Manajemen Pendidikan Islam dan semua pihak yang telah membaantu dalam penulisan tesis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam penulisan Tesis ini, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun, sehingga memperbaiki serta meningkatkan kualitas karya-karya selanjutnya. Semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Curup, 03 Juli 2024
Penulis,

Nur Kasanah
NIM 22861014

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Pertanyaan Penelitian	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian	10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen <i>Public Relation</i>	12
B. Konsep Manajemen Public Relation dalam Lembaga Pendidikan	16
C. Manajemen Public Relation: Sebuah Perencanaan, Pelaksanaan dan Evaluasi	23
D. Minat Masyarakat: Bentuk Dukungan dan Kepercayaan terhadap Lembaga pendidikan	37
E. Minat Masyarakat dalam Menyekolahkan Anaknya di MAN Rejang Lebong	41
F. Penelitian Relevan	43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	45
B. Subjek Penelitian	46
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
D. Sumber Data	47
1. Data Primer	48
2. Data Skunder	48
E. Teknik Pengumpulan Data	48
1. Wawancara	49
2. Dokumentasi	50
3. Observasi	51
F. Teknik Analisis Data	51
G. Kreadibilitas Penelitian	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum MAN Rejang Lebong	57
1. Sejarah Singat MAN Rejang Lebong.....	57
2. Visi, Misi MAN Rejang Lebong.....	58
3. Struktur Organisasi MAN Rejang Lebong	58
4. Jumlah Personil Pendidik dan Tenaga Pendidik	59
5. Struktur Organisasi Tata Usaha MAN Rejang Lebong	60
6. Jumlah Siswa atau Grafik Siswa Pertahun	61
7. Sarana dan Prasarana	62
8. Program Kerja Wakil Madrasah Bidang Humas	63
9. Egiatan Eskstrakurkuler.....	63
B. Manajemen <i>Public Relation</i> dalam Meningkatkan Minat Masyarakat terhadap MAN Rejang Lebong	68
1. Perencanaan <i>Public Relation</i> dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong	68
2. Pelaksanaan <i>Public Relation</i> dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong	83

3. Evaluasi <i>Public Relation</i> dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong	89
C. Pembahasan	96
1. Perencanaan <i>Public Relation</i> dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong	96
2. Pelaksanaan <i>Public Relation</i> dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong	118
3. Evaluasi <i>Public Relation</i> dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong	130

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	150
B. Implikasi	152

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIOGRAFI PENELITI

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman tranlittrasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Materi Agama dan Materi Pendidikan dan Kebudayaan R. I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

Daftar huruf bahasa Arab dan traslitrasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ṣa'	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	Ḥa'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	Ka dan Ha
د	dal	d	De
ذ	zal	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	Sy	Es dan Ye
ص	sad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	gain	g	Ge
ف	fa'	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wawu	w	We
ه	ha'	h	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	y	Ye

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Kepala Madarasah sejak 1958-sekarang	58
Tabel 4. 2 Data Guru MAN Rejang Lebong	60
Table 4. 3 Data Pegawai MAN Rejang Lebong	62
Table 4. 4 Data Penerimaan Siswa Baru MAN Rejang Lebong	62
Table 4. 5 Sarana dan Prasarana MAN Rejang Lebong	63

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Model Data Interaktif Milles dan Huberman.....	54
Bagan 4. 1 Organisasi dan Tupoksi Humas MAN Rejang Lebong	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Dewan Guru MAN Rejang Lebong	59
Gambar 4.2 Struktur organisasi tata usaha MAN Rejang Lebong	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Manajemen merupakan hal penting yang harus diprioritaskan dalam suatu lembaga pendidikan demi kelancaran proses pendidikan. Manajemen hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan atau sering dikenal dengan *Public Relations* adalah penerapan humas dalam pendidikan, khususnya upaya organisasi untuk mengelola hubungannya dengan bisnis atau dengan publik guna mencapai tujuan organisasi. ***Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Sehingga pengertian *Public Relations* di sini sebagai suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai upaya kampanye yang berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.**¹

Manajemen *public relation* merupakan elemen yang harus ada karena memiliki peranan penting dalam suatu sekolah. Bagi sekolah yang unggul dan memiliki para *stakeholder* yang handal dan berkualitas serta manajemen yang bagus akan menjadi hal yang tak begitu mengejutkan.

¹ Mardhiah, A. Eksistensi *Public Relations* (Hubungan Masyarakat) pada suatu Perusahaan (Suatu Tinjauan *Public Relations* dalam Perspektif Komunikasi), Jurnal Aplikasi Manajemen; Vol. 6, No 2 (2020), 91 - 98

Namun, sebaliknya bagi sekolah yang memiliki manajemen yang kurang baik dan *stakeholder* yang kurang berkualitas tentu ini menjadi sebuah ancaman ataupun hambatan. Maka dengan itu suatu sekolah perlu memperbaiki, mempertahankan dan meningkatkan manajemen sekolah, salah satunya manajemen *public relation* atau lebih dikenal manajemen humas. Manajemen humas merupakan suatu pengelolaan yang berisikan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan untuk menciptakan pengembangan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang bertujuan memungkinkan orang tua dan masyarakat berpartisipasi aktif dan penuh arti di dalam kegiatan pendidikan disekolah. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diartikan bahwa dalam pelaksanaan manajemen humas, orang tua dan masyarakat sekitar sekolah berpartisipasi aktif dalam menunjang kelancaran proses pendidikan.²

Persaingan antar lembaga pendidikan di era globalisasi ini ditambah dengan semakin kritisnya masyarakat membuat lembaga pendidikan perlu memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat selaku *stakeholder*. Lembaga pendidikan tidak menarik siswa, kalau tidak ada informasi mengenai lembaga pendidikan tersebut. Selanjutnya dukungan pihak eksternal sekolah terhadap program sekolahnya dapat terjadi apabila terdapat informasi tentang sekolah yang disampaikan dengan baik berkaitan dengan kemajuan dan

² Nasution, D. R., Sernal, S., & Zen, W. L. Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Orang Tua Peserta Didik Di Sma Negeri 5 Padang. *Produ: Prokurasi Edukasi Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*; Vol. 4, No 2 (2022), 45-46

prestasi siswa, perkembangan baru dalam kurikulum maupun proses. Manajemen humas dalam pendidikan merupakan mediator dan membantu organisasi dalam mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan semua pihak dan semua pemangku kepentingan yang ada. Fungsi tersebut harus membangun komunikasi yang efektif dengan mereka. Secara sederhana humas dapat diibaratkan sebagai penyampaian segala informasi, dan di dalam lingkungan pendidikan tentu saja memerlukan hubungan masyarakat agar terjalin komunikasi antara pihak sekolah dan masyarakat.³

Hal ini berimplikasi pada munculnya dinamika pola pikir masyarakat menjadi lebih kritis dalam memilih lembaga pendidikan. Hal tersebut menjadi ancaman (*threat*) besar bagi setiap lembaga pendidikan untuk selalu merubah dan memperbaiki citranya menjadi positif di mata masyarakat. Kehadiran lembaga pendidikan Islam di tengah masyarakat telah memberikan kontribusi logis yang mengacu pada nilai-nilai ilmiah. Sehingga, masyarakat akan lebih cerdas dalam menjalani roda kehidupan, atas dasar itulah masyarakat mulai berfikir cerdas dalam memilih lembaga pendidikan.⁴

³ Nurul Novitasari. Dkk. Peran Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di TK Dharma Wanita Singgahan Tuban TP. 2021/2022. *Journal of Early Childhood Education and Development*. Vol. 4, No. 2. (2022), 130

⁴ Sri Ambarwati Cahyaningrum. Strategi *Public Relation* dalam Mengembangkan Citra Lembaga Madrasah di MAN 2 Ponorogo. *Journal of Islamic Education Management*. Vol. 3 No. 1 (2022), 124

Masyarakat harusnya mampu bersikap kritis dan selektif dalam memilih sekolah untuk pendidikan anak, hal itu dapat menjadi penyebab timbulnya persaingan antar lembaga pendidikan. Oleh karena itu, hubungan sekolah masyarakat penting untuk menjaga dan meningkatkan citra sekolah yang dapat membentuk reputasi yang baik. Semakin kritis dan selektifnya orang tua dalam memilih pendidikan bagi anak terutama pada masa sekarang perlu menjadi perhatian bagi sekolah, terutama ketika sekolah dihadapkan dengan tantangan untuk tetap menjaga reputasinya.⁵

Pada observasi awal yang dilakukan di MAN Rejang Lebong pada Oktober 2023 bahwa permasalahan yang harus dihadapi dalam upaya meningkatkan minat masyarakat, salah satu tantangan utama dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Masyarakat saat ini cenderung lebih kritis dan selektif dalam menaruh kepercayaan, sehingga public relations harus bekerja ekstra keras untuk meyakinkan mereka melalui komunikasi yang transparan dan konsisten. Selain itu, menjaga reputasi sekolah juga menjadi perhatian utama, mengingat era digital yang membuat informasi menyebar dengan cepat. *Public relations* harus sigap dalam mengelola isu-isu dan krisis yang dapat merusak reputasi, serta proaktif dalam memperbaiki citra sekolah di mata masyarakat.

⁵ Masduki Ahmad. Manajemen Hubungan Sekolah Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Improvement* Vol. 8 No. 2 (2021), 56

Secara empirik, *public relations* sendiri juga dihadapkan pada tantangan dalam menyesuaikan strategi komunikasi dengan preferensi dan perilaku masyarakat yang terus berubah. Kehadiran media sosial, misalnya, telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi informasi dan berinteraksi. Public relations harus mampu beradaptasi dengan cepat dan mengoptimalkan penggunaan saluran komunikasi yang relevan untuk menjangkau masyarakat secara efektif.

Selain itu, public relations juga perlu menghadapi tantangan dalam membangun kemitraan yang solid dengan pemangku kepentingan lainnya, seperti media, pemerintah, dan organisasi mitra. Kolaborasi yang efektif dengan pihak-pihak ini dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas MAN Rejang Lebong di mata masyarakat. Dengan memahami dan mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, manajemen public relations dapat menyusun strategi yang komprehensif untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah lewat strategi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi manajemen public relation. Hal ini akan memberikan dampak positif bagi keberlangsungan dan pertumbuhan di MAN Rejang Lebong dalam jangka panjang.

Hubungan lembaga pendidikan dan masyarakat perlu dikelola. Pengelolaan ini merupakan proses mengelola komunikasi terkait keikutsertaan anggota komunitas sekolah dalam pelaksanaan fungsi manajemen. Pengelolaan hubungan masyarakat menjadikan masyarakat tidak hanya sebagai perangkat tetapi juga sebagai bagian dari aktivitas

yang dilakukan sekolah. Masyarakat juga akan memiliki kesadaran bahwa ketika mereka tidak berpartisipasi dalam aktivitas sekolah, mereka tidak dapat mengontrol kebijakan sekolah yang ada.⁶

Bila dikaitkan dengan pembentukan citra lembaga pendidikan Islam maka kegiatan *public relation* tidak bisa terlepas dari kegiatan pembentukan opini, *marketing* maupun publikasi madrasah. Dengan tujuan untuk mengenalkan lembaga pendidikan kepada masyarakat luas sehingga mampu menarik minat pelanggan ataupun konsumen untuk menggunakan layanan atau jasa yang ditawarkan. Maka, lembaga pendidikan Islam harus mampu menyusun serangkaian program *public relation* terkait unsur-unsur tersebut dengan memfungsikan manajemen yang baik.⁷

Tujuan dari adanya hubungan sekolah dan masyarakat tersebut adalah untuk memajukan kesejahteraan masyarakat, mendapatkan bantuan sekolah dalam memecahkan permasalahan dalam masyarakat, dapat memberikan kecocokan antara program sekolah dengan kebutuhan masyarakat, serta mendapatkan kembali anggota-anggota masyarakat yang berdedikasi tinggi.⁸

Sesuai dalam Firman Allah Surat Al-Maidah ayat 2:

⁶Diah Ayu Prabandari dkk. Strategi Humas Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*. Vol. 3 No 2, (2021), 180

⁷ Irma Indriani & Syamsudin. Manajemen *public relation* dan strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra lembaga. *Journal of Educational Management and Leadership*. Vol. 01, Issue 01, (2023), 107-108

⁸ Indriani, D., Budi Wiyono, B., & Yusuf Sobri, A.. Manajemen Hubungan Sekolah Dan Masyarakat Berbasis Islam. *JAMP : Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*; Vol. 1, No 2 (2018): Volume 1 No 2 Juni 2018, 180

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (QS. Al-Maidah : 2).

Berdasarkan potongan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam manajemen *public relations* juga membutuhkan kerja sama dan memelihara saling pengertian terhadap organisasi dan publik, agar lembaga sekolah tetap bersinergi untuk memberdayakan sumber daya manusia yang ada untuk menjalankan proses pendidikan berjalan dengan efektif dan efisien sesuai dengan tujuan yang ditetapkan bersama oleh lembaga sekolah.

Pengelolaan humas lembaga pendidikan berfokus pada kegiatan yang membantu lembaga pendidikan dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah terkait kehumasan seperti bagaimana mempromosikan lembaganya kepada masyarakat agar masyarakat percaya dan yakin menyekolahkan anaknya di lembaga tersebut. Di sini tergambar bahwa manajer humas mempunyai peran sebagai konsultan, fasilitator komunikasi, dan fasilitator pemecah masalah.⁹

Ada yang menarik ketika melihat kondisi di MAN Rejang Lebong terkait manajemen hubungan masyarakatnya (*public relations*) yang lebih akrab dikenal dengan sebutan Hubungan Masyarakat (HUMAS). Dengan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi rutin serta pengawasan dari kepala madrasah yang baik ternyata manajemen Humas yang langsung

⁹ Juhji dkk. Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan. Cetakan Pertama. (Bandung: Widina Bhakti Prasada Bandung, 2020), 2

dikendalikan oleh Wakil Kepala Madrasah bidang Hubungan Masyarakat menjadi promotor bagi minat masyarakat dan peserta didik untuk sekolah di MAN Rejang Lebong.

Berdasarkan tinjauan awal peneliti di MAN Rejang Lebong mengalami peningkatan grafik dalam hal minat masyarakat terhadap madrasah. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah peserta didik setiap tahunnya, antusias para wali siswa terhadap kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan pihak madrasah, dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah yang lebih baik lagi.

Wakil Kepala Bidang Hubungan Masyarakat (HUMAS) ternyata memang melaksanakan fungsi manajerial yang rapi, sehingga dari perencanaan, pelaksanaan program dan evaluasi dapat dirasakan dampaknya terhadap minat masyarakat kepada madrasah. Hal ini lah yang membuat MAN Rejang Lebong menjadi tumpuan bagi para orang tua dan masyarakat dalam mempercayai untuk memberikan pendidikan kepada anak-anaknya.

Dari hasil tinjauan di atas dapat dipahami bahwa komunikasi yang dilakukan oleh waka humas di MAN Rejang Lebong memberikan kontribusi positif terhadap kebutuhan masyarakat, sehingga masyarakat terpenuhi kebutuhannya. jadi, dalam hubungan masyarakat MAN Rejang Lebong mempunyai manajemen tertentu dalam upaya meningkatkan minat masyarakat dalam lembaga pendidikan, melalui pendekatan-pendekatan dalam *Public Relation* serta kerjasama yang baik. Sehingga terjadi

hubungan timbal balik antara madrasah dengan masyarakat yang saling menguntungkan. Dari uraian di atas peneliti melakukan penelitian mengenai Manajemen *Public Relation* dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat pada Lembaga Pendidikan serta dampaknya terhadap minat masyarakat pada lembaga pendidikan. Betapa pentingnya Manajemen *Public Relation* dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan di MAN Rejang Lebong adalah yang melatarbelakangi penelitian ini. Maka, atas dasar latar belakang di atas peneliti mengadakan penelitian dengan judul “**Manajemen *Public Relation* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini difokuskan pada:

- a. Manajemen *public relations* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MAN Rejang Lebong meliputi, proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi *public relations* berdasarkan segi minat masyarakatnya.
- b. Minat Masyarakat untuk menyekolahkan anak di MAN Rejang Lebong.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada klatar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka terdapat beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan *public relations* dalam meningkatkan minat masyarakat pada MAN Rejang Lebong?
2. Bagaimana pelaksanaan *public relations* dalam meningkatkan minat masyarakat pada MAN Rejang Lebong?
3. Bagaimana evaluasi *public relations* dalam meningkatkan minat masyarakat pada MAN Rejang Lebong.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis perencanaan *public relations* dalam meningkatkan minat masyarakat pada MAN Rejang Lebong.
2. Untuk menganalisis pelaksanaan *public relations* dalam meningkatkan minat masyarakat pada MAN Rejang Lebong.
3. Untuk menganalisis evaluasi *public relations* dalam meningkatkan minat masyarakat pada MAN Rejang Lebong.

E. Kegunaan Penelitian

Dengan melakukan penelitian yang berjudul Manajemen *Public Relation* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong, peneliti berharap dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi stimulus tambahan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan

Manajemen pada umumnya dan Manajemen *Public Relation* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan sebagai tambahan ilmu pengetahuan tentang Manajemen *Public Relation* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong dan sebagai pengaplikasi ilmu yang telah di dapat serta dapat berfikir secara kritis dan sistematis dalam memecahkan masalah.
- b. Bagi lembaga yang diteliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan evaluasi bagi pihak sekolah dalam memperluas *Public Relation* Pada Lembaga Pendidikan agar lebih baik lagi.
- c. Bagi IAIN Curup, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi kepustakaan yang terkait dengan Manajemen *Public Relation* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen *Public Relation*

Secara umum, pemahaman manajemen merupakan proses yang sistematis yang terdiri dari pelaksanaan fungsi-fungsi dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pendayagunaan sumber daya yang dimiliki baik itu berupa manusia maupun sumber daya non manusia lainnya.¹ Terry menyatakan bahwa manajemen adalah proses yang unik yang terdiri dari tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerak, dan pengawasan. Semua tindakan ini dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan dengan menggunakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.²

Menurut James F. Stoner dalam Handoko, menjelaskan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan para anggota dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.³ Namun, menurut Darmono, manajemen adalah proses mengoptimalkan kontribusi manusia, material, dan anggaran untuk mencapai tujuan organisasi.⁴ Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat dipahami bahwa manajemen adalah serangkaian tindakan

¹ Samsuni Samsuni, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Al-Falah: Jurnal Ilmiah Keislaman dan Kemasyarakatan 17, no. 1 (March 1, 2017): 105, accessed February 20, (2019), 19

² Terry, George R, *Asas-Asas Manajemen*, Terj. Winardi, (Bandung: PT Alumni, 2006), 4

³ T. Hani Handoko, *Manajemen: Edisi 2*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta2001), 8

⁴ Darmono, *Manajemen Dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah*, (Jakarta: PT Gramedia, 2001), 14

yang dilakukan untuk mengelola sumber daya manusia dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan organisasi.

"Hubungan Masyarakat (Humas)" adalah definisi umum dari *public relations*.⁵ Hubungan masyarakat pada dasarnya merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan setiap organisasi, sebagai mana dengan lembaga pendidikan. Public Relations, di lembaga pendidikan pada umumnya disebut hubungan masyarakat (humas).

Berdasarkan kesepakatan di Mexico, para ahli *public relations* (PR) adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial. Menurut Rosady Ruslan, PR adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat digunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi hasilnya, memberikan saran kepada para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang direncanakan untuk kegiatan yang bermanfaat bagi kepentingan organisasi.⁶

Menurut Cristian dalam Soleh dan Elvinaro, hubungan masyarakat adalah usaha yang secara sadar memotivasi orang untuk mempengaruhi orang lain, terutama melalui komunikasi, untuk menumbuhkan pikiran yang sehat tentang suatu organisasi, memberi rasa hormat, mendukung, dan bertahan dengan berbagai kesulitan dan tantangan.⁷ Frank Jefkins menjelaskan *public relations* sebagai semua jenis komunikasi yang direncanakan, baik internal maupun eksternal, antara suatu organisasi dan

⁵ Rahmat Kriyantono, *Public Relation Writing*, (Jakarta: Kencana, 2012), 3

⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 17

⁷ Soleh Sumatri dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: Remaja Rosadakarya, 2006), 17

semua khalayaknya untuk mencapai tujuan tertentu yang berbasis pada pemahaman satu sama lain.⁸

Edward L. Beranys menyatakan bahwa *“Public relations is an implementing factor in the many and varied competitive battles for public support in our country. Political parties use it when they compete for the public vote, and so do labor unions when they compete for membership and jurisdiction. Management competes with management, industry with industry, company and company, product and product”*.⁹

Oleh sebab itu Hubungan masyarakat yang dikenal sebagai public relations, adalah semua jenis komunikasi yang dilakukan secara sadar, sengaja, dan terencana baik ke dalam maupun keluar antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan tertentu yang berbasis pada saling memahami. Ini memungkinkan organisasi untuk meminta dukungan untuk menjalankan kegiatan dan programnya.

Berdasarkan penjelasan di atas terkait manajemen dan *public relation* (atau HUMAS: hubungan masyarakat) dapat diperoleh pengertian manajemen public relations adalah pengorganisasian komunikasi ke dalam bagian atau divisi tertentu organisasi. Manajemen humas adalah tindakan sistematis yang secara resmi direncanakan dan dijalankan untuk membentuk serta meningkatkan citra yang optimal bagi sebuah entitas seperti lembaga, organisasi, perusahaan, atau produknya di mata masyarakat, yang memiliki potensi untuk memengaruhi perkembangan

⁸ Frank Jefkins, *Public Relation*, (Jakarta: Gelora Aksar 1998), 10

⁹ Edward L. Beranys, *Public Relation*, (University of Oklahoma: University of Oklahoma Press 2019), 6

dan kemajuan entitas tersebut. Oleh karena itu, pelaksanaan manajemen humas harus dilaksanakan secara efektif.

Oleh karena itu, jelas bahwa manajemen humas adalah proses komunikasi yang diorganisasikan yang bertujuan untuk menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik tentang suatu organisasi, perusahaan, lembaga, atau produk terhadap masyarakat. Pelaksanaan yang efektif dari manajemen humas ini dapat berdampak pada kemajuan organisasi.

Dalam mencapai sebuah tujuan manajemen hubungan masyarakat (Humas), dengan indikator adalah ukuran yang digunakan untuk mengukur berbagai aspek program Humas, tingkat pemahaman publik, tingkat kepercayaan public, dan tingkat dukungan publik.

Berikut dapat dijabarkan beberapa indikator manajemen Humas yang dilakukan:

1. Tingkat kesadaran publik, adalah ukuran seberapa banyak orang yang mengetahui tentang organisasi atau perusahaan. Indikator ini dapat diukur dengan survey, wawancara, atau analisis media.
2. Tingkat pemahaman publik, adalah ukuran seberapa baik seseorang memahami organisasi atau perusahaan. Indikator ini dapat diukur dengan survei, wawancara, atau analisis media.
3. Tingkat kepercayaan publik, adalah ukuran seberapa besar orang mempercayai organisasi atau perusahaan. Indikator ini dapat diukur dengan survey, wawancara, atau analisis media.
4. Tingkat dukungan publik, adalah ukuran seberapa besar orang mendukung organisasi atau perusahaan. Indikator ini dapat diukur dengan survey, wawancara, atau analisis media.¹⁰

Jadi dapat di simpulkan bahwa dalam meningkatkan kepercayaan pada masyarakat memerlukan dukungan dari public dan para stakeholder yang terkait, agar peroses komunikasi yang diorganisasikan secara sistematis

¹⁰ Cutlip, S. M., Center, A. H., and Broom, G. M, *Effective Public Relations*, (Boston: Pearson, 2013), 10th ed, Lihat juga dalam Seitel, F. P., *The Practice of Public Relations*, (New York: Routledge, 2017), 12th ed

untuk membentuk dan meningkatkan citra yang optimal bagi MAN Rejang Lebong di mata masyarakat dan mengembangkan persepsi terbaik tentang entitas tersebut di mata publik.

B. Konsep Manajemen *Public Relations* dalam Lembaga Pendidikan

Kehadiran lingkungan pendidikan di lembaga pendidikan merupakan sesuatu yang sangat penting. Keduanya saling terkait erat dalam upaya mencapai tujuan-tujuan pendidikan yang diidamkan. Tidak dapat diabaikan bahwa lembaga pendidikan yang tidak mampu memenuhi harapan masyarakat berisiko mengalami isolasi atau, dengan kata lain, bisa berujung pada kepunahan lembaga, seiring dengan hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut.¹¹

Dalam kenyataannya, hubungan sekolah dan masyarakat sangat penting untuk pembinaan pertumbuhan dan perkembangan siswa di sekolah.¹² Ada kebutuhan edukatif dan psikologis yang sama untuk keduanya. Karena ada perubahan dalam pendidikan yang menekankan perkembangan pribadi dan sosial anak melalui pengalaman anak di bawah bimbingan guru, baik di luar maupun di dalam sekolah, hubungan antara sekolah dan masyarakat menjadi lebih penting dan berfungsi.

Renald Kasali, dikutip oleh Rosady Ruslan, menyatakan bahwa fungsi manajemen humas adalah menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik tentang suatu organisasi, lembaga, perusahaan, atau produk terhadap

¹¹ Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam, Konsep, Strategi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 140

¹² Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah: konsep strategi dan Implementasi*, (Bandung: Remaja Rosadakarya, 2003), 50

masyarakat; tindakan ini berdampak pada masa depan organisasi, lembaga, perusahaan, atau produk tersebut secara langsung atau tidak langsung.¹³

Humas adalah rangkaian yang khas antara sebuah organisasi dengan publiknya, atau dalam hal ini yaitu antara lembaga pendidikan dengan para warga yang berada di dalamnya (pendidik, peserta didik, dan tenaga kependidikan) beserta para warga dari luar lembaga (wali murid, masyarakat, institusi luar, komite sekolah, dll) untuk menunjang pendidikan agar lebih bermutu dan berkualitas.¹⁴

Public relations atau yang lebih kita kenal sebagai humas memiliki peran dalam sebuah lembaga terutama pendidikan, karena berhubungan dengan fungsi-fungsi manajemen maupun tujuan utama yang ada pada lembaga pendidikan. Fungsi yang paling mendasar tersebut merupakan proses untuk mencapai tujuan pokok dari sebuah lembaga yang pada umumnya berkaitan dengan pemanfaatan berbagai macam sumber daya yang dimiliki dan yang ada di lembaga tersebut.¹⁵

Hubungan masyarakat dibangun antara lembaga dan orang-orang di luarnya (seperti media, pemerintah, masyarakat, konsumen, dan lain-lain) berdasarkan pemahaman dan kepercayaan, dan dibangun melalui komunikasi dua arah untuk membangun hubungan yang baik dengan tujuan dan kepentingan bersama.

¹³ Rosady Ruslan, *Manajemen Publik Relation...*, 33

¹⁴ Ira Nur Harini and Karwanto, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah," *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 4, no. 4 (2014), 9

¹⁵ Muhammad Nur Hakim. *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus Di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto)*. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 4 No 1 Tahun (2019), 126

Tujuan humas sendiri bisa dirumuskan secara berbeda oleh setiap sekolah. Namun Sutisna memberikan penjelasan yang dikutip oleh Yosol Irianta bahwa tujuan humas adalah:

- 1. Mengembangkan pemahaman tentang maksud-maksud dan sasaran-sasaran dari sekolah.**
- 2. Menilai progam sekolah dalam kata-kata kebutuhan-kebutuhan yang terpenuhi.**
- 3. Mempersatukan orang tua murid dan guru-guru dalam memenuhi kebutuhan anak didik.**
- 4. Mengembangkan kesadaran tentang pentingnya pendidikan sekolah dalam era pembangunan.**
- 5. Membangun dan memelihara kepercayaan terhadap sekolah.**
- 6. Memberitahu masyarakat tentang pekerjaan sekolah.**
- 7. Mengerahkan bantuan dan dukungan bagi pemeliharaan dan peningkatan progam sekolah.¹⁶**

Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat (humas) dibangun antara suatu lembaga atau organisasi dengan pihak-pihak di luar lembaga tersebut, seperti media, pemerintah, masyarakat, dan konsumen. Hubungan ini didasarkan pada saling pemahaman dan kepercayaan, yang dibangun melalui komunikasi dua arah. Dengan demikian, manajemen humas yang efektif dapat memberikan dampak positif bagi kemajuan MAN Rejang Lebong .

Hampir semua jenis organisasi atau lembaga membutuhkan peran hubungan masyarakat (humas), atau *public relations*. Ini termasuk lembaga pendidikan, perusahaan komersial, industri, organisasi sosial budaya, dan pemerintahan. Secara umum, staf humas berada di antara ujung tombak organisasi. Humas sangat penting bagi sebuah organisasi untuk menjalin

¹⁶ Yosol Irianta, Manajemen Humas Sekolah (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013),

komunikasi dengan para stakeholder dan memberi tahu publik tentang visi, misi, tujuan, dan program organisasi.¹⁷

Public relations atau humas lembaga pendidikan dapat membantu menjaga citra lembaga tersebut. Namun, lembaga pendidikan masih belum memanfaatkan sepenuhnya peran humas dalam dunia pendidikan. Ini karena pelaksana dan pengelola lembaga tersebut tidak menyadari pentingnya peran humas. Dalam suatu organisasi atau perusahaan, humas sangat penting, terutama jika organisasi tersebut sering berinteraksi dengan khalayak luas.

Pada dasarnya, humas berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi, mengembangkan, mempertahankan, dan membangun hubungan yang baik sehingga perusahaan atau lembaga tersebut dipandang dengan baik. Karena rancangan komunikasi yang dibuat oleh humas akan mempengaruhi pencitraan dan reputasi organisasi maupun institusi pendidikan, humas diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi.¹⁸

Dalam dunia pendidikan, *public relations* adalah proses komunikasi dua arah yang direncanakan dan sistematis antara organisasi pendidikan dan lingkungan eksternalnya dengan tujuan menciptakan nilai, ketertarikan, pemahaman, dan dukungan bagi organisasi tersebut. Humas berfungsi sebagai sarana utama yang menghubungkan lingkungan internal organisasi atau lembaga dengan masyarakat umum. Humas juga disebut sebagai corong suatu lembaga yang bertugas menyebarkan informasi. Humas bertanggung jawab untuk mengembangkan komunikasi internal dan eksternal.

¹⁷ R. Kasali, *Manajemen Public Relations: Konsep & Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Utama, 2003), 48

¹⁸ U. O. Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi komunikologis*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), 39

Public relations memiliki ruang lingkup yang luas dan berpartisipasi aktif dalam urusan interen dan eksteren, membangun hubungan dengan masyarakat luas. Ini menunjukkan bahwa *public relations* memiliki banyak ruang gerak, yang akan membantu berkembangnya public relations dan lembaga tersebut. *Public relations* membangun komunikasi dua arah antara masyarakat dan lembaga.

Public relations sangat penting untuk membangun image positif lembaga.¹⁹ Humas lembaga pendidikan bertanggung jawab untuk memasarkan dan membangun reputasi yang baik, sehingga masyarakat percaya pada lembaga tersebut. Selain itu, humas juga bertanggung jawab untuk membangun dan mengelola hubungan yang baik dengan publik internal, termasuk *stakeholder*, karena hubungan yang baik dengan publik internal sangat penting untuk membangun dan menjaga lembaga pendidikan itu sendiri. Pada saat yang sama, humas juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa lembaga pendidikan itu sendiri harus mampu menjaga hubungan baik dan mendengarkan apa yang diinginkan masyarakat untuk mendapatkan kepercayaan mereka.

Public relations adalah salah satu pilar penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat; dengan kata lain, *public relations* juga berperan dalam membangun hubungan, terutama hubungan komunikasi, antara lembaga dan masyarakat luas. Oleh karena itu, *public relations* sangat menentukan perwajahan lembaga di mata masyarakat luas. Untuk itu, sangat penting bagi

¹⁹ L. Sinatra & R. Darmastuti, *Kajian Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Tengah*, Jurnal SCRIPTURA, 2008, 2 (2)

public relations untuk menguasai manajemen komunikasi dan memajukan citra lembaga.

Hubungan masyarakat biasanya tidak berjalan dengan baik tanpa adanya humas, yang kadang-kadang menyebabkan hubungan komunikasi yang kurang baik atau bahkan kehilangan komunikasi dengan masyarakat. Oleh karena itu, *public relations* sangat penting untuk bidang khusus manajemen hubungan masyarakat luas.

Dalam pendidikan, fungsi *public relations* adalah kumpulan tindakan yang dilakukan oleh organisasi untuk membangun hubungan yang positif dengan masyarakat atau pihak-pihak tertentu yang tidak terlibat dengan organisasi tersebut. Tujuan dari fungsi ini adalah untuk mendukung efisiensi dan efektivitas pelaksanaan kerja secara sukarela. Berikut uraian fungsi *public relations* secara lebih rinci:

1. Mengembangkan pemahaman publik tentang setiap aspek implementasi program pendidikan di sekolah.
2. Untuk dapat menetapkan tujuan pendidikan sekolahnya dan harapan masyarakat terhadapnya.
3. Untuk mendapatkan bantuan secukupnya dari komunitas kepada lembaganya, baik dalam hal materi, keuangan, maupun moral.
4. Meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap kualitas pendidikan.
5. Membantu masyarakat luas bekerja sama untuk menyelesaikan masalah pendidikan dan meningkatkan kerja sama sekolah-masyarakat.
6. Memperkuat tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat dalam mencapainya.
7. Meningkatkan keinginan masyarakat untuk membangun hubungan dengan sekolah.²⁰

Peningkatan hubungan masyarakat-sekolah bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup sekolah, meningkatkan kualitas

²⁰ Z. Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: UMM Pers, 2006, . 38

pendidikan di sekolah yang bersangkutan, mempercepat belajarmengajar, dan mendapatkan bantuan dan dukungan masyarakat luas yang diperlukan untuk menerapkan dan mengembangkan program sekolah.²¹

Public relations adalah bagian penting dari manajemen untuk menangani masalah global dan mengantisipasi kritik dari institusi pendidikan. Berkaitan dengan hal ini, fungsi *Public Relation* lainnya adalah sebagai berikut:

1. Mereka yang bekerja dalam bidang *public relations* memiliki kemampuan untuk mengatur komunikasi di bidang pendidikan baik secara langsung (secara pribadi) maupun secara tidak langsung (melalui media atau pers).
2. Menciptakan, dan mendukung kegiatan yang dilakukan dalam proses publikasi institusi pendidikan, di mana humas berfungsi untuk memasarkan atau mempromosikan institusi pendidikan.
3. Menjaga hubungan baik dengan masyarakat atau masyarakat intern untuk memperoleh kepercayaan masyarakat.

Setiap humas lembaga pendidikan harus berkomunikasi dengan masyarakat, atau publik luar, yang menjadi sasaran pengguna jasa lembaga pendidikan. Hal ini memainkan peran penting dalam membangun reputasi lembaga pendidikan yang baik. Proses komunikasi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman publik luar tentang apa dan bagaimana institusi pendidikan beroperasi, sehingga masyarakat dapat mengetahuinya. Selain itu, orang yang bekerja di bidang hubungan publik (humas) harus mampu memberikan kontribusinya dengan bertindak sebagai penghubung antara masyarakat (lingkungan eksternal) sebagai pengguna jasa dan lembaga sebagai penyedia jasa untuk menciptakan citra yang baik.

²¹ R. Ruslan, *Manajemen. Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), 38

Untuk mencapai tujuan *public relations*, salah satu alternatifnya adalah manajemen humas. Berikut adalah manajemen yang harus dilakukan:

1. Menentukan tujuan apa yang ingin dicapai oleh orang-orang yang mengelola lembaga pendidikan.
2. Public relations atau humas harus menentukan start.
3. Menyusun metode yang akan digunakan untuk menerapkan program perencanaan.
4. Menetapkan jadwal dan program kerja yang akan digunakan untuk menyelesaikan tugas yang telah direncanakan atau dijadwalkan.
5. Anggaran yang telah direncanakan serta sumber daya pendukung khusus dapat ditentukan oleh Public relation.

Jadi dapat di simpulkan bahwa Setiap lembaga pendidikan harus memiliki manajemen humas yang efektif untuk membangun hubungan dan komunikasi yang baik dengan masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan. Peran humas sangat penting dalam membangun reputasi dan citra positif lembaga pendidikan di mata masyarakat. Melalui komunikasi yang baik, humas berusaha meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kegiatan dan operasional lembaga pendidikan. Selain itu, humas juga berfungsi sebagai penghubung antara lembaga sebagai penyedia jasa dengan masyarakat sebagai pengguna jasa.

C. Manajemen Public Relations: Sebuah Perencanaan, Pelaksanaan dan Evaluasi

1. Perencanaan

Perencanaan berarti memilih dan menghubungkan pengetahuan, fakta, imajinasi, dan asumsi untuk masa depan dengan tujuan memvisualisasikan dan memformulasikan hasil yang diinginkan, urutan kegiatan yang diperlukan, dan perilaku dalam batas-batas yang dapat diterima yang akan

digunakan untuk penyelesaian. Perencanaan dalam konteks ini menekankan pada upaya untuk memilih dan menghubungkan sesuatu dengan kepentingan masa.

Perencanaan adalah proses menentukan tujuan apa yang ingin dicapai dan bagaimana mencapainya, serta menetapkan cara dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya secara efektif dan efisien. Menentukan tujuan apa yang harus dicapai dan memutuskan tindakan prioritas apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan itulah perencanaan. Perencanaan didefinisikan sebagai proses intelektual yang menentukan tindakan apa yang harus dilakukan secara sadar. Keputusan didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai, mendapatkan informasi yang tepat waktu dan dapat dipercaya, dan mempertimbangkan perkiraan keadaan yang akan datang.²² Oleh karena itu, perencanaan dapat didefinisikan sebagai proses menentukan tindakan yang akan dilakukan dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu.

Proses perencanaan juga menentukan bagaimana kinerja satu organisasi dengan organisasi lain berbeda dalam pelaksanaan rencana untuk mencapai tujuan. Perencanaan memberikan arah, mengurangi pengaruh, perubahan, meningkatkan penyumbangan, dan menyusun ukuran untuk memudahkan proses mana yang dilakukan oleh organisasi. Selain itu, langkah-langkah yang tepat diambil untuk mencapai hal tersebut antara lain:

132 ²² Engkoswara dan Aan Komariah, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung: CV Alfabeta , 2010),

- a. *Protective benefits*, yaitu menjaga agar tujuan, sumber, dan teknik/ metode relevan dengan kebutuhan masa depan, sehingga mengurangi risiko keputusan.
- b. *Positive benefits*, sebuah rencana yang komprehensif dan tepat dapat membawa manfaat positif, seperti peningkatan produktifitas.²³

Namun, perlu diingat bahwa fungsi perencanaan sangat terkait dengan pengambilan keputusan. Ini karena keputusan pada dasarnya merupakan penyelesaian dari pilihan yang mungkin. Keputusan yang tidak mencakup tindakan saat ini dan rencana masa depan. Pada hirarki preses perencanaan, keputusan sangat penting. Akibatnya, sangat sulit untuk membedakan antara proses perencanaan dan pengambilan keputusan. Dalam perncanaan, pengambilan keputusan adalah proses pengembangan dan pemulihan arah untuk memecahkan masalah tertentu. Pada setiap titik dalam proses perencanaan, keputusan harus diambil.

Pada dasarnya, semua aktivitas perencanaan melewati empat tahapan utama berikut:

- a. Menetapkan tujuan, atau serangkaian tujuan, adalah langkah pertama. Keputusan tentang kebutuhan atau keinginan organisasi atau kelompok kerja adalah awal perencanaan. Sumber daya yang disediakan oleh organisasi akan digunakan secara tidak efektif jika organisasi tidak menetapkan tujuan yang jelas.
- b. Menciptakan kondisi saat ini. Karena tujuan dan rencana berkaitan dengan masa depan, memahami posisi organisasi saat ini, tujuan yang ingin dicapai, dan sumber daya yang tersedia untuk mencapainya sangat penting.
- c. Untuk mengukur kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan, mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan.
- d. Mengembangkan rencana atau kumpulan tindakan untuk mencapai tujuan. Tahap ini proses perencanaan dan melibatkan pembuatan berbagai alternatif tindakan untuk mencapai tujuan tersebut.²⁴

²³ Syafaruddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta: PT Ciputat Press, 2005),

²⁴ T. Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2003), 79

Jadi, dapat di simpulkan bahwa perencanaan dan pengambilan keputusan memiliki hubungan yang sangat erat. Dalam proses perencanaan, pengambilan keputusan merupakan tahapan penting. Setiap langkah dalam perencanaan, mulai dari menentukan tujuan, menganalisis kondisi saat ini, mengidentifikasi kemudahan dan hambatan, serta menyusun rencana tindakan, melibatkan pengambilan keputusan.

Perencanaan sebagai fungsi manajemen dilakukan pada tahap pertama sebelum pelaksanaan kebijakan, program, dan kegiatan. Dalam buku manajemen humas, perencanaan biasanya dilakukan di bagian awal atau sebelum menentukan segala sesuatu terkait manajemen. Perencanaan kebijakan, program, dan aktivitas organisasi dalam bentuk cetak biru.²⁵

Semua institusi pendidikan memiliki manajemen humas, dan perencanaan adalah salah satu tugas manajemen. Sebelum kebijakan, program, dan kegiatan dilaksanakan, perencanaan adalah tahap pertama. Perencanaan kebijakan, program, dan aktivitas organisasi dalam bentuk cetak biru.

Perencanaan adalah proses penting untuk menentukan tujuan yang ingin dicapai dan cara untuk mencapainya. Perencanaan akan membantu manajer dan organisasi mengurangi risiko dan ketidakpastian dengan menggunakan metode pengambilan keputusan yang lebih rasional yang didasarkan pada fakta yang ada.²⁶

²⁵ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), 1

²⁶ Laurensia Cahyani Rahayu, 'Perencanaan Media Relations Di Sheraton Mustika Yogyakarta Untuk Menciptakan Citra', 1-15.

Perencanaan, seperti proyeksi, mencakup kegiatan mengidentifikasi, menginventarisasi, dan menyeleksi kebutuhan berdasarkan skala prioritas, mengadakan spesifikasi yang lebih rinci mengenai hasil yang akan dicapai, mengidentifikasi persyaratan atau kriteria untuk memenuhi setiap kebutuhan, dan mengidentifikasi alternatif, strategi, dan tujuan yang mungkin untuk pelaksanaannya.

Model perencanaan merupakan gambaran awal untuk melangkah ke tujuan. Perencanaan yang dimaksud di sini adalah tindakan yang akan diambil oleh sebuah lembaga untuk mencapai tujuan rencananya. Di antara langkah-langkah ini adalah penilaian situasi, definisi objektif, definisi publik, pemilihan teknik dan bahan, anggaran, dan laporan. Dalam program humas, serangkaian langkah-langkah ini akan terbentuk.²⁷

Dalam manajemen humas, perencanaan merupakan langkah awal yang membutuhkan pertimbangan mendalam sebelum diterapkan. Pengelolaan humas memerlukan perencanaan, yang mencakup tujuan, sasaran, dan program kerja untuk lembaga pendidikan Islam. Perencanaan program harus dilakukan dengan menilai kebutuhan dan menganalisis situasi lembaga pendidikan. Perencanaan adalah proses daur program itu tidak pernah berhenti dan selalu diperbarui. Proses perencanaan dan strategi program humas dapat disebut sebagai proses daur program. Proses ini terus-menerus dan terus diperbarui, dimulai dengan mengevaluasi kebutuhan, kemudian

²⁷ Laurensia Cahyani Rahayu, *'Perencanaan Media Relations ...'*, 1-15.

perencanaan kegiatan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi, dan kemudian kembali ke awal.²⁸

Perencanaan adalah proses memikirkan apa yang akan dilakukan dengan memadukan sumber daya manusia dan sumber daya alam, serta hasil yang kemungkinan akan dicapai dalam suatu tugas atau aktivitas yang saat ini diawasi oleh manajemen. Ada beberapa alasan mengapa perencanaan program *public relation*, atau humas, dilakukan:

- a. Untuk menetapkan tujuan operasi humas, yang nantinya akan berfungsi sebagai standar untuk setiap hasil yang dicapai.
- b. Untuk mempertimbangkan jumlah jam kerja yang diperlukan dan berbagai biaya.
- c. Untuk membuat skala prioritas untuk menghitung jumlah program dan jumlah waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan semua program humas yang diprioritaskan.
- d. Daya dukung dari berbagai peralatan fisik seperti alat kantor, mesin cetak, kendaraan, kamera, dan sebagainya, serta anggaran yang tersedia digunakan untuk menentukan kesiapan atau kelayakan melakukan berbagai upaya untuk mencapai tujuan tertentu berdasarkan jumlah dan kualitas personel yang ada.²⁹

Maka, dapat di simpulkan bahwa alasan-alasan di atas sangat masuk akal karena humas itu sendiri melibatkan banyak pihak, bukan hanya lembaga pendidikan Islam atau sekolah yang berpartisipasi aktif dan memiliki ruang lingkup di lembaga intern saja. Ini termasuk banyak pihak dari masyarakat internal dan eksternal, seperti kepala sekolah, guru, karyawan, wali murid, lembaga pemerintah, lembaga sosial, lembaga pendidikan, dan organisasi lainnya.

2. Pelaksanaan

²⁸ Marno, *Islam by Management and Leadership Tinjauan Teoritis dan Empiris Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta: Lintas Pustaka, 2007), 158-159

²⁹ Frank Jefkins, *Public Relations: Made Simple*, (London: Elsevier, 2016), 49

Jika manajemen humas sebuah lembaga tidak efektif, madrasah dan seluruh kegiatan masyarakat akan menjadi buruk.³⁰ Menyusun tujuan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi adalah tugas humas dari sebuah lembaga. Hal paling penting yang harus dilakukan oleh lembaga adalah mensosialisasikan pendidikan kepada masyarakat. *Public relations* harus dibangun dengan sebaik mungkin untuk membuat masyarakat sadar akan pentingnya pendidikan. Namun, humas juga harus jujur untuk membangun kepercayaan masyarakat, karena jujur menguntungkan lembaga dan masyarakat secara keseluruhan.

Humas sangat penting untuk lembaga pendidikan karena berfungsi sebagai alat komunikasi. Komunikasi sangat penting dan manusia tidak dapat hidup tanpanya. Ini berkaitan dengan komunikasi antara sumber dan penerima informasi, pendapat, fakta, dan ide-ide. Manajemen humas lembaga pendidikan akan menghasilkan reputasi, yang menunjukkan tingkat rasa hormat dan kredibilitas atau kepercayaan yang dianggap publik. Jika lembaga pendidikan ingin menjadi sorotan masyarakat dengan menampilkan kenyataannya, humasnya harus memiliki reputasi yang baik. Dalam hal ini untuk melakukan kegiatan humas, beberapa prinsip harus diperhatikan, antara lain:

- a. Keterkaitan (*intergrating*), yaitu: hubungan antara keluarga, masyarakat, dan kepala sekolah yang saling berhubungan.
- b. Berkesinambungan adalah suatu proses yang terus berkembang.
- c. Menyeluruh (*coverage*), yang berarti menyajikan fakta kepada masyarakat secara keseluruhan.

³⁰ Arifudin, *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*, (Banyumas : Pena Persada, 2021), 49

- d. Sederhana (*simplicity*), artinya informasinya sederhana. Informasi itu disampaikan dengan cara yang ramah.
- e. Informasi yang konstruktif (*konstruktif*) dapat membentuk opini umum yang positif tentang sekolah.
- f. Penyesuaian, atau kesesuaian, berarti bahwa program harus mempertimbangkan kondisi masyarakat.
- g. Fleksibel atau luwes, ialah program yang dapat menyesuaikan diri dengan perubahan.³¹

Selama program atau kegiatan kehumasan dijalankan, beberapa pertanyaan penting harus dijawab. Ada tiga (tiga) hal yang harus diperhatikan: *pertama*, bagaimana kegiatan atau program dijadwalkan, *kedua*, bagaimana anggaran dialokasikan untuk menjalankannya, dan *ketiga*, siapa yang bertanggung jawab untuk menjalankannya.³²

Menjalankan program berarti menerapkan perencanaan untuk mencapai tujuan organisasi. Seperti yang sering dikatakan, perencanaan yang baik adalah sebagian dari pelaksanaan pekerjaan, dan pelaksanaan program adalah separuh dari pekerjaan itu.

Sebagai bagian dari manajemen sekolah, humas sekolah bertanggung jawab atas komunikasi dan koneksi untuk mencapai tujuan sekolah. Secara umum, komunikasi dapat menjadi pendekatan untuk menerapkan perubahan yang diperlukan sekolah. Sistem komunikasi yang efektif diperlukan untuk menerapkan strategi agar setiap anggota organisasi memiliki visi, misi, tujuan, dan nilai yang sama, serta memahami dengan baik strategi dan dapat menghubungkannya dengan upaya yang sedang dilakukan.³³

³¹ Sahertian, *Dimensi Administrasi Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1995), 92

³² Yosol Irianta, *Manajemen Humas Sekolah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013),

³³ Yosol Irianta, *Manajemen Humas Sekolah...*, 142

Untuk mendukung implementasi strategi yang dilakukan oleh pihak sekolah, humas sekolah bertanggung jawab dalam melakukan komunikasi yang diperlukan. Humas juga bertanggung jawab untuk membuat materi komunikasi yang disebarluaskan kepada publik sekolah sebagai mendukung proses komunikasi yang diperlukan dalam menerapkan perubahan. Sebaliknya, rencana strategis kehumasan sekolah, merupakan penjabaran dari rencana strategis yang harus dilaksanakan oleh humas sekolah.

Pelaksanaan adalah bukti nyata dari perencanaan. Humas melaksanakan kegiatan yang telah direncanakan dan diusahakan dapat terlaksana pada tahap pelaksanaan ini, baik menggunakan media atau tidak, pesan harus disampaikan dengan baik. Oleh karena itu, waktu, lokasi, dan sarana pendukung yang ada harus dimanfaatkan secara efisien dan efektif.³⁴

Pelaksanaan, juga disebut sebagai penggiatan, adalah upaya untuk mendorong anggota kelompok untuk melakukan tugas dengan semangat. Ini termasuk upaya untuk memimpin, membimbing, dan mengarahkan para anggota kelompok sedemikian rupa sehingga mereka memiliki otonomitas dan kreativitas dalam melaksanakan rencana dan mencapai tujuan.³⁵

Menurut Sahertian, untuk melakukan kegiatan humas, beberapa prinsip harus diperhatikan, antara lain:

- a. Keterpaduan (*intergrating*), yaitu: kemitraan antara keluarga, masyarakat, dan kepala sekolah.
- b. Berkesinambungan (*continuiting*), adalah suatu proses yang terus berkembang.

³⁴ Suryosubroto, *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat (School Public Relation)*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2012), 7

³⁵ Effendy, Onong Uchjana, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), 8

- c. Menyeluruh (*coverage*), yaitu bahwa penyebaran informasi kepada masyarakat mencakup semua aspek.
- d. Sederhana (*simplicity*), ialah informasi yang diberikan dengan cara yang mudah dipahami. Informasi itu disampaikan dengan cara yang ramah.
- e. Konstruktif (*konstruktivenes*), informasi-informasi ini dapat membentuk opini umum yang positif tentang sekolah karena strukturnya.
- f. Kesesuaian (*adaptability*), Program harus mempertimbangkan perubahan masyarakat.
- g. Luwes (*flexibility*), program yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan.³⁶

Fungsi manajemen yang paling penting adalah pelaksanaan. Sementara fungsi perencanaan dan pengorganisasian lebih berfokus pada aspek abstrak proses manajemen, fungsi *actuating* lebih berfokus pada kegiatan yang berhubungan langsung dengan orang-orang yang terlibat dalam organisasi lembaga pendidikan. Pelaksanaan merupakan upaya untuk mendorong anggota organisasi bekerja dengan sebaik mungkin dalam mencapai tujuan organisasi secara efisien, efektif, dan ekonomis, semua usaha, teknik, dan metode.³⁷

Actuating, menurut Terry dalam Daryanto adalah upaya untuk menggerakkan anggota kelompok sedemikian rupa sehingga mereka memiliki keinginan dan semangat untuk mencapai tujuan organisasi.³⁸

3. Evaluasi

Kepala sekolah menempati posisi yang strategis dalam memajukan suatu lembaga pendidikan.³⁹ Kepala sekolah harus melakukan evaluasi sebagai langkah terakhir dalam implementasi manajemen hubungan masyarakat dan pemberdayaan masyarakat. Evaluasi ini mencakup evaluasi berbagai program

³⁶ Sahertian, *Dimensi Administrasi Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 2008), 176

³⁷ H.M. Daryanto, *Administrasi dan Manajemen Sekolah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 87

³⁸ Daryanto, *Administrasi dan Manajemen...*, 88

³⁹ Deri Wanto, *Evaluasi dan Supervisi Pendidikan*, (Curup: Andhra Grafika, 2022), 44

dan kegiatan manajemen hubungan sekolah dengan masyarakat, baik itu pemerintah, swasta, *stake holders*, maupun masyarakat secara keseluruhan. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan bahwa sistem organisasi yang terdiri dari bagian-bagian organisasi bekerja dengan baik.⁴⁰ Selain itu, lembaga pendidikan yang dipimpinnya berhasil membangun hubungan dengan masyarakat untuk mendapatkan bantuan, gagasan, sumber belajar, dan dana untuk sekolah.⁴¹

Kata "evaluasi" berasal dari bahasa Inggris. Kegiatan evaluasi harus dilakukan dengan hati-hati, bertanggung jawab, menggunakan strategi, dan dapat dipertanggungjawabkan. Istilah-istilah pengukuran dan penilaian adalah sinonim dengan istilah evaluasi.⁴² Mengukur dan menilai adalah dua langkah yang diperlukan untuk melakukan evaluasi.⁴³

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa evaluasi adalah proses mengumpulkan informasi tentang bagaimana sesuatu berfungsi, yang kemudian digunakan untuk membuat keputusan tentang pilihan terbaik. Karena evaluasi public relations terkait dengan kepentingan pimpinan dan manajer.

Evaluasi adalah penilaian satu aspek dalam hubungannya dengan kondisi aspek lainnya untuk mendapatkan gambaran menyeluruh yang ditinjau dari

⁴⁰ Prasetyo, M. A. M., & Anwar, K. (2021). *Assessing Organizational Culture: An Important Step for Enhancing the Implementation of Junior*. AL-Ishlah, 13(1), 646–659. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v13i1.461>

⁴¹ Sonedi, S., Jamalie, Z., & Majeri, M. (2017). *Manajemen Pembiayaan Pendidikan Bersumber dari Masyarakat*. Fenomena, 9(1), 25. <https://doi.org/10.21093/fj.v9i1.702>

⁴² Sudjono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009), 19

⁴³ Kellaghan, T., & Stufflebeam, D. L. (2012). *International Handbook of Educational Evaluation: Part One: Perspectives/Part Two: Practice* (Vol. 9). Springer Science & Business Media

berbagai sudut pandang. Oleh karena itu, hal-hal berikut harus diperhatikan saat melakukan evaluasi:

- a. Prinsip kesinambungan (*kontinuitas*), Evaluasi tidak hanya dilakukan setahun sekali, atau per-semester, tetapi dilakukan secara terus menerus.
- b. Prinsip menyeluruh (*komperhensif*), Prinsip yang melihat semua aspek program yang dilakukan oleh hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat.
- c. Prinsip *objektivitas*, Dalam mengevaluasi berdasarkan kenyataan yang sebenarnya, tidak boleh dipengaruhi hal-hal yang bersifat emosional dan irrasional.⁴⁴

Tujuan dari evaluasi pelaksanaan program humas adalah untuk mengetahui bagaimana suatu lembaga pendidikan berdampak pada khalayak dalam berbagai hal.⁴⁵ Adapun kegunaan evaluasi program humas lembaga pendidikan dilakukan untuk:

- a. Memperoleh informasi yang diperlukan untuk meningkatkan produktivitas serta keefektivan belajar siswa dan pengembangan sekolah.
- b. Memperoleh bahan feed back.
- c. Memperoleh informasi yang diperlukan untuk memperbaiki dan menyempurnakan proses pembelajaran di sekolah.
- d. Memperoleh informasi yang diperlukan untuk memperbaiki, menyempurnakan serta mengembangkan program.
- e. Mengetahui kesukaran-kesukaran apa yang dialami siswa selama belajar dan bagaimana mencari jalan keluarnya⁴⁶

Evaluasi pelaksanaan program humas juga dapat menyarankan langkah-langkah tambahan untuk meningkatkan prestasi yang diharapkan. Pada gilirannya, ini dapat mengarah pada perubahan program humas yang ada di lembaga pendidikan.⁴⁷

⁴⁴ Kellaghan, T., & Stufflebeam, D. L. (2012). *International Handbook of...*, 58

⁴⁵ L'Etang, J., McKie, D., Snow, N., & Xifra, J. (2015). *The Routledge Handbook of Critical Public Relations*. Routledge

⁴⁶ Theaker, A. (2020). *The Public Relations Handbook*. Routledge.

⁴⁷ Rowe, G., & Frewer, L. J. (2000). Public Participation Methods: A Framework for Evaluation. *Science, Technology, & Human Values*, 25(1), 3–29. <https://doi.org/10.1177/016224390002500101>

Tujuan evaluasi dalam manajemen pendidikan meliputi hal-hal berikut:

- a. Untuk mendapatkan dasar untuk menilai apa yang telah dicapai, apa yang belum dicapai, dan apa yang perlu diperhatikan di akhir periode kerja.
- b. Untuk memastikan metode kerja yang memungkinkan organisasi untuk menggunakan sumber daya pendidikan (manusia, tenaga kerja, sarana, dan biaya) secara ekonomis.
- c. Untuk mendapatkan informasi tentang tantangan dan penyimpangan dengan melihat elemen tertentu, seperti kemajuan belajar dan program tahunan.⁴⁸

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa evaluasi adalah proses mengumpulkan informasi tentang bagaimana sesuatu berfungsi, yang kemudian digunakan untuk membuat keputusan tentang pilihan terbaik. Karena evaluasi program terkait dengan kepentingan pimpinan dan manajer, penelitian ini lebih terfokus pada evaluasi manajemen humas. Kepala sekolah menilai berbagai program dan kegiatan yang berkaitan dengan manajemen hubungan madrasah dengan pihak-pihak yang terlibat dalam masyarakat, baik itu pemerintah, swasta, *stake holders*, atau masyarakat secara keseluruhan. Ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana lembaga pendidikan yang dipimpinnya berhasil membangun hubungan dengan masyarakat dengan mencari dukungan, gagasan, sumber belajar, dan dana untuk sekolah.

Evaluasi adalah penilaian suatu elemen secara keseluruhan dan hubungannya dengan kondisi elemen lainnya untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang hal-hal yang ditinjau dari berbagai sudut pandang. Dengan demikian, hal-hal berikut harus diperhatikan saat melakukan evaluasi:

⁴⁸ Rowe, G., & Frewer, L. J. (2000). *Public Participation Methods: A Framework for Evaluation*. *Science, Technology, & Human Values*, 25(1), 3–29. <https://doi.org/10.1177/016224390002500101> and Secolsky, C., & Denison, D. B. (2017). *Handbook on Measurement, Assessment, and Evaluation in Higher Education*. London: Routledge

- a. Prinsip kontinuitas berarti evaluasi dilakukan secara konsisten, bukan hanya setahun sekali atau setiap semester.
- b. Prinsip menyeluruh, atau komperhensif, adalah prinsip yang melihat setiap aspek program dan bagaimana hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat dilakukan.
- c. Menurut prinsip objektivitas, hal-hal emosional dan irrasional tidak boleh memengaruhi evaluasi berdasarkan kenyataan yang sebenarnya.⁴⁹

Tujuan dari evaluasi pelaksanaan program manajemen humas adalah untuk mengetahui bagaimana suatu lembaga pendidikan berdampak pada khalayak dalam berbagai hal.⁵⁰ Dengan keberhasilannya, evaluasi humas bukan hanya menilai mekanisme kegiatan kerja humas, seperti tahapan penelitian perencanaan, penyusunan program, komunikasi, dan evaluasi. Evaluasi humas secara manajerial mengacu pada proses fungsi manajemen yang mengawasi hasil kegiatan sesuai dengan standar tertentu. Evaluasi hasil humas terdiri dari dua kategori:

Pertama, evaluasi kualitatif. Dengan melakukan observasi dan membandingkan perkembangannya. Dilakukan minimal tiga standar kualitatif yakni citra organisasi terhadap jasa pelayanan produk, kredibilitas, dan perubahan sikap. Kedua, evaluasi kuantitatif. Menggunakan statistik, perkembangan interval tertentu, dan perbandingan naik/ turun. Selain itu, manajer menilai terlebih dahulu untuk mengetahui apakah tujuan dan sasaran organisasi jelas dan sejauh mana hasilnya dapat dicapai. Jadi, dalam tesis ini evaluasi yang akan peneliti lakukan ialah dengan pendekatan evaluasi kualitatif.

⁴⁹ Sandler, A. J., Lindberg, E., Nilsson, C., & Palmér, L. (2019). *Qualitative Thematic Analysis Based on Descriptive Phenomenology*. *Nursing Open*, nop2.275. <https://doi.org/10.1002/nop2.275>

⁵⁰ L'Etang, J., McKie, D., Snow, N., & Xifra, J. (2015). *The Routledge Handbook of Critical Public Relations*. Routledge.

D. Minat Masyarakat: Bentuk Dukungan dan Kepercayaan terhadap Lembaga Pendidikan

Bakat, motivasi, dan minat seringkali dianggap sama. Namun, minat bukanlah bakat, motivasi, atau motif. Definisi, ruang lingkup, indikator, jenis, dan faktor minat konseptual merupakan jenis studi independen. Menurut Crow, daya magnetik yang dapat mendorong seseorang untuk bersosialisasi dan berinteraksi dengan orang dan benda itulah minat. Daya magnetik juga dapat diorientasikan sebagai pengalaman produktif yang dipengaruhi oleh aktivitas manusia.⁵¹ Hurlock menggambarkan minat sebagai sumber inspirasi yang mendorong orang untuk melakukan hal-hal yang mereka inginkan.⁵² Berbeda dengan Hurlock, Crow lebih menekankan minat pada daya gerak. Jika kita melihat perbedaan antara daya gerak dan sumber motivasi, kita akan melihat bahwa keduanya berasal dari faktor dalam diri manusia yang sama dan pasti akan berdampak pada sikap dan keputusan seseorang tentang hal-hal yang dia suka.

Namun, bagi Singer, minat berasal dari pengalaman perasaan atau kesadaran dan terkait dengan perhatian sebagai tindakan.⁵³ Menurut Walgito, minat adalah kondisi di mana perhatian seseorang terhadap sesuatu disertai dengan keinginan untuk mengetahui, memperhatikan, dan membuktikan tindakan selanjutnya. Menurut Singer dan Walgito, minat hanya berasal dari pengalaman perasaan

⁵¹ Crow, Alice, and Lester D. Crow, *Educational Psychology*, (Yogyakarta: Nur Cahaya, 1989), 302-303

⁵² Hurlock, Elizabeth B, *Child Development*, diterjemah oleh Med. Meitasari Tjandrasa dalam, *Perkembangan Anak*, Jilid 2, Jakarta: Erlangga, 1978), 114

⁵³ Singer, Kurt, *Verhindert Die Schule Das Lernen*, diterjemah oleh Bergman Sitorus, *Membina Hasrat Belajar Di Sekolah*, (Bandung: Remaja Karya, 1973), 78

seseorang yang diwujudkan dalam perilaku yang bersangkutan. Oleh karena itu, daya gerak atau sumber motivasi tidak mempengaruhi perilaku seseorang tanpa pengalaman perasaan sebelumnya.⁵⁴ Namun, menurut Gunarso, minat adalah sesuatu yang sifatnya pribadi dan erat kaitannya dengan sikap. Akibatnya, minat ini menjadi dasar dari munculnya prasangka, sehingga dalam pengambilan keputusan dibutuhkan minat, dan minat itulah yang dapat mendorong seseorang untuk berusaha mewujudkan apa yang menarik minatnya.⁵⁵

Hanya ada tiga tahapan dalam minat: (1) *Receiving* (penerimaan terhadap objek), yang mencakup kesadaran terhadap objek, keinginan untuk menerimanya, dan perhatian terhadap objek; (2) *Responding* (tanggapan terhadap objek), yang mencakup pengakuan terhadap objek, tanggapan terhadap objek, dan kepuasan terhadap objek; dan (3) *Valuing* (penghargaan terhadap objek), yang mencakup penerimaan sistem nilai yang ditimbulkan oleh objek dan pengambilan contoh dari sistem nilai tersebut.⁵⁶

Ketertarikan masyarakat terhadap madrasah dapat dibuktikan dengan adanya kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Minat masyarakat terhadap madrasah berarti ketertarikan dan rasa senang masyarakat terhadap madrasah. Pendidikan anaknya di madrasah akan menumbuhkan kepercayaan.

Minatnya pada dasarnya berasal dari apa yang dilihat atau diamati seseorang.⁵⁷ Madrasah yang diminati tentunya memiliki keunggulan di mata

⁵⁴ Walgito, Bimo, Psikologi Sosial, Suatu Pengantar, (Yogyakarta: Andi, 2002), 38

⁵⁵ Gunarso, *Meningkatkan Minat Belajar Anak*, (Jakarta: LPTK dan ISPI, 1995), 68

⁵⁶ Krathwohl, David R, et.al, *Taxonomy of Educational Objectives*, (London: Longmans, 1956), 37

⁵⁷ Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan pendekatan baru, 18th ed.* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013); Ngalm Purwanto, *Psikologi Pendidikan, 27th ed.* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014).

masyarakat dari segi lokasi, biaya yang terjangkau, sarana prasarana yang memadai, dan program kegiatan unggulan. Selain itu, madrasah juga harus baik di mata masyarakat jika ingin diminati.⁵⁸ Berita tentang keberadaan dan program kegiatan madrasah harus diberitahu kepada masyarakat. Kebutuhan akan pendidikan agama masih menjadi dasar masyarakat untuk menyekolahkan anak-anak mereka ke madrasah. Ini memberi madrasah kesempatan unik untuk memiliki keunggulan dalam program pendidikan agama sambil menambah keunggulan mereka dalam program kegiatan lainnya.

Sekolah memerlukan humas, sebagai lembaga *nonprofit* yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan, pada tingkat apa pun, diperlukan upaya untuk meyakinkan masyarakat dan konsumen bahwa lembaga pendidikan yang dikelola masih eksis. Selain itu, usaha diperlukan untuk meyakinkan bahwa layanan pendidikan yang dikelola sesuai dengan kebutuhan mereka. Selanjutnya, kegiatan humas diperlukan untuk membuat jenis dan macam layanan pendidikan dikenal dan dipahami oleh masyarakat umum, khususnya "masyarakat". Agar masyarakat luas dan "pelanggan" potensial tidak meninggalkan institusi pendidikan yang dikelola, diperlukan humas dalam pendidikan.⁵⁹

Sekolah Islam harus memiliki strategi pemasaran yang bekerja sama dengan strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing mengingat persaingan di dunia pendidikan saat ini. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cheng, Trivitt, dan

⁵⁸ Muhammad Butt and Muhammad Khalid, "The Role of Madrasa Education in Inter-Cultural and Cross-Cultural Exchange" 39 (January 2, 2019): 61–74; Poetri Leharia Pakpahan and Umi Habibah, "Manajemen Program Pengembangan Kurikulum PAI Dan Budi Pekerti Dalam Pembentukan Karakter Religius Siswa: Management of IRE Curriculum Development Program and Character in Forming Student's Religious Character," *Tafkir: Interdisciplinary Journal of Islamic Education* 2, no. 1 (January 10, 2021): 1–20, accessed April 21, 2021, <https://pasca.jurnalihak.ac.id/index.php/tijie/article/view/19>.

⁵⁹ D. Wijaya, (2008). *Pemasaran jasa pendidikan sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing sekolah*. *Jurnal Pendidikan Penabur*, 11(7)

Wolf, sekolah agama membutuhkan *strategi branding* untuk mengkomunikasikan program sekolah yang unik, yang membedakannya dari sekolah sejenis. Sekolah agama cenderung menyesuaikan branding-nya dengan nilai agama yang menjadi arus utama dan mempunyai akar sejarah pada suatu daerah cenderung lebih dapat menarik siswa.⁶⁰

Madrasah harus berusaha semaksimal mungkin untuk mengelola serta meningkatkan kualitas layanannya sehingga apa yang dipromosikan dapat dipertanggungjawabkan. Ini karena pendekatan humas menuntut mereka untuk menganalisis kegiatan belajar mengajar, intra dan ekstrakurikuler, fasilitas pendidikan, dan suasana belajar mengajar sehingga kegiatan mereka selalu terpusat pada perbaikan kualitas pelayanan.

Menurut Dwiningrum, keterlibatan orang tua dalam pemilihan yang didasarkan pada pandangan subyektif dan obyektif terhadap sekolah atau madrasah bersangkutan merupakan bagian integral dari minat masyarakat terhadap sekolah atau madrasah. Pandangan ini memberikan eksistensi sekolah dan pengakuan masyarakat terhadapnya. Secara subjektif, minat tersebut berdasarkan pengalaman pribadi dan informasi tentang sekolah atau madrasah. Secara objektif, minat tersebut berdasarkan penilaian pada kondisi formal yang diakui keberadaannya.⁶¹

Untuk mencapai tujuan manajemen humas, sangat penting melakukan semua upaya yang diinginkan masyarakat. Namun, yang paling penting adalah terus menjaga kualitas pendidikan melalui model pengelolaan yang tepat.

⁶⁰ Cheng, A., Trivitt, J., & Wolf, P. J. (2015). *School Choice and the Branding of Milwaukee Private Schools*. Journal of EDRE Working Paper, (04)

⁶¹ Dwiningrum, Siti Irene Astuti, *Desentralisasi Dan Partisipasi Masyarakat Dalam Pendidikan Suatu Kajian Teoritis Emperik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 230-233

Dengan demikian, masyarakat dapat menilai dan merawat pendidikan madrasah yang kita bangun secara objektif.

E. Minat Masyarakat dalam Menyekolahkan Anak di MAN Rejang Lebong

Istilah minat dapat diartikan bermacam-macam oleh para pakar psikologi. Bingham menjelaskan bahwa minat adalah kecenderungan untuk ikut serta aktif dalam pengalaman pengalaman dan memelihara pengalaman tersebut. Pendapat tentang minat yang lebih lengkap dikemukakan oleh Chaplin, yang merumuskan, yaitu pertama, sebagai suatu sikap yang menetap yang mengikat perhatian individu ke arah objek-objek tertentu secara selektif. Kedua, perasaan yang berarti bagi individu terhadap kegiatan, pekerjaan sambilan atau objek-objek yang dihadapi oleh setiap individu, dan ketiga, motivasi atau kesiapan individu yang mengatur atau mengendalikankan perilaku dalam arah tertentu atau ke arah tujuan tertentu.

Thorndike dan Hagen, mengemukakan minat sebagai keinginan untuk mencari dan berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan tertentu. Minat merupakan salah satu kepribadian, yaitu terdiri atas karakter, adjusmen, temperamen. Winkel mengemukakan bahwa terdapat hubungan yang erat antara bermotivasi instrinsik berminat berperasaan senang. Sikap yang positif terhadap belajar di madrasah pasti memiliki peranan besar dalam hubungan ketiga hal itu, meskipun bukan untuk menunjukkan fungsi dari sikap itu secara pasti (semacam lem yang menyatukan). Minat masyarakat terhadap madrasah merupakan kecenderungan orang tua wali dalam memilih pendidikan

untuk anaknya. Wujud dari implementasi minat adalah menyekolahkan anak mereka ke madrasah sebagai pilihan untuk pendidikan anak.⁶²

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa minat dapat dimaknai sebagai kecenderungan individu untuk terlibat aktif dan memelihara pengalaman-pengalaman tertentu. Minat juga dapat dipandang sebagai sikap menetap, perasaan yang bermakna bagi individu, serta motivasi atau kesiapan yang mengarahkan perilaku ke arah tujuan spesifik. Minat merupakan salah satu aspek kepribadian yang terkait erat dengan motivasi intrinsik dan perasaan senang. Sikap positif terhadap belajar di madrasah juga berperan penting dalam mempengaruhi minat individu. Minat masyarakat terhadap madrasah dapat diwujudkan melalui kecenderungan orang tua/wali untuk menyekolahkan anak-anak mereka ke madrasah sebagai pilihan untuk pendidikan anak.

Minat orang tua memasukkan anaknya ke lembaga pendidikan agama berfungsi memelihara keluarganya terutama anaknya semoga terhindar dari segala macam ancaman baik di dunia maupun diakhirat kelak. Setiap orang tua diperintahkan untuk memelihara keluarganya dari ancaman api neraka. Minat masyarakat terhadap madrasah merupakan kecenderungan orang tua wali dalam memilih pendidikan untuk anaknya. Wujud dari implementasi minat adalah menyekolahkan anak mereka ke madrasah sebagai pilihan untuk pendidikan anak.

F. Penelitian Relevan

⁶² Aji Sofanudin, Model Peningkatan Minat Masyarakat terhadap Madrasah Ibtidayah di Jawa Tengah, Jurnal Nadwa, Vol 6 No 1. (2012), 96

Setelah peneliti melakukan tinjauan kepustakaan, ada beberapa judul penelitian yang hamper mirip dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Diantara penelitian tersebut dapat penulis uraikan di bawah ini baik dari segi kesamaan, perbedaan dan karakteristik penelitian yang akan peneliti lakukan.

Pertama, Tesis atas nama M. Farkhan Pamuji mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Yogyakarta dengan judul “Manajemen Public Relation Dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan di SMA Takhasus Al-Qur’an Kalibeyer Wonosobo”. Ada beberapa kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan diantaranya ialah topic yang dibahas sama-sama mengarah kepada manajemen public relations. Selanjutnya penelitian ini juga mempunyai kesamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ialah sama-sama penelitian kualitatif deskriptif. Akan tetapi pada pembahasan sangat jauh perbedaan dan arah penelian serta temuannya. Yang mana penelitian ini membahas bagaimana manajemen public relation di SMA Takhasus dan bagaimana public relations dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan di SMA Takhasus. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan kajiannya membahas tentang perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dalam manajemen public relations.

Kedua, Skripsi atas nama Ja’far Shodiq mahasiswa Sarjana Strata Satu Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim. Ada kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, diantaranya fokus sama-sama mengkaji tentang minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Hanya saja penelitian ini objeknya di

pondok pesantren, sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan dilaksanakan di Madrasah Aliyah Negeri. Kemudian disegi wilayah juga secara budaya dan geografis sangat jauh terdapat perbedaannya, yang mana satu penelitian dilakukan di Desa Sleman Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan memilih lokasi yang terletak di Curup Kabupaten Rejang Lebong.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Untuk mencapai tujuan penelitian ini digunakan penelitian kualitatif karena data yang disajikan berupa kata-kata. Seperti yang disebut oleh Lexy J. Moleong tentang pengertian penelitian kualitatif yaitu: “penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah”.¹

Bogdan dan Biklen dalam Moleong mengemukakan bahwa ada beberapa istilah yang digunakan untuk penelitian kualitatif, yaitu penelitian atau inkuiri naturalistic atau alamiah, etnografi, intraksionis simbolik, prespektif ke dalam, etnometodologi, *the Chicago School*, fenomenologis, studi kasus, *interpretative*, ekologis, dan deskriptif. Apabila dilihat dari permasalahan yang diteliti, penelitian ini merupakan penelitian fenomena.

Dengan pendekatan fenomena yang digambarkan berdasarkan keadaan nyata dan sebenarnya sehingga akan mampu memberikan kesan naturalistik sesuai definisi fenomenologi. Dalam hal ini penelitian dilakukan

¹Lexy J. Moelong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2007), 185

di MAN Rejang Lebong, dimana data dikumpulkan secara langsung dan selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan hasil yang valid dan tepat.

Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dipilih karena belum banyak yang menggunakan pendekatan ini terlebih dengan tema atau masalah yang diteliti. Selain hal itu, fenomenologi juga menjelaskan sifat fenomena, sehingga mampu memberikan gambaran mengenai sesuatu yang apa adanya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Fenomenologi berfokus pada bagaimana orang mengalami fenomena tertentu, artinya orang mengalami sesuatu bukan karena pengalaman tetapi karena fenomena yang terjadi di kehidupannya. Peneliti ingin menggambarkan secara jelas tentang objek penelitian melalui fenomena yang dialami para informan terkait.

Penelitian ini merupakan penelitian fenomenologi dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, karena dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis suatu keadaan, menggambarkan peristiwa yang terjadi dengan menyediakan data akurat yang dikumpulkan di madrasah terkait **Manajemen *Public Relation* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong.**

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di MAN Rejang Lebong yang beralamat di JL. Letjend Soeprato No. 81 Kecamatan Curup Tengah Kab. Rejang Lebong Provinsi, Bengkulu Kode Pos 39114. Adapun waktu penelitian ini terhitung dari tanggal 27 Oktober 2023 sampai selesainya proposal ini menjadi Tesis yang nyata.

C. Subjek Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif maka di perlukan subjek penelitian, subjek penelitian adalah benda, hal atau orang tempat memperoleh data untuk variable yang dipermasalahkan yang diharapkan dapat memberikan informasi terkait peneliti.²

Jadi subjek penelitian fenomena adalah pihak-pihak yang dijaikan sebagai sample dalam penelitian yaitu kepala sekolah di MAN Rejang Lebong dan waka humas, waka kesiswaan, perwakilan guru dan perwakilan orangtua siswa di MAN Rejang Lebong yang mana peran subyek penelitian adalah memberikan informasi serta tanggapan terkait data yang dibutuhkan oleh peneliti, serta masukan kepada peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung.

D. Sumber Data

Data menurut Arikunto hasil pengolahan segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun informasi, sedangkan informasi adalah hasil pengolahan data. Adapun sumber daya yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber Data Primer

²Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 42

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Dalam hal ini yang menjadi sumber data primer adalah Kepala Sekolah dan Waka Humas (Hubungan Masyarakat), dan Guru yang ada di MAN Rejang Lebong serta Wali Siswa.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpulan data. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah dokumen Program Kerja Humas dan dokumentasi kegiatan di akun media sosial atau analisis dokumen sekolah dari MAN Rejang Lebong yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.³ Dalam hal ini sumber pendukung seperti perwakilan guru dan perwakilan orangtua siswa, jurnal-jurnal, tesis dan bahan-bahan tulisan lain yang terkait dengan penelitian atau data yang tidak langsung.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu langkah yang penting dalam penelitian, karena pengumpulan data adanya penelitian adalah untuk memperoleh data. Dalam penelitian ini, pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁴ Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian adalah:

1. Wawancara

³Suharmi Arikunto. *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Renika Cipta, 2004), 182

⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 308.

Wawancara adalah teknik mendapatkan informasi dengan cara bertaya langsung kepada responden, percakapan dengan maksud tertentu, Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁵

Wawancara dalam suatu penelitian yang bertujuan mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat serta pendirian-pendirian itu merupakan suatu pembantu utama dari dalam metode observasi (pengamatan).⁶ Dalam hal ini peneliti mengadakan wawancara secara semistruktur. Dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informen.

Disini peneliti melakukan wawancara dengan Kepala Sekolah MAN Rejang Lebong dan Waka Humas (hubungan masyarakat). Pada saat melakukan wawancara semistruktur, peneliti menggunakan langkah-langkah dalam mengumpulkan data, diantaranya:

- a. Menentukan tema atau topik wawancara yang terkait dengan Manajemen *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat di MAN Rejang Lebong;

⁵ Moleong J. Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2018), 186

⁶Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 100

- b. Mempelajari masalah yang berkaitan dengan tema wawancara;
 - c. Menyusun daftar atau garis besar pertanyaan yang akan diajukan (5H+1H);
 - d. Menentukan narasumber dan mengetahui identitasnya;
 - e. Menghubungi dan membuat janji dengan narasumber;
 - f. Mempersiapkan peralatan untuk wawancara (alat tulis atau alat rekam);
 - g. Melakukan wawancara;
 - h. Mencatat pokok-pokok wawancara;
 - i. Menyusun laporan hasil wawancara;
2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku, dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁷ Dokumentasi peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, seksta dan lain-lain.⁸ Dokumentasi ini juga menyempurnakan dan melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan. Data yang diambil dari dokumentasi antara lain jumlah guru, jumlah siswa MAN Rejang Lebong dan lain-lain.

3. Observasi

Observasi dapat dilakukan sebagai pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap gejala yang nampak pada suatu objek penelitian.

⁸Lexy J. Moelong. *Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 186

Pengamatan yang dilakukan terhadap objek ditempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa, sehingga observasi berada bersama objek yang diselidiki yang disebut dengan observasi langsung.⁹

Observasi digunakan untuk mencari data-data mengenai Peran Manajemen *Public Relations* (humas).

Penelitian ini menggunakan metode atau teknik pengumpul data observasi dengan cara datang dan mengunjungi lokasi penelitian agar dapat melakukan pengamatan secara langsung dengan objek penelitian. Selain itu, dimana menurut Sugiono, observasi terstruktur adalah observasi yang menyarankan terstruktur kepada sumber data, bahwa akan melakukan suatu penelitian.¹⁰

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah penelitian dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹¹

Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh Menurut Miles & Huberman analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersama yaitu: reduksi data, penyajian data,

⁹Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2010), 159

¹⁰Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, (Untuk Penelitian Yang Bersifat : Eksploratif, enterpreif, dan Konstruktif)*,(Bandung: Alfabeta, 2018), 124

¹¹Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2014), 334

penarikan kesimpulan/verifikasi.¹² Analisis data merupakan proses mereview dan memeriksa data, mensintesis dan menginterpretasikan data yang terkumpul sehingga dapat menggambarkan dan menerangkan fenomena atau situasi sosial yang diteliti.¹³

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya.

Pada tahap ini, yang mencakup kegiatan mengakhirkan hasil pengumpulan data selengkapya mungkin, dan memilah milihnya ke dalam satu konsep tertentu, katagori tertentu dan tema tertentu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memeberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengeumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data (*Data Disply*)

Setelah data-data itu terkumpul kemudian peneliti menyajikan data-data yang sudah dikelolah tadi dengan penyajian dalam bentuk narasi dengan tujuan atau harapan setiap data tidak lepas dari kondisi permasalahan yang ada dan penelitian bisa lebih mudah melakukan pengambilan kesimpulan.

¹²Milles dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16

¹³ Muri Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), 400.

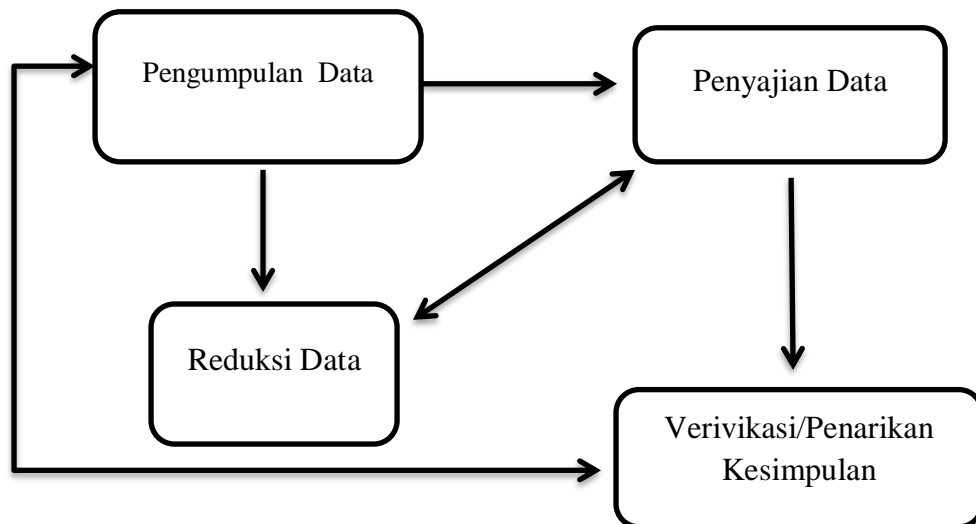
Dalam hal ini Milles dan Huberman yang dikutip dalam karangan Sugiyono menyatakan bahwa, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Menarik kesimpulan (*Conclusion Drawing/verification*)

Langkah kegiatan dalam analisis data kualitatif menurut *Milles and Huberman* adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali ke lapangan pengumpulan data, maka kesimpulan yang dikemukakan kesimpulan yang kredibel. Penulisan menyimpulkan data dengan kalimat yang sistematis, singkat dan jelas yaitu dari pengumpulan yang penyajian data yang telah dilakukan maka penulis memaparkan dan menegaskan dalam bentuk kesimpulan.

Dalam proses analisis, peneliti menggunakan metode berfikir induktif. Dimana metode berfikir induktif ini merupakan suatu pemikiran yang di dasarkan pada rumusan-rumusan yang bersifat khusus. Berfikir induktif berasal dari faktor-faktor khusus atau kongkrit kemudian peristiwa-peristiwa kongkrit tersebut ditarik generalisasi yang mempunyai sifat umum. Model ini digunakan untuk mengambil keputusan dari berbagai keputusan dari berbagai pendapat atau data hasil penelitian sehingga diperoleh pengertian yang global. Secara sistematis proses

analisis data menggunakan model analisis data interaktif Milles dan Huberman dapat dilihat pada bagan berikut:



Bagan 3.1 Model Data Interaktif Milles dan Huberman.¹⁴

G. Kredibilitas Penelitian

Setelah semua data dianalisis, maka langkah selanjutnya adalah menguji keabsahan data. Dalam hal ini peneliti melakukan keabsahan data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian dengan menggunakan peningkatan kekuatan dalam penelitian triangulasi. Wiliam Wiersma yang dikutip dalam karangan Sugiyono menyebutkan triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dilakukan dengan cara triangulasi teknik, sumber data dan waktu.¹⁵

Dalam menguji kredibilitas data ini peneliti menggunakan triangulasi sumber. Dengan menanyakan hal yang sama dengan teknik yang berbeda

¹⁴Milles dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992),. 16

¹⁵Sugiyono. *Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 125

dengan wawancara, observasi dan dokumentasi, kemudian menanyakan hal yang sama melalui sumber yang berbeda. Triangulasi dalam pengujian validitas ditarik sebagai pengecekan data yang berasal dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data dari beberapa sumber tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan nama yang spesifik dari berbagai sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis akan menghasilkan suatu bentuk kesimpulan, yang selanjutnya akan diminta kesepakatan atau *member check* dengan sumber-sumber data tersebut.¹⁶

Dari penelitian ini sumber data yang diperoleh peneliti menggali informasi melalui wawancara, arsip maupun dokumen lainnya dari pihak-pihak yang terkait semuanya untuk mengecek suatu kebenaran.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi data untuk menguji validitas data dilakukan dengan cara memeriksa data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.¹⁷

Untuk mendapatkan data dilakukannya dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lainnya

¹⁶Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, (untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, dan konstruktif)*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 191

¹⁷Sugiyono,.. 191

informasi dari kepala sekolah, waka humas, perwakilan guru secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

3. Triangulasi Waktu

Dalam rangka pengujian validitas menggunakan waktu dilakukan pengecekan dengan teknik penelitian namaun dalam rentang waktu atau situasi yang beda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga samapi ditemukan kepastian datanya.¹⁸

Triangulasi waktu dimulai dari tahap observasi awal hingga selesainya penelitian secara berulang-ulang sehingga ditemukannya sampai ditemukan kebenaran datanya.

¹⁸Sugiyono,..192

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum MAN Rejang Lebong

1. Sejarah Singkat MAN Rejang Lebong

MAN Rejang Lebong berdiri pada tahun 1992. Pada Awalnya MAN Rejang Lebong bernama MAN 2 Curup. Namun sejak dilakukannya pemekaran daerah pada tahun 2007 menjadikan Kabupaten Rejang Lebong dibagi menjadi 3 (tiga) Kabupaten yakni Kabupaten Rejang Lebong (Kabupaten Induk), Kabupaten Kepahiang, dan Kabupaten Lebong. Sehingga pada tahun tersebut man 2 Curup resmi berganti nama menjadi MAN Rejang Lebong. Dan dinobatkan menjadi satu - satunya Madrasah Aliyah Negeri yang ada di Kabupaten Rejang Lebong. Adapun Kepala Madrasah yang pernah bertugas pada MAN Rejang Lebong sebagai berikut:¹

Tabel 4.1 Kepala Madrasah sejak 1958-sekarang

No	Nama Kepala Madrasah	Lama Menjabat	Status Madrasah
1.	Sulaiman Djas, BA	1992-1997	MAN
2.	Drs. M. Sayuni	1997-2000	MAN
3.	Drs. Aidi Mukhtarillah	2000-2005	MAN
4.	Dra. Nurlela	2005-2013	MAN
5.	Drs. Abdul Munir, M.Pd	2013-2017	MAN
6.	H. Saidina Ali, M.Pd	2017-2020	MAN
7.	H. Yusrijal, M.Pd.	2020-sekarang	MAN

Sumber: Kepala Sekolah MAN RL 13 Febuari 2024

¹ Dokumentasi MAN Rejang Lebong. 8 Januari 2024

2. Visi dan Misi

Visi: Terwujudnya siswa/siswi MAN Rejang Lebong yang islami, berakhlak mulia, cerdas dan kompetitif.

Misi:

- a. Meningkatkan kualitas pemahaman dan penamalan ajaran Islam.
- b. Meningkatkan mutu pendidikan yang sesuai dengan tuntunan masyarakat dan perkembangan IPTEK dengan mengedepankan IMTAQ.
- c. Mengoptimalkan lulusan madrasah yang berprestasi akademik, mampu bersaing dan berakhlak mulia.
- d. Menghasilkan lulusan yang terampil, mandiri dan berperan aktif dalam masyarakat.²

3. Struktur Organisasi Madrasah Aliyah Negeri Rejang Lebong

Adapun data struktur dewan guru sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Dewan Guru MAN Rejang Lebong

Sumber: Tata Usaha MAN RL 05 Februari 2024

² Bagian Administrasi MAN Rejang Lebong. 8 Januari 2024

4. Jumlah personil Pendidik dan Tenaga Pendidik

Tabel 4.2 Data Guru MAN Rejang Lebong

No	Nama Guru	Gol	Pendidikan Terakhir	Fakultas	Bidang Study
1	Drs. H. Fatqul Hadi, M. Pd.	IV/a	S2	Manajemen	Bahasa Arab
2	Drs. Firdaus, M.Pd.	IV/a	S2	Pendidikan	Antropologi
3	Drs. Syahrul Pasmawi, M. Pd.	IV/a	S2	FKIP	Geografi
4	H. Nikmatul Husnah, S. Ag.	IV/a	S1	FKIP	Matematika
5	Azhari, S. Ag., MM	IV/a	S1	Tarbiyah	Al-Quran Hadits
6	Murni Aida, S. Pd.	IV/a	S1	Manajemen	Bahasa Inggris
7	Drs. Hairul Rozi	IV/a	S1	FKIP	PKN
8	Budin Kaplin, S. Pd, MM	IV/a	S1	Usuludin	Geografi
9	Azmi Helian, M. Pd.	IV/a	S2	Manajemen	Matematika
10	Suyatmi, M. Pd.	IV/a	S2	FKIP	Bahasa Indonesia
11	Lilis Suryani, M. Si.	III/c	S2	FKIP	Matematika
12	Hernedi Maruf, S. Ag., M. Pd.	III/c	S2	FKIP	Quran Hadits
13	Marlina Susila, S. E., S. Pd.	III/c	S2	SSQ	Kimia
14	Drs. Sardiman	IV/a	S1	Manajemen Pendidikan	Penjas
15	Hj. Anisa Marita, S.Pd.	IV/a	S1	FKIP	Biologi
16	Tuti Lisnawati, S. Pd.	III/d	S1	FKIP	Biologi
17	Ismiarti, S. Pd.	IV/a	S1	FKIP	Ekonomi
18	Hilda Septi Viana, S. Pd., M.Pd.	III/d	S2	FKIP	BK
19	Tina Musyarofah, M.Pd.	III/c	S2	Tarbiyah	Olah Raga
20	Agung Murti Wibowo, S. OR.	III/a	S1	Pendidikan Olah Raga	Bahasa Indonesia
21	Septiana,S.Ag.	III/a	S1	Usuluddin	Bahasa Indonesia
22	Lita Zahara, S. Pd.	III/a	S1	FKIP	Ekonomi
23	Hj. Eriszana F, S. Pd.	III/a	S1	Pendidikan	Ekonomi
24	Rahmayuni, S. Pd. I.	III/a	S1	Manajemen Pendidikan	Ekonomi
25	Qoriatul Fitri, . Pd. I.	III/a	S1	Tarbiyah	Bahasa Inggris
26	Citra Amelia Sari, S. Pd.	III/a	S1	Pendidikan Bahasa Arab	Bahasa Arab
27	Royhan Rambos, S. Sos.	III/a	S1	Pendidikan Bahasa Inggris	Bahasa Inggris
28	Nova Oktarianita, S. Pd.	III/a	S1	Pendidikan Bahasa Inggris	PKN
29	Siti Zaya Aisyahlika, S. Pd.	III/a	S1	Pendidikan Kimia	Kimia, Fisika,PKWU
30	Iim, S.H.	III/a	S1	Fisipol	Kimia, Matematika,
31	Ivan Taufan, S.I.P.	III/a	S1	Syariah Fisipol	Fiqih
32	Pendi Putra, S. Pd.	III/a	S1	FKIP	PKN

Dari observasi peneliti bahwa jumlah tenaga pendidik dan tenaga pendidik yang golongan IV/a berjumlah 13 guru, sedangkan golongan III/d 2 guru, golongan III/c ada 4 guru, golongan III/b ada 1, dan golongan III/a ada 12 guru yang sekarang bertugas di MAN Rejang Lebong.³



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Tata Usaha MAN Rejang Lebong

Sumber: Tata Usaha MAN RL 05 Febuari 2024

Tabel 4.3 Data Pegawai MAN Rejang Lebong

No.	NAMA	Pangkat Golongan	Pendd.	Tugas
1	Sinarti Asia, S. Ag NIP.197010011997032004	Penata TK I III/d	S1	Ka.TU
2	Ismunandar S.Sos NIP.196807031990011001	Penata Muda TK I III/c	S1	JFU
3	Didi Kosmanto, M. Pd NIP. 198602102011011010	Panata Muda Tk. 1 III/c	S1	JFU
4	Rahmad Darmawan, S. Pd. I	-	S1	JFU
5	Hendio Septinaldo, S. Pd	-	S.1	JFU
6	Neli Novrida, A. Md	-	D3	JFU

³ Website MAN Rejang Lebong.sch.Id. 8 Januari 2024

5. Jumlah Siswa Atau Grafik Siswa Pertahun

Adapaun jumlah data siswa pertahun penerimaan siswa baru MAN RL sebagai berikut:

Tabel 4.4 Data Penerimaan Siswa Baru MAN Rejang Lebong

No	Tahun Ajaran	Jumlah Pendaftar	Jumlah Diterima
1	2018/2019	456	320
2	2019/2020	478	335
3	2020/2021	524	355
4	2021/2022	531	356
5	2022/2023	592	403

Dari hasil penelitian data diatas menunjukkan bahwa grafik Penerimaan peserta Didik Baru pada setiap tahunnya ada peneningkatan yang sangat senifikan, maka dari itu tidak heran jika MAN Rejang Lebong bayak diminati oleh masyarakat yang ingin menyekolahkan anaknya disana.⁴

6. Sarana dan Prasarana

a. Fisik

- 1) Luas Tanah Seluruhnya : 9.878 M²
- 2) Penggunaan Bangunan : 5.791 M²
- 3) Penggunaan Halaman Taman : 3.462 M²
- 4) Penggunaan Lapangan Olahraga : 625 M²

⁴ Bagian Administrasi MAN Reajang Lebong. 8 Januari 2024

5) Daya Listrik

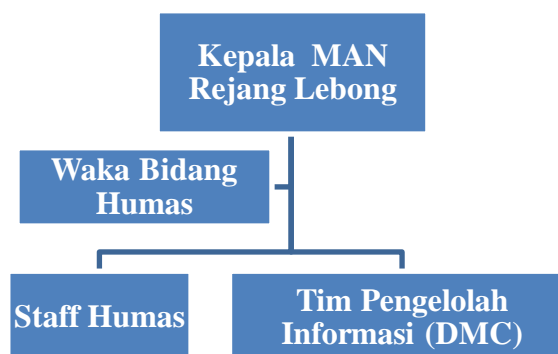
: 12.500W

Tabel 4.5 Sarana dan Prasarana MAN Rejang Lebong

No	Jenis Ruang/ Alat	Keterangan	
		Jumlah	Satuan
1	Ruang Belajar/Kelas	28	Ruang
2	Ruang Kepala Sekolah	1	Ruang
3	Ruang Guru	2	Ruang
4	Ruang TU	1	Ruang
5	Ruang Perpustakaan	1	Ruang
6	Ruang Praktek Computer	1	Ruang
7	Ruang Labolaturium	1	Ruang
	a. Fisika	0	Ruang
	b. Biologi	1	Ruang
	c. Kimia	0	Ruang
8	Runag Wakil Kepala	1	Ruang
9	Ruang BP/BK	1	Ruang
10	Ruang OSIS	1	Ruang
11	Ruang Usaha Kesehatan Sekolah	1	Ruang
12	Ruang Koprasi	1	Ruang
13	Tempat Ibadah	1	Ruang
14	Kamar Mandi/ WC Guru	5	Buah
15	Kamar Mandi/ WC Murid	44	Buah
16	Rumah Penjanga Sekolah	1	Buah
17	Tempat Parkir	2	Buah
18	Computer/ Laptop	80	Unit
19	Mesin Tik	2	Buah
20	Mesin Stensil	0	Buah
21	Brankas	2	Buah
22	Filing Cabinet	2	Buah
23	Meja Guru/ Pegawai	86	Buah
24	Kursi Guru/ Pegawai	86	Buah
25	Meja Murid	850	Buah
26	Kursi Murid	969	Buah
27	Telpon/ Fax	1	Buah
28	Televisi	2	Buah
29	Tape Recorder	2	Buah
30	Mik	4	Buah
31	Alat Kesehatan Usaha Kesehatan	8	Set
32	Alat Olahraga	120	Set

No	Jenis Ruang/ Alat	Keterangan	
		Jumlah	Satuan
33	Lemari	52	Buah
34	Mesin Genset	1	Buah
35	Asarama Putri	2	Buah
36	Ruang Multi Media	1	Buah
37	Ruang Labor Bahasa	1	Ruang

**7. Program Kerja Wakil Kepala Madrasah Bidang
Hubungan Masyarakat (HUMAS) MAN Rejang Lebong
Tahun Pelajaran 2023/2024**



**Bagan 4.1 Organisasi dan Tupoksi Humas MAN Rejang
Lebong**

Sumber: Wakil Humas MAN RL 13 Febuari 2024

8. Kegiatan Ekstrakurikuler

Program Pembinaan Ekstrakurikuler

a. Pengertian Kegiatan Ekstrakurikuler

Kegiatan Ekstrakurikuler adalah kegiatan pendidikan di luar jam pelajaran biasa yang dilakukan di madrasah/sekolah maupun di luar madrasah/sekolah untuk membantu pengembangan peserta didik sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, dan minat mereka melalui kegiatan yang secara khusus

diselenggarakan oleh pendidik dan atau tenaga kependidikan yang berkemampuan dan berkewenangan di madrasah/sekolah secara berkala dan terprogram.

b. Tujuan Umum

Menunjang pencapaian tujuan institusional dalam upaya pembentukan manusia Indonesia seutuhnya berdasarkan Pancasila, yaitu :

- 1) Manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT., Tuhan Yang Maha Esa dan berbudi pekerti luhur;
- 2) Memiliki pengetahuan dan keterampilan;
- 3) Sehat jasmani dan rohani;
- 4) Kepribadian yang mandiri dan mandiri;
- 5) Rasa tanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan.

c. Tujuan Khusus

- 1) Memberikan pengayaan kepada peserta didik yang menyangkut aspek pengetahuan, keterampilan dan sikap untuk menjadi manusia seutuhnya;
- 2) Menambah pengetahuan dan keterampilan kepada peserta didik untuk memanfaatkan potensi lingkungan alam, lingkungan sosial dan lingkungan budaya;
- 3) Mengembangkan kemampuan peserta didik untuk memanfaatkan kegiatan industri dan dunia usaha (kewiraswastaan);
- 4) Mengembangkan keterampilan dan nilai-nilai kemanusiaan, ketekunan, kerja keras dan disiplin melalui kegiatan ekstrakurikuler;
- 5) Menanamkan kemampuan dan keterampilan melakukan tindakan dan perilaku hidup sehat secara jasmani dan rohani;

- 6) Menanamkan kemampuan meneliti dan mengembangkan daya cipta untuk menemukan hal baru;
 - 7) Menanamkan nilai-nilai gotong royong, kerjasama, tanggungjawab dan disiplin melalui kegiatan koperasi madrasah/sekolah;
 - 8) Memberikan bekal kemampuan berorganisasi melalui kegiatan di madrasah/sekolah maupun di luar madrasah/sekolah;
 - 9) Memberikan bekal keterampilan praktis yang diperlukan peserta didik untuk hidup di masyarakat, mencukupi kebutuhannya sendiri maupun membantu kebutuhan orangtuanya;
 - 10) Menanamkan rasa cinta dan tanggung jawab dalam upaya melestarikan lingkungan alam dan budaya;
 - 11) Menanamkan budaya kerja dan etos kerja yang diperlukan untuk pembangunan berkelanjutan;
 - 12) Menanamkan dan menambah wawasan kerohanian, mental dan agama untuk hidup dalam masyarakat, bangsa dan negara.
 - 13) Memberikan bekal kemampuan berbakti dan berpartisipasi dalam pembangunan daerah.
- d. Fungsi Kegiatan Ekstra Kurikuler
- 1) Pengembangan, yaitu fungsi kegiatan ekstra kurikuler untuk mengembangkan kemampuan dan kreativitas peserta didik sesuai dengan potensi, bakat dan minat mereka.
 - 2) *Sosial*, yaitu fungsi kegiatan ekstra kurikuler untuk mengembangkan kemampuan dan rasa tanggung jawab sosial peserta didik.
 - 3) *Rekreatif*, yaitu fungsi kegiatan ekstra kurikuler untuk mengembangkan suasana rileks, mengembirakan dan

menyenangkan bagi peserta didik yang menunjang proses perkembangan.

- 4) *Persiapan karir*, yaitu fungsi kegiatan ekstrakurikuler untuk mengembangkan kesiapan karir peserta didik.

e. Prinsip Kegiatan Ekstrakurikuler

- 1) *Individual*, yaitu prinsip kegiatan ekstrakurikuler yang sesuai dengan potensi, bakat dan minat peserta didik masing-masing;
- 2) *Pilihan*, yaitu prinsip kegiatan ekstrakurikuler yang sesuai dengan keinginan dan diikuti secara sukarela peserta didik;
- 3) *Keterlibatan aktif*, yaitu prinsip kegiatan ekstrakurikuler yang menuntut keikutsertaan peserta didik secara penuh;
- 4) *Menyenangkan*, yaitu prinsip kegiatan ekstrakurikuler dalam suasana yang disukai dan mengembirakan peserta didik;
- 5) *Etos kerja*, yaitu prinsip kegiatan ekstrakurikuler yang membangun semangat peserta didik untuk bekerja dengan baik dan berhasil;
- 6) *Kemanfaatan sosial*, yaitu prinsip kegiatan ekstrakurikuler yang dilaksanakan untuk kepentingan masyarakat.

f. Bidang dan Jenis Kegiatan Pembinaan

- 1) Bidang Olah raga
 - a) Sepak Bola
 - b) Volley Ball
 - c) Tenis Meja
 - d) Bulu tanagkis
 - e) Renang
 - f) Takraw
 - g) Futsall
 - h) Catur

- i) Olah raga prestasi lainnya.
- 2) Bidang Seni
- a) Seni Tilawah
 - b) Seni Qasidah, Marawis dan Hadrah
 - c) Seni Organ Tunggal
 - d) Seni Tari Tradisional : Tari Persembahan, tari Kejai, tari Piring.
 - e) Seni Modern
 - f) Melukis/Kaligrafi.
- 3) Bidang wawasan Kebangsaan
- a) Pasukan Pengibar Bendera (Paskibra);
 - b) Palang Merah Remaja (PMR);
 - c) Pramuka;
 - d) Kelompok Ilmiah Remaja (KIR);
 - e) Pusat Informasi dan Konsling Remaja (PIK-R).
- g. Pembinaan Ketaqwaan Terhadap Allah SWT
- a) Pelajar Peserta Kajian Keislaman;
 - b) Bimbingan Muhadharah, Ceramah, Khutbah Jum'at;
 - c) Bimbingan Pelaksanaan Fardhu kifayah, Manasik Haji;
 - d) Pembinaan keterampilan dan Kewirausahaan;
 - e) Koperasi Peserta didik (Kopsis);
 - f) Majalah Dinding (Mading).
- h. Peranan dan Tugas Guru/Kepala Madrasah

Dalam kegiatan ekstrakurikuler tugas guru antara lain memberikan rangsangan dan motivasi serta arahan-arahan/pembinaan mulai dari persiapan, pelaksanaan, penilaian dan upaya pengembangan. Selama kegiatan ekstrakurikuler berlangsung, peranan guru/kepala sekolah adalah sebagai berikut :

1) Sebagai Motivator

Memberikan rangsangan dan dorongan bagi peserta didik agar dapat mau melakukan sesuatu secara perorangan, berpasangan, kelompok maupun menurut rombongan belajar (klasikal).

2) Sebagai Fasilitator/Tutor

Berperan memberikan materi dan membantu kesulitan-kesulitan yang dihadapi peserta didik dalam melaksanakan kegiatan ekstrakurikuler.

3) Sebagai Dinamisator/Akselelator

Mendorong aktifitas peserta didik agar dapat melakukan kegiatan yang lebih banyak dan lebih bervariasi dari segi kualitas dan kreatifitas peserta didik.

4) Sebagai konselor

Memberikan bimbingan dan menjadi nara sumber, tempat berkonsultasi untuk kegiatan dari tahap persiapan, pelaksanaan, penilaian, tidak lanjut dan pengembangannya.

B. Manajemen *Public Relation* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong

1. Perencanaan *Public Relations* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong

Tahap pertama dalam manajemen hubungan masyarakat adalah perencanaan. Perencanaan pada hakikatnya adalah proses pengambilan keputusan atas sejumlah alternatif (pilihan) mengenai sasaran dan cara-cara yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang guna mencapai tujuan yang dikehendaki serta pemantauan dan penilainnya atas hasil

pelaksanaannya, yang dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan.⁵ Perencanaan adalah proses kegiatan rasional dan sistemik dalam menerapkan keputusan, kegiatan atau langkah-langkah yang akan dilaksanakan di kemudian hari dalam rangka usaha mencapai tujuan secara efektif dan efisien.⁶

Perencanaan ialah sejumlah kegiatan yang ditentukan sebelumnya untuk dilaksanakan pada suatu periode tertentu dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan. Perencanaan menurut Bintoro Tjokroaminoto ialah proses mempersiapkan kegiatan-kegiatan secara sistematis yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Prajudi Atmosudirdjo perencanaan ialah perhitungan dan penentuan tentang sesuatu yang akan dijalankan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, siapa yang melakukan dan bagaimana cara melakukannya. Rencana-rencana yang dibutuhkan untuk memberikan kepada organisasi, tujuan-tujuannya, dan menetapkan prosedur terbaik untuk pencapaian tujuan-tujuan itu.⁷ Perencanaan adalah proses memikirkan apa yang akan dilakukan dengan memadukan sumber daya manusia dan sumber daya alam, serta hasil yang kemungkinan akan dicapai dalam suatu tugas atau aktivitas yang saat

⁵ Sa'diyah, Fifi Imamatus. *Manajemen Public Relations Dalam Menarik Minat Masyarakat Di SD Al-Baitul Amien Jember Tahun Ajaran 2019/2020*. Diss. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Kependidikan Islam Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, 2020, 28

⁶ Sukarmin B, Sukarmin B. *Manajemen hubungan masyarakat di sekolah dasar islam terpadu qurrata a'yun Kuala Pembuang*. Diss. IAIN Palangka Raya, 2021, 30

⁷ Noor, Muhammad. *Manajemen hubungan sekolah dan masyarakat (humas) di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Sahabat Alam Palangka Raya*. Diss. IAIN Palangka Raya, 2017, 13

ini diawasi oleh manajemen.⁸ Perencanaan adalah keseluruhan proses dan penentuan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan.⁹ Perencanaan ini dilakukan melalui penelitian guna mendapatkan data yang akurat. Penelitian yang dimaksud di sini adalah *data collecting* (pengumpulan data) dan *fact finding* (pengkajian data). Sedangkan yang diteliti adalah aspek-aspek yang menyangkut hubungan organisasi dengan publik.

MAN Rejang Lebong merupakan salah satu sekolah tingkat SLTA yang bernuansa Islami dimana sekolah tersebut merupakan sekolah di bawah naungan kemenag, dan menjadi sekolah satu-satunya Madrasah Aliyah Negeri yang ada di Kabupaten Rejang Lebong. Tidak sedikit minat masyarakatnya yang ingin menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut, dilihat dari indeks PPDB (penerimaan peserta didik baru) di MAN Rejang Lebong kian meningkat. Adapun wawancara mengenai proses perencanaan public relations dalam meningkatkan minat masyarakatnya, sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak H. Yusrijal, M. Pd., selaku kepala sekolah MAN Rejang Lebong menyampaikan bahwa:

Ya, terkait dengan public relations atau manajemen humas saya melihat langsung melalui survei atau interaksi tim *public relations* sekolah dengan orangtua siswa itu sudah baik, dari tahun ketahun ada peningkatan dan matriksnya naik, dengan melalui kegiatan

⁸ Frank Jefkins, *Public Relations: Made Simple*, (London: Elsevier, 2016), 49

⁹ Maziyah, Silfiyah Aisyatul. *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Sarana Dan Prasarana Di Sma Islam Al-Hidayah Mangli Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2015/2016*. Diss. Iain Jember, 2016, 19

positif internal ataupun eksternal yang dipublikasi di berbagai media sosial akan menambah daya tarik bagi banyak kalangan orangtua atau calon peserta didik baru.¹⁰

Dalam hal ini juga perencanaan public relations dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap MAN Rejang Lebong yang disampaikan oleh bapak Henedi maruf, M.Pd., selaku wakil kepala bidang hubungan masyarakat (humas) MAN Rejang Lebong menambahkan penjelasan dari kepala sekolah ada beberapa langkah konkrit yang dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap MAN Rejang Lebong bahwa:

Tentunya banyak hal yang kami lakukan secara global, yang mana kinerja dari humas itu ada dua yang pertama ada internal dan eksternal. Internal itu sesungguhnya dari lingkungan kita di dalam kalangan tentunya aktivitas akademik ini para guru siswa juga kemudian dengan komitenya. Yang kedua eksternal tentunya pada masyarakat, madrasah ini bisa mencakup instansi yang ada pada pemerintah dan lembaga yang terkait seperti kesehatan termasuk PMI, Kaporles, dan tentunya OMU kalau itu secara global.

Maka dari itu memberikan ruang pada sepanjang bagaimana MAN Rejang Lebong itu untuk di publikasi ke pada masyarakat supaya mereka berminat dan kecenderungan atau pilihan mereka untuk menitipkan anaknya di madrasah.¹¹

Di MAN Rejang Lebong guru juga melakukan proses perencanaan sebagaimana yang senada disampaikan oleh bapak Royhan Rambos, S. I.P., selaku guru sekaligus Tim Humas MAN Rejang Lebong menyampaikan:

Bahwa di MAN Rejang Lebong segala sesuatu yang berhubungan dengan sekolah baik itu internal maupun eksternal (masyarakat),

¹⁰ H. Yusrijal, M. Pd selaku kepala sekolah MAN Rejang Lebong, Wawancara 13 Februari 2024

¹¹ Henedi maruf, M.Pd selaku wakil kepala bidang hubungan masyarakat (humas) MAN Rejang Lebong, wawancara 13 Februari 2024

itu melibatkan seluruh guru, jadi diadakannya rapat secara terbuka maka guru dibebaskan untuk berpendapat untuk menentukan hasil akhir pada perencanaan sekolah dengan keputusan bersama. Keterlibatan guru dalam proses perencanaan *public relations* di MAN Rejang Lebong melibatkan beberapa aspek, seperti memberikan masukan tentang pesan yang tepat untuk disampaikan kepada masyarakat, berpartisipasi dalam kegiatan promosi sekolah, dan berkomunikasi dengan berbagai pihak terkait.¹²

Berdasarkan analisis peneliti, dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan humas sudah dilakukan, baik dari segi internal maupun eksternal dalam membangun kepercayaan pada masyarakat secara langsung atau tidak langsung yang melibatkan seluruh warga sekolah untuk menentukan tujuan. Hal yang senada juga diungkapkan dengan bapak Eko Budiyanto, S. Pd., selaku guru serta sekaligus Tim Humas MAN Rejang Lebong bahwa:

Untuk yang bersekolah disini seluruh guru memang memiliki peran, karna guru-guru banyak yang tinggal di daerah simpang bukit, jadi apabila yang tinggal di daerah sana maka guru tersebut akan mensosialisasikan di daerah sana kepada masyarakatnya, yang mau masuk ke MAN Rejang Lebong terus bisa lewat sosial media dan lewat guru-gurunya langsung. Maka dari itu ada guru sekaligus ustad saat berceramah biasanya lewat sana di sosialisasikan bagaimana mensosialisasikan, untuk tahun kemarin dari pembina ibadah itu melakukan safari jumat ke daerah-daerah dan keliling untuk mensosialisasikan keliling itu untuk mempromosikan MAN Rejang Lebong.¹³

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilaksanakan peneliti, dari paparan diatas menandakan bahwa di MAN Rejang Lebong dalam merancang dan mengimplementasikan strategi manajemen public

¹² Royhan Rambos, S. IP selaku guru serta sekaligus Tim Humas MAN Rejang Lebong, wawancara 05 Februari 2024

¹³ Eko Budiyanto selaku guru serta sekaligus Tim Humas MAN Rejang Lebong, Wawancara 05 Februari 2024

relations untuk meningkatkan minat masyarakatnya dari tim public relations melakukan langkah konkret dalam strategi pelaksanaannya yaitu dengan analisis situasi terkait citra dan reputasi sekolah di masyarakat. Bisa melalui mengidentifikasi audiens, jadi perlunya audiens di pengaruhi untuk meningkatkan strategi termasuk siswa, orangtua siswa dan masyarakat terutama media sosial dengan menekankan pada nilai-nilai, prestasi dan keunggulan MAN Rejang Lebong. Terakhir dengan melakukan evaluasi dan pemantauan secara terus menerus terhadap efektifitas strategi public relations.

Sejauh mana keterlibatan mereka mempengaruhi hasil akhir tergantung pada seberapa efektif mereka dalam menyampaikan pesan-pesan tersebut dan sejauh mana mereka mampu membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan stakeholder lainnya.

Dengan adanya pendidikan di MAN Rejang Lebong merupakan faktor utama yang akan mempengaruhi minat masyarakat, bahwa sekolah yang prestasi akademik dan fasilitas belajar mengajarnya sudah memenuhi standar pendidikan, maka pengaruh persepsi masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak H. Yusrijal, M. Pd., selaku kepala sekolah MAN Rejang Lebong menyampaikan:

Ya, ada beberapa faktor yang sangat berpengaruh dan sangat krusial untuk meyakinkan minat masyarakat pada sekolah terutama pada kualitas pendidikan yang ditawarkan. Apabila pendidikan di sekolah berkualitas dan di iringi dengan fasilitas belajar memadai, maka daya tarik sekolah untuk mempengaruhi masyarakat. Selain itu, kurikulum dan program ekstrakurikuler

juga penting. Misalnya kita punya program unggulan atau kegiatan yang menarik untuk siswa. Jadi, keterlibatan seluruh warga sekolah baik dari humas maupun guru dan staff, pastinya komunikasi yang baik juga sangat penting, kalau kita bisa transparan dan terbuka dalam komunikasi dengan masyarakat, itu akan membangun hubungan yang positif.¹⁴

Melalui proses observasi, maka dari itu pendidikan yang ditawarkan akan mempengaruhi kualitas MAN Rejang Lebong yang akan mempengaruhi langsung masyarakatnya. Dan manajemen public relations MAN Rejang Lebong berusaha menjadi organisasi yang terbaik dalam lembaga serta berusaha semaksimal mungkin dalam menjalankan tugas-tugasnya harus profesional sesuai dengan petunjuk dan teknis yang sudah ada sebelumnya. Karena hal ini sangat menentukan kemajuan lembaga, karena humas memiliki tanggungjawab dalam sosialisasi ke masyarakat.

Harapan dari program ini adalah agar seluruh komponen yang berada didalamnya terlibat dan ikut serta dalam menjalankan keberhasilan program humas. Sebelum menjadi lembaga yang diminati banyak masyarakat, lembaga ini juga seperti lembaga yang lainnya yang berusaha untuk membangun kepercayaan terhadap lembaganya. Seperti diungkapkan oleh bapak Henedi Maruf, M.Pd., selaku wakil kepala bidang hubungan masyarakat (humas) MAN Rejang Lebong sebagai berikut:

Nah, melihat apa dan siapa yang dihadapi, ketika masyarakat yang dihadapi paten, melihat dari polapikirnya standar yang

¹⁴H. Yusrijal, M. Pd selaku kepala sekolah MAN Rejang Lebong, Wawancara 13 Februari 2024

menengah kebawah tentunya stastistiknya berbeda dengan orang-orang yang intelektuanya tinggi dan berpengaruh juga dengan penyampain apa yang dipublikasikannya ini berbeda-beda sesuai dengan strategi yang ada.

Itu salah satu yang disampaikan bahwa ada kalanya menyapaikan pesan tentang nilai jual MAN Rejang Lebong ini bisa komunikatif melalui empat mata dan yang lebih cepat bisa juga melalui media sosial dengan pesan-pesan singkat untuk menarik minat masyarakat.¹⁵

Bahwa pesan-pesan yang disampaikan pada masyarakat terkait dari kegiatan atau program manajemen *public relations* untuk membangun kepercayaan terhadap masyarakat adanya tingkat kesadaran public. Masyarakat harus tahu mengenai isu-isu atau entitas dapat ditingkatkan melalui edukasi yang terarah dan komunikasi yang efektif pada sekolah, maka dari itu pada penerimaan PPDB (penerimaan peserta didik baru) sekolah sudah siap. Dalam hal ini yang disampaikan oleh bapak Eko Budiyanto, S. Pd., selaku guru serta sekaligus Tim Humas MAN Rejang Lebong:

Semua yang terkait dengan pendaftaran PPDB MAN Rejang Lebong sudah ada jadwal yang tersusun, jadi pada jadwal penerimaan MAN dan bagaimana dengan mendaftarkan mereka bisa langsung ke MAN. Terus bisasanya kami juga melakukan ya melalui Media sosial karna sekarang kan masyarakat lebih gencar memakainya dalam mencari informasi terkait sekolah. Jadi kami selain sosialisasi dengan masyarakatnya langsung juga bersosialisasi di media sosial.¹⁶

untuk membangun tingkat pemahaman public bagaimana MAN Rejang Lebong berhasil dari upaya yang berkelanjutan dalam menyampaikan informasi secara jelas, relevan dan terbuka kepada

¹⁵ Hernedi Maruf, M.Pd selaku wakil kepala bidang hubungan masyarakat (humas) MAN Rejang Lebong, Wawancara 13 Febuari 2024

¹⁶ Eko Budiyanto, S. Pd selaku guru serta sekaligus Tim Humas MAN Rejang Lebong, wawancara 05 Febuari 2024

masyarakat. tingkat pemahaman public dapat ditingkatkan melalui pendidikan, sosialisasi penyuluhan, dialog terbuka, dan tranparasi dalam menyampaikn informasi terkait sekolah tersebut. Dengan demikian MAN Rejang Lebong, dalam membangun pemahaman public relations yang kuat memerlukan kerja sama antara berbagai pihak, termasuk lembaga pendidikan, pemerintahan, organisasi non profit, dan masyarakat secara keseluruhan dan bahkan bisa melibatkan alumni, siswa atau staf MAN Rejang Lebong dalam mengamplifikasi pesan positif untuk bisa membangun pemahaman masyarakat. Berdasarkan apa yang telah disampaikan oleh bapak Hernedi Maruf, M.Pd., selaku wakil kepala bidang hubungan masyarakat (humas) MAN Rejang Lebong:

Ada beberapa yang telah kami lakukan diantaranya para alumni, yaitu kita mencoba undang para alumni dengan mengguna sosial media bisa menggunakan website nya MAN Rejang Lebong dengan menggunakan pesan-pesan moral, motivasi ataupun kegiatan yang ada di sekolah di website tersebut.

Dengan harapan memebrikan nilai jual atau marketing madarasah di mata masyarakat, maka adanya nilai jual itu sendiri akan memberikan perkembangan untuk sekolah tersebut. Karna dari sepanjang yang dialami dikehidupan sekolah dulu belum seperti pada saat ini. Salah satunya ya termasuk di IAIN Curup tenaga dosennya juga ada lulusan dari MAN Rejang Lebong dan selebihnya ada juga yang menjadi guru atau dosen di kampus-kampus lain, jadi ini bisa menumbuhkan kekuatan atau keyakinan masyarakat untuk memasukan anaknya di madarasah.¹⁷

Selain itu, peneliti juga melakukan penelitian melalui wawancara terhadap Bapak Nasir selaku salah satu wali siswa, dalam pernyataanya sebagai berikut:

¹⁷ Hernedi Maruf, Wawancara 13 Febuari 2024

Yang perlu dilakukan oleh pihak madrasah yaitu kerjasama orangtua siswa dengan seluruh warga sekolah berinteraksi kepada masyarakat untuk membangun kepercayaan dalam memberikan pemahaman terkait nilai jual sekolah yang akan ditawarkan akan memberikan perkembangan akademis untuk anaknya, agar sekolah tersebut terlihat bagus dimata masyarakat.¹⁸

Untuk dapat meningkatkan dukungan positif dari masyarakat humas mempunyai strategi yang terkait madrasah dalam pelaksanaan kegiatan sekolah berkolaborasi dengan media-media yang ada. Strategi manajemen humas ini merupakan tahapan yang sangat penting dalam kegiatan agar pelaksanaan dari strategi manajemen humas terarah dengan baik. Aspek yang mendasari direncanakannya strategi manajemen humas menekankan pada metode atau cara yang akan dilaksanakan dalam upaya menarik minat masyarakat. Berdasarkan apa yang telah disampaikan terpisah oleh bapak Hernedi Maruf, M.Pd., selaku wakil kepala bidang hubungan masyarakat (humas) MAN Rejang Lebong:

Ya, untuk meningkatkan dukungan dan liputan positif terhadap MAN Rejang Lebong, kita perlu merencanakan strategi yang melibatkan media lokal secara aktif. Kita bisa memulainya dengan mengidentifikasi media lokal yang relevan dan menyusun pesan yang menarik untuk disampaikan, seperti kita bisa mengundang para jurnalis dari media lokal untuk menghadiri acara penting MAN Rejang Lebong dan memberikan informasi yang mendalam tentang kegiatan dan dampak positifnya bagi masyarakat setempat.

Selain itu, kita juga bisa mengirimkan siaran pers secara berkala kepada media sosial untuk meningkatkan visibilitas MAN Rejang Lebong. Dengan melibatkan media lokal secara produktif,

¹⁸ Nasir selaku wali siswa wawancara yang dilaksanakan tanggal 3 Maret 2024

dimana kita dapat meningkatkan pemahamana dan dukungan public terhadap program ini.¹⁹

Dengan adanya strategi perencanaan dari humas MAN Rejang Lebong sendiri untuk bisa konsistensi dalam membanguan *relationship* terhadap media lokal untuk bisa bekerja sama dalam memberikan informasi tkerhadap masyarakat terkait lembaga madarasah, sehingga lembaga bisa dikenal baik dimata masyarakat ataupun di media sosial. Dari media lokal masyarakat bisa meningkatkan pemahamanya mengenai madarasah melalui pesan-pesan dan tujuan nilai-nilai MAN Reajang Lebong, berdasarkan apa yang telah disampaikan oleh bapak Henedi Maruf, M.Pd., selaku wakil kepala bidang hubungan masyarakat (humas) MAN Rejang Lebong:

Untuk memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan melalau public relations sesuai dengan nilai-nilai dan inti MAN Rejang Lebong, kita perlu melakukan beberapa langkah. Pertama kita perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai dan tujuan utama MAN Rejang Lebong. Kemudian pesan-pesan yang disusun harus merujuk pada nilai-nilai tersebut dan menggambarkan dengan jelas bagaimana kegiatan atau program yang dilakukan mendukung tujuan MAN Rejang Lebong. Selain itu kita juga perlu secara teratur melakukan evaluasi dan pemantauan terhadap pesan-pesan yang disampaikan, serta menerima umpan balik dari publik untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap sesuai dengan nilai-nilai dan inti MAN Rejang Lebong.²⁰

Tujuan dari manajemen humas terhadap masyarakat atau medial lokal untuk memeberikan informasi secara mendalam mengenai MAN Rejang Lebong, kerena informasi yang telah diberikan wakil bidang

¹⁹ Henedi Maruf, Wawancara 13 Febuari 2024

²⁰ Henedi Ma'ruf, Wawancara 13 Febuari 2024

humas baik mengenai informasi PPDB (penerimaan peserta didik baru) atau prestasi akademis siswa itu harus segera dipublikasi atau disebarluaskan mengenai hal-hal yang positif pada lembaga nantinya akan membangun intraksi yang baik, apabila ada sesuatu yang mengenai sekolah tidak baik maka pihak sekolah akan segera mengevaluasi pesan tersebut dan mengkoordinasi dengan media loka atau masyarakat agar tidak langsung menelan bulat berita atau pesan-pesan yang belum tentu kebenarannya. Berdasarkan wawancara dengan bapak Hernedi Maruf, M. Pd., selaku waka bidang humas MAN Rejang Lebong menyatakan bahwa;

Ya, itu jelas karena kita harus cepat tanggap dan responsip apabila ada cikal bakal sesuatu yang mengarah pada hal yang tidak baik, negatif internal MAN Rejang Lebong baik dari guru maupun peserta didik pastinya akan cepat kami antisipasinya, sehingga jangan sampai terpublikasi. Sebagai bagian dari tanggung jawab kami, kami memiliki rencana tanggap darurat dan perbaikan reputasi jika terjadi situasi yang dapat mempengaruhi citra sekolah secara negatif. Rencana tersebut mencakup langkah-langkah seperti merespon dengan cepat terhadap situasi yang muncul, memberikan klarifikasi atau penjelasan yang diperlukan kepada publik, serta mengambil tindakan-tindakan konkrit untuk memperbaiki situasi tersebut. selain, itu kami juga akan bekerja sama dengan semua pihak terkait untuk memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan tetap konsisten dengan nilai-nilai dan inti MAN Rejang Lebong, sehingga dapat meminimalkan dampak negatif terhadap citra masyarakat terhadap MAN Rejang Lebong.²¹

Dengan demikian waka humas MAN Rejang Lebong dapat melanjutkan perencanaan sekolah dalam membangun *relationship* terhadap masyarakat dengan adanya keputusan yang telah disepakati

²¹ Hernedi Ma'ruf, Wawancara 13 Febuari 2024

bersama sesuai dengan nilai dan visi sekolah mencapai tujuan serta meningkatkan citra dan reputasi sekolah di mata masyarakat. Dari apa yang telah disampaikan wawancara terpisah oleh bapak Hernedi Maruf, M. Pd., selaku waka humas MAN Rejang Lebong bahwa;

Kami disini ada tim dari public relations sendiri, nah dari tim tersebut nanti akan kita ambil monitor kerja kita dari humas untuk mengukur sejauh mana aktivis dari pada kawan-kawan, seperti internal guru ataupun siswa tim humas yang akan menilai, bisa mengetahui mana yang memang benar-benar bisa diajak kerja sama dengan baik, maka dari itu untuk melihat maju atau mundurnya dari pengaruh hasil diakhir.

Jadi kami harus memastikan keterlibatan warga sekolah dalam kegiatan public relations dengan mengadakan rapat dan melibatkan mereka dalam perencanaan dan pelaksanaan acara, sertat memebrikan kesempatan bagi kontribusi ide dan umpan balik. Kontribusi mereka secara langsung mempengaruhi hasil akhir, menciptakan hubungan positif dengan masyarakat, meningkatkan citra sekolah, dan memperkuat hubungan antara sekolah dan komunitasnya.

Ya, adanya peluang bagaimana kita memanfaatkan siswa diajarkan dunia publikasi untuk membuat berita, panflet dan sebagainya seputar MAN Rejang Lebong, kami disini mengambil langkah-langkah konkrit dengan mengundang perwakilan media lokal ke acara sekolah, menyediakan akses kepada mereka untuk meliput kegiatan sekolah, dan berkomunikasi secara teratur untuk memastikan informasi yang akurat dan relevan disamping kepada masyarakat melalui media lokal.²²

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, dengan demikian sekolah dapat melanjutkan perencanaan sekolah dalam membangun *relationship* terhadap masyarakat dengan adanya keputusan yang telah disepakati bersama sesuai dengan nilai dan visi sekolah mencapai tujuan serta meningkatkan citra dan reputasi sekolah

²² Hernedi Ma'ruf, Wawancara 13 Febuari 2024

di mata masyarakat. Sebagaimana yang telah di jelaskan oleh bapak Royhan Rambos, S. I.P., selaku guru MAN Rejang Lebong.²³

Kalau untuk MAN Rejang Lebong sendiri itu belum ada PTS, jadi seandainya ada pesan-pesan dan kritik dari masyarakat itu sampainya hanya di satu atau dua orang. Untuk website dan kotak saran di MAN Rejang Lebong sudah ada, tetapi belum berjalan dengan maksimal, maka dari pesan-pesan atau kritikan dari masyarakat masih sedikit dan bisa langsung diambil tindakan mengenai saran dan kritikan.

Adapun peran guru untuk menyusun atau memeberikan masukan terhadap pesan-pesan yang disampaikan kepada masyarakat melalui kegiatan *public relations* yaitu seperti memberikan prespektif dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan kepetingan masyarakat, karena mereka berintraksi langsung dengan siswa dan keluarga mereka, bisa memebantu dalam menyusun pesan-pesan yang relevan, akurat, dan bermakna sesuai dengan nilai-nilai pendidikan dan kebutuhan masyarakat, menyampaikan informasi dan edukasi kepada siswa dan komunikasi sekitarnya tentang isu-isu yang relevan melalui kurikulum dan kegiatan ekstrakurikuler melalui sosialisai, dan memberikan umpan balik dan evaluasi terhadap efektivitas pesan-pesan yang disampaikan, serta saran untuk perbaikan lebih lanjut.²⁴

Hal yang senada juga disampaikan oleh ibu Tina Musyofah, M. Pd., selaku guru mata pelajaran bidang Bimbingan dan Konsling memaparkan sebagai berikut:

Ya, jadi keterlibatan kami ketika mau menerima calon peserta didik baru kami memberi informasi penerima calon peserta didik baru kepada orang-orang disekitar kami dan masyarakat dan menyebarkan brosur dan membantu ketika ada beberapa masyarakat yang bingung untuk mendaftarkan anaknya ke sekolah. Dan kami juga memberitahu pada masyarakat luas baik secara langsung ataupun dimedia sosial melalui pesan-pesan yang mengenai MAN Rejang Lebong baik prestasi akademis atau non akademis siswa untuk menambah daya tarik masyarakat dalam menyekolahkan anaknya disekolah kami.²⁵

²³ Royhan Rambos, selaku guru MAN Rejang Lebong, Wawancara 05 Febuari 2024

²⁴ Royhan Rambos, S. IP selaku guru MAN Rejang Lebong, Wawancara 05 Febuari 2024

²⁵ Tina Musyofah, M. Pd selaku guru mata pelajaran bidang Bimbingan dan Konsling MAN Rejang Lebong, Wawancara 03 Febuari 2024

Jadi, melalui analisis peneliti dapat disimpulkan bahwa peran guru dalam *public relations* di MAN Rejang Lebong itu mencakup dalam memberikan wawasan tentang kebutuhan masyarakat, menyusun pesan yang relevan dalam nilai-nilai pendidikan, menyapaikan informasi kepada siswa dan komunitas, menjadi penghubung antara sekolah dan masyarakat, serta memberikan umpan balik untuk perbaikan pesan yang disampaikan dan dapat ditindak lanjuti.

Dalam pelaksanaan *public relations* guru juga berkontribusi dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan di MAN Rejang Lebong melalui strategi *public relations*. Pada wawancara terpisah di sampaikan dengan bapak Royhan Rambos, S. I.P., selaku guru MAN Rejang Lebong:

Ada agenda rutin yang sering dilaksanakan *coffemorning* yang digelar sebulan sekali pada hari jumat. Nah, disitu keritik saran atau apapun yang masuk terkait pembangunan dan pengembangan MAN Rejang Lebong disampaikan di kegiatan *coffemorning*, jadi di sanalah untuk mengidentifikasi apa yang harus diperbaiki dan ditingkatkan melalui upaya *coffemorning* yang kami lakukan. Salah satu stategi yang dilakukan untuk menampung aspirasi-aspirasi yang ada pada dalam membangun MAN Rejang Lebong lebih baik, yaitu dapat mengopservasi lingkungan sekolah dan peroses pembelajaran untuk memahami secara langsung apa yang berfungsi dan apa yang tidak. Dan berpartisipasi dalam agenda atau kegiatan *coffemorning* baik dengan guru-guru baik staf ataupun kepala sekolah untuk mendiskusikan temuan dan merencanakan strategi *public relations* yang tepat.²⁶

²⁶ Royhan Rambos, Wawancara 05 Febuari 2024

Hal yang sama juga disampaikan oleh ibu Murni, S. Pd., selaku guru mata pelajaran Bahasa Inggris di MAN Rejang Lebong menyatakan bahwa:

Tentu, dengan adanya public relation dapat membantu meningkatkan citra sekolah kita. Karna kenapa yang pertama kita perlu melihat ke dalam sekolah untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada, maka kita dapat mengumpulkan umpan balik dari siswa, staf, dan orang tua untuk mengetahui persepsi mereka tentang sekolah. Nah, dari sana kita dapat ditekan dan kelemahan apa yang perlu diatasi, misalnya jika kita menemukan bahwa MAN Rejang Lebong memiliki program akademik yang unggul tetapi kurang terkenal dimasyarakat melalui media lokal atau sosial media itu perlu diatasi, dan dimana kita melibatkan semua pemangku kepentingan dan menggunakan strategi public relations yang tepat kita dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap MAN Rejang Lebong dan memperkuat posisi kami di mata masyarakat.²⁷

Hal yang serupa juga disampaikan oleh ibu Tina Musyofah, M. Pd., selaku guru mata pelajaran bidang Bimbingan dan Konsling MAN Rejang Lebong bahwa:

Ya, masukannya ketika ada masyarakat atau orangtua dari calon peserta didik yang bertanya tentang MAN Rejang Lebong maka kita menjelaskan mengenai tentang sekolah, dan apabila masyarakat tidak ada bertanya ya jadi kita sekedar bersosialisasi karna kita sifatnya tidak boleh memaksa. Awalnya kita mempromosikan bagi siapa saja yang ingin atau masuk ke MAN Rejang Lebong bisa hubungi kami atau melihat dari brosur dan silahkan mendaftar, nanti responya orang yang melihat dari brosur itu akan diambil dan akan mencari tahu tentang sekolah tersebut.²⁸

Melihat hasil dari observasi dan wawancara, perencanaan manajemen public relations di MAN Rejang Lebong guru, staf dan

²⁷ Murni, S. Pd selaku guru mata pelajaran Bahasa Inggris MAN Rejang Lebong, Wawancara Tanggal 05 Febuari 2024

²⁸ Tina Musyofah, M. Pd selaku guru mata pelajaran bidang Bimbingan dan Konsling MAN Rejang Lebong, Wawancara 03 Febuari 2024

kepala sekolah bekolaborasi dengan tim *public relations* sekolah untuk merancang pesan dan program yang mengatasi kelemahan dan menonjolkan kekuatan sekolah secara efektif, dan mengidentifikasi dalam mengamati lingkungan sekolah dan peroses pembelajaran yang sesuai.

Dalam hal ini terdapat berbagai upaya khusus yang guru dapat lakukan untuk melibatkan siswa dilibatkan kegiatan *public relations* untuk meningkatkan minat masyarakatnya terhadap MAN Rejang Lebong, melalui wawancara yang disampaikan oleh bapak Royhan Rambos, S. I.P., selaku guru di MAN Rejang Lebong:

Ya, di MAN Rejang Lebong ini ada yang namanya kegiatan OSIM (organisasi siswa intra madrasah) mempunyai andil yang sangat besar dalam citra MAN Rejang Lebong yang sangat besar, jadi ada kegiatan-kegiatan yang langsung terjun ke masyarakat OSIM membawa MAN Rejang Lebong ini langsung kemasyarakat dimana penyerhan bantuan dan sedekah ke panti atau sebagainya.

Termasuk juga keterlibatan orang tua siswa seperti zakat, sebelum disalurkan kemasyarakat umum, para wali siswa diberitahukan bahwa di sekolah juga membuka penyaluran zakat untuk masyarakat, jadi OSIM sangat berpengaruh dalam meningkatkan MAN Rejang Lebong.²⁹

Dan paparan diatas juga di perkuat oleh bapak Rio Marco, M. Pd., selaku guru MAN Rejang Lebong menyatakan bahwa:

Ya, terdapat berbagai upaya khusus yang dapat dilakukan oleh guru apalagi untuk melibatkan siswa dalam kegiatan *public relations*, seperti mendorong kegiatan dari OSIM (organisasi siswa intra madrasah) yang mana menjadi duat sekolah, mengorganisasi acara atau proyek yang melibatkan siswa langsung, atau melibatkan mereka dalam pembuatan materi promosi sekolah seperti poster atau video bisa dalam kegiatan

²⁹ Royhan Rambos, S. IP selaku guru MAN Rejang Lebong, wawancara 05 Febuari 2024

ceramah, menjadi imam ataupun khutbah jumat bagi siswa laki-laki, dan untuk anak perempuan itu bisa mengambil uang infaq pada hari jumat disetiap kelas, dan nantinya akan diserahkan kepada orang yang berhak menerimanya.

Partisipasi siswa dianggap penting dalam meningkatkan minat masyarakat karena siswa merupakan persentasi dari sekolah kita, dan keterlibatan mereka dapat menunjukkan kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah tersebut kepada masyarakat.³⁰

Dalam upaya kegiatan ini juga telah disampaikan oleh ibu Murni, S. Pd., selaku guru mata pelajaran bidang Bahasa Inggris mengatakan bahwa:

Disini masing-masing guru memiliki berbagai upaya khusus untuk melibatkan siswa dalam kegiatan manajemen hubungan masyarakat, seperti memebrikan tanggungjawab kepada siswa untuk menjalankan tugas dalam acara ataupun kegiatan yang melibatkan siswa secara aktif. Yang mana kontribusi siswa selalu dianggap penting dalam meningkatkan minat masyarakat karena mereka adalah represtais langsung dari sekolah tersbut. Ketika siswa terlibat dalam kegiatan positif dan produktif, masyarakat akan lebih tertarik dan percaya pada reputasi sekolah tersebut.³¹

Jadi, partisipasi siswa dianggap penting dalam meningkatkan minat masyarakat karena mereka adalah wajah sekolah dan memiliki potensi besar untuk mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap lembaga pendidikan mereka. Ketika siswa terlibat secara aktif dalam kegiatan public relations, mereka adapat membantu citra positif sekolah di mata masyarakat dan meningkatkan kepercayaan serta dukungan dari lingkungan sekitar.

2. Pelaksanaan *Public Relations* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat terhadap MAN Rejang Lebong

³⁰ Rio Marco, M. Pd selaku guru MAN Rejang Lebong , wawancara 05 Febuari 2024

³¹ Murni, Wawancara Tanggal 05 Febuari 2024

Tahap ini merupakan pelaksanaan secara aktif rencana yang telah disusun berdasarkan data faktual yang telah dikerjakan pada tahap sebelumnya. Untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap MAN Rejang Lebong, pelaksanaan *public relations* dapat melibatkan berbagai tahap pelaksanaan yang terpenting adalah mapannya mekanisme kerja sehingga koordinasi dan sinkronisasi benar-benar dapat terealisasi secara integratif. Integrasi, koordinasi, dan sinkronisasi ini tidak hanya berlangsung di antara unsur-unsur pada bagian humas, akan tetapi juga antara bagian humas dengan bagian-bagian lain dalam organisasi sehingga kegiatan humas nyata-nyata merupakan faktor pendukung yang menentukan dalam upaya mencapai tujuan organisasi.³²

Melalui wawancara dengan bapak Royhan Rambos, S. I.P., selaku guru di MAN Rejang Lebong:

Untuk partisipasi guru dalam kegiatan *public relations* dengan melakukan kerja bakti dilingkungan setempat dan melibatkan masyarakat sekitar MAN Rejang Lebong, maka akan terjalin komunikasi baik akan memberikan dampak positif pada persepsi masyarakat terhadap sekolah.³³

Selain itu, peneliti juga melakukan penelitian melalui wawancara terhadap bapak Andi selaku wali siswa, dalam pernyataannya sebagai berikut:

Dalam partisipasi orangtua siswa juga ikut serta dalam melakukan kerja bakti bersama-sama dan memberikan dukungan terhadap sekolah mencapai tujuan, selain itu, orangtua siswa juga

³² Nadlir, Nim. *Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Di Madrasah Tsanawiyah (Mts.) Ma'arif Nu 1 Jatilawang Banyumas*. Diss. Iain Purwokerto, 2018, 38

³³ Royhan Rambos, wawancara 05 Februari 2024

akan memberikan pengaruh positif lewat postingan yang akan disampaikan ke publik langsung terkait interaksinya yang ikut andil dalam membangun citra positif sekolah.³⁴

Jadi, berdasarkan hasil observasi bahwa guru yang terlibat secara langsung dalam berbagai kegiatan *public relations* menunjukkan komitmen mereka terhadap pendidikan dan kesejahteraan siswa. Hal ini dapat memperkuat hubungan antara sekolah dan masyarakat, meningkatkan kepercayaan dan dukungan terhadap sekolah, serta membangun citra yang positif tentang sekolah di mata masyarakat.

Dalam membangun sekolah yang memiliki nilai-nilai atau budaya MAN Rejang Lebong yang tercermin baik dimata masyarakat, sekolah harus bekerjasama baik dengan wali murid maupun masyarakat sekitar agar tercapainya tujuan MAN Rejang Lebong yang mempunyai citra positif.

Melalui wawancara dengan bapak Royhan Rambos, S. I.P., selaku guru di MAN Rejang Lebong:

Iya, untuk guru di kelompokan menjadi beberapa, seperti guru kelas yang sudah pasti mempunyai relasi khusus dengan orangtua siswa, karena setiap guru kelas kami wajibkan mempunyai grup (WhatsApp) sendiri untuk orangtua siswa yang terkait relasi MAN Rejang Lebong orangtua terjalin di grup (WhatsApp) tersebut, untuk calon siswa biasanya itu menyampaikan pesan-pesan positif di instansi kami itu biasanya melakukan dor tu dor pada saat menjelang PPDB (penerimaan peserta didik baru). Dan yang mendaftar untuk PPDB (penerimaan peserta didik baru) itu tidak hanya dari Rejang Lebong saja tetapi dari kota-kota lain. Nah, kalau untuk masyarakat dalam menyapaikan pesan-pesan positif MAN Rejang Lebong yaitu salah satunya dengan mengajak masyarakat bekerja sama untuk bergotong royong membersihkan

³⁴ Andi selaku wali siswa wawancara yang dilakukan pada tanggal 3 Maret 2024

masjid sekitar untuk membangun hubungan sekolah dan masyarakat setempat. Dan pesan-pesan positif MAN Rejang Lebong sendiri juga disampaikan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp dan Website MAN Rejang Lebong jadi dari aktifitas disana kami share agar masyarakat bisa melihat.³⁵

Berdasarkan observasi peneliti dari keterangan yang disampaikan oleh bapak Royhan Rambos, S. I.P., selaku guru di MAN Rejang Lebong dengan berbagai upaya ini, guru dapat memperkuat citra positif MAN Rejang Lebong di mata orangtua siswa, calon siswa, dan masyarakat sekitar. Guru memiliki peran kunci dalam menyampaikan pesan positif tentang sekolah melalui komunikasi aktif, acara terbuka, media sosial, partisipasi siswa dalam kegiatan sosial, dan keterlibatan dalam acara komunitas. Dengan demikian, guru dapat memperkuat citra positif sekolah di mata masyarakat.

Untuk MAN Rejang Lebong ini guru dapat mendukung dan berkolaborasi dengan waka humas dan apapun kegiatannya pasti kami siap membantu dalam pelaksanaan kegiatan yang mendukung citra sekolah, tapi sebelum itu terjadi manajemen MAN Madarasah biasanya memebrikan surat tugas yang misalnya ada apa-apa yang berhubungan dengan masyarakat kita dibnetuk sebuah tim kehumasan dan nantinya dari manajemen humas tidak kerepotan.³⁶

Dengan adanya kolaborasi yang kuat antara guru dan tim humas sekolah, kegiatan atau acara yang mendukung citra sekolah dapat dijalankan dengan lebih efektif dan berhasil.

Melalui wawancara yang diperkuat oleh ibu Murni, S. Pd., selaku guru Bahasa Inggris bahwa:

³⁵ Royhan Rambos, wawancara 05 Febuari 2024

³⁶ Royhan Rambos, wawancara 05 Febuari 2024

Ya, di sekolah ini yang sifatnya prestasi akan kita publis ke masyarakat dan akan berdampak meningkatkan citra sekolah, maka dari itu gunanya media sosial tersebut masyarakat akan mengetahuinya. Dengan demikian, upaya dari manajemen humas yang menggambarkan keberhasilan siswa dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah dan memperkuat hubungan antara sekolah dan komunitas sekitarnya.³⁷

Guru dapat melibatkan siswa dalam kegiatan public relations dengan beberapa cara, salah satunya dengan dilibatkannya seluruh warga sekolah yang ada di MAN Rejang Lebong, baik dari kepengurusan Organisasi Intra Siswa Madarash (OSIM) dan siswa lainnya. Yang diungkapkan oleh Qoriatul Fitri, S. Pd. I., selaku guru bahasa arab mengatakan bahwa:

Untuk siswa itu juga dilibatkan, tetapi kunci keberhasilan yang utama itu adalah guru, karena inisiatif guru yang mengarahkan siswa pada kegiatan keberhasilan sekolah, dengan melibatkan siswa secara aktif dalam kegiatan manajemen hubungan masyarakat dan meningkatkan citra sekolah secara keseluruhan.

Nah, untuk menciptakan citra di media sosial biasanya kami di grup (WhatsApp) setelah melakukan postingan yang positif, itu kami melakukan like dan koment pada akun media sosial MAN Reajang Lebong. Like dan komentar itu yang akan membangun rekomendasi ke pengguna lainnya, jadi semakin banyak pengguna like dan komentar akan memberikan penyebaran postingan di media sosial semakin luas juga jangkauan membangaun citra sekolah positif.

Untuk dampak kegiatan manajemen hubungan masyarakat terhadap dinamika kelas ini kurang ada dampaknya, karena siswa yang dilibatkan langsung untuk hubungan public relations itu orang-orang tertentu seperti orang yang menjadi kepengurusan OSIM, jadi tidak semuanya.³⁸

³⁷ Murni, Wawancara Tanggal 05 Febuari 2024

³⁸ Qoriatul Fitri, S. Pd. I selaku guru Bahasa Arab, Wawancara 14 Febuari 2024

3. Evaluasi *Public Relations* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat terhadap MAN Rejang Lebong

Evaluasi adalah pembuatan pertimbangan sesuai kriteria yang telah disepakati dan dapat dipertanggungjawabkan. Menurut TR Morisson ada tiga faktor penting dalam konsep evaluasi, yaitu pertimbangan (*judgemen*), deskripsi objek penilaian, dan kriteria yang bertanggung jawab (*defensible criteria*). Aspek keputusan tersebut yang membedakan evaluasi sebagai suatu kegiatan, konsep dari kegiatan dan konsep lainnya, seperti pengukuran (*measurement*).³⁹

Evaluasi merupakan proses yang dilakukan untuk memastikan bahwa perencanaan dan pelaksanaan berjalan dengan sebagaimana mestinya. Kegiatan evaluasi yaitu sebagai penilaian hasil yang telah dicapai dari proses perencanaan dan pelaksanaan. Dalam kegiatan evaluasi, jika hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka akan dilakukan perbaikan.

Evaluasi yang dilakukan humas di MAN Rejang Lebong dalam meningkatkan minat masyarakat yaitu menilai hasil dari apa yang sudah dilaksanakan oleh humas. Salah satu contoh kegiatan evaluasi yaitu dengan mengumpulkan data kuantitatif hasil dari kegiatan humas selama memasuki ajaran baru, hal ini dijelaskan oleh bapak Henedi maruf, M.Pd., selaku wakil kepala bidang hubungan masyarakat (humas) bahwa:

³⁹ Istighfarin, Clara Avilu, et al. "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Keterserapan Lulusan." *TSAQOFAH* 4.1 (2024), 28-46.

Berdasarkan uraian di atas, kemudian diperkuat oleh bapak Royhan Rambos, S. I.P., selaku guru di MAN Rejang Lebong mengenai manajemen humas dalam meningkatkan minat masyarakat, yaitu:

Ya betul, umpan balik yang di terima dari orangtua siswa berupa rekomendasi, jadi orang tua siswa yang menilai itu memberikan rekomendasi bagi masyarakat lainnya untuk memilih MAN Rejang Lebong sebagai tujuan dari calon-calon peserta didik baru untuk menyekolahkan anaknya disana.⁴⁰

Dari penjelasan bapak Royhan Rambos, S. I.P., peneliti memberikan pertanyaan yang sama dengan ibu Murni S, Pd., mengenai hasil dari manajemen humas dalam meningkatkan minat masyarakat.

Untuk orangtua siswa dalam implementasi biasanya ada fetdbednya, kalau anaknya berhasil orangtua akan percaya bahwa ternyata sekolah ini maju, dengan cara memebrikan umpan balik yang diterima orangtua siswa dapat mempengaruhi masyarakat atau calon peserta didik yang nantinya akan melanjutkan jenjang sekolah menengah atas.

Ya, sangat-sangat penting keterlibatan siswa pada hubungan masyarakat, apalagi ditengah-tegah masyarakat, kita pernah melakukan safari rahmmdan dan safari jumat, untuk sementara ini safari jumat diberhentikan sebentar karna ada perubahan kepengurusan, mudah-mudahan nanti lanjut lagi, jadi safari jumat itu siswa kami siapkan dan kami latih mengisi kegiatan kutbah hari jumat di masjid-masjid bergilir secara safari, dan dari kegiatan safari bisa meningkatkan minat masyarakat dengan hubungan tersebut secara langsung.

Nah, dan yang jelasnya siswa yang kami libatkan siwa-siswa pilihan dan terdidik dalam public relations, jadi perubahan prilaku dan sikap itu hanya berdampak yang terlibat. Sedangkan siswa-siswi yang tidak diikuti sertakan mereka seperti biasa.

Guru dapat merespon atau menanggapi pertanyaan atau perbincangan siswa terkait dengan MAN Rejang Lebong dengan memebrikan klarifikasi dan informasi yang jelas tentang program tersebut. mereka dapat menjelaskan tujuan, nilai-nilai, dan pencapain dari kegiatan public relations yang dilakukan, serta mengajak siswa untuk berpartisipasi aktif dalam program-program tersebut untuk memahami secara langsung dampaknya.

⁴⁰ Royhan Rambos, wawancara 05 Febuari 2024

Selain itu, guru juga dapat membuka ruang diskusi yang terbuka dengan mendukung bagi siswa untuk mengekspresikan pendapat, pertanyaan, dan kekhawatiran mereka terkait citra dan program MAN Rejang Lebong tersebut.

Guru dapat merencanakan proyek atau kegiatan khusus yang mendukung upaya publik relations dengan melibatkan siswa dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dengan melibatkan siswa dalam proyek atau kegiatan khusus ini dapat mempengaruhi hubungan hubungan antara siswa dan sekolah dengan memperkuat rasa memiliki siswa terhadap sekolah, meningkatkan kebanggaan siswa terhadap prestasi sekolah, dan memperkuat hubungan positif antara siswa, staf, dan lingkungan sekolah secara keseluruhan.

Ya, guru dapat melibatkan siswa dalam menyampaikan cerita atau testimoni pribadi mereka sebagai bagian dari strategi public relations. Testimoni siswa dapat memberikan pandangan yang autentik atau relevan tentang pengalaman mereka di sekolah, yang dapat mempengaruhi persepsi dan citra sekolah secara positif. Dimana melibatkan siswa dalam menyampaikan cerita atau testimoni pribadi mereka tidak hanya dapat meningkatkan citra sekolah secara keseluruhan rasa kepemilikan siswa terhadap sekolah dan memperkuat hubungan antara siswa, staf, dan komunitas sekolah.⁴¹

Berdasarkan analisis peneliti diatas, bahwa guru dapat merasakan dampak program public relations terhadap partisipasi siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler melalui beberapa indikator, termasuk peningkatan jumlah siswa yang mendaftar untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut, tingkat keterlibatan siswa selama kegiatan, dan umpan balik positif dari siswa tentang pengalaman mereka. Selain itu, guru juga dapat memperhatikan apakah program public relations telah meningkatkan kesadaran masyarakat dan minat masyarakat terhadap kegiatan ekstrakurikuler yang ditawarkan oleh sekolah. Dan sejauh mana dampak program public relations ini berdampak pada minat masyarakat

⁴¹ Royhan Rambos dan Murni, selaku guru MAN Rejang Lebong

dapat diukur melalui berbagai cara, seperti peningkatan partisipasi dalam acara atau kegiatan sekolah bisa juga dengan umpan balik positif dari masyarakat. Melalui pemantauan dan evaluasi yang terus menerus terhadap partisipasi siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler dan respon masyarakat terhadap kegiatan sekolah tersebut.

Ada beberapa saran atau rekomendasi untuk meningkatkan efektifitas strategi public relations dalam meningkatkan minat masyarakat, khususnya dalam konteks hubungan guru dengan siswa seperti komunikasi terbuka dan transparan dalam membangun hubungan yang kuat antara guru dan siswa dengan memastikan komunikasi terbuka dan transparan. Guru harus tersedia untuk mendengarkan pertanyaan, masukan, atau kekhawatiran siswa dan memberikan tanggapan yang jelas dan tepat waktu. Adapun disamping itu guru maupun siswa harus menggunakan media sosial dengan bijak, supaya memanfaatkan platform media sosial untuk berkomunikasi dengan siswa dan masyarakat secara efektif dan menginspirasi. Maka, dari itu dengan mengimplementasikan sarana-sarana ini, guru dapat memperkuat hubungan mereka dengan siswa dan masyarakat, serta meningkatkan efektifitas strategi public relations dalam meningkatkan minat dan dukungan terhadap masyarakat.

Di samping itu pihak sekolah juga sering melibatkan alumni dalam kegiatan public relations, hal ini bisa menjadi strategi yang efektif. Seperti yang disampaikan oleh Waka Kesiswaan sebagai berikut:

Alumni yang telah sukses dapat berbagi pengalaman mereka dan memberikan testimoni mengenai kualitas pendidikan dan pengalaman positif di MAN Rejang Lebong. Ini tidak hanya meningkatkan citra sekolah tetapi juga memberikan motivasi kepada siswa saat ini. Selain itu, melibatkan komunitas lokal dalam berbagai kegiatan sekolah juga dapat membantu meningkatkan minat dan dukungan masyarakat.

Kemudian sekolah juga mengadakan program kunjungan ke sekolah-sekolah menengah pertama atau madrasah dan pondok pesantren di sekitar MAN Rejang Lebong yang dapat menjadi cara efektif untuk memperkenalkan sekolah dan program-programnya kepada calon siswa dan orang tua mereka. Sosialisasi mengenai fasilitas, prestasi, dan keunggulan MAN Rejang Lebong melalui presentasi dan brosur informatif juga dapat meningkatkan minat masyarakat.

Hal lain yang juga dilakukan oleh pihak sekolah dalam evaluasi public relations ialah dengan pemanfaatan media digital seperti website sekolah, media sosial, dan blog dapat menjadi platform yang efektif untuk menyampaikan informasi dan cerita positif tentang sekolah. Mengembangkan konten yang menarik, seperti video testimoni dari siswa dan guru, liputan kegiatan sekolah, dan artikel tentang prestasi sekolah dapat membantu menarik perhatian masyarakat.

Untuk memastikan bahwa strategi public relations yang dilakukan efektif, MAN Rejang Lebong perlu melakukan evaluasi secara berkala.

Evaluasi ini dapat mencakup; Pertama, Survei Kepuasan, mengadakan survei kepada siswa, orang tua, dan masyarakat untuk mengukur kepuasan mereka terhadap program dan kegiatan sekolah. Kedua, analisis data partisipasi, yakni melakukan analisis terhadap data partisipasi dalam berbagai kegiatan sekolah untuk melihat tren peningkatan atau penurunan minat. Ketiga, feedback langsung, yaitu mendapatkan umpan balik langsung dari siswa, orang tua, dan masyarakat melalui diskusi kelompok atau wawancara.

Memberikan pelatihan public relations kepada guru dan siswa yang terlibat dalam kegiatan public relations juga dapat meningkatkan kemampuan dalam menyampaikan pesan yang positif tentang sekolah. Pelatihan ini bisa mencakup teknik komunikasi efektif, manajemen media sosial, dan keterampilan presentasi.

Evaluasi selanjutnya ialah bekerjasama dengan media lokal seperti surat kabar, radio, dan televisi untuk mempublikasikan kegiatan dan prestasi sekolah dapat membantu meningkatkan eksposur MAN Rejang Lebong di mata masyarakat. Media lokal dapat menjadi mitra yang baik dalam menyebarkan berita positif tentang sekolah. Menekankan nilai-nilai yang dianut oleh MAN Rejang Lebong, seperti integritas, kerja keras, dan keberagaman, dalam setiap kegiatan public relations dapat membantu membangun citra sekolah yang kuat dan positif di mata masyarakat. Nilai-nilai ini dapat disampaikan melalui berbagai media dan kegiatan, seperti brosur, website sekolah, dan kegiatan komunitas.

Hal lain yang juga dilakukan ialah mengadakan program penghargaan dan apresiasi bagi siswa, guru, dan staf yang berprestasi dapat menjadi cara untuk meningkatkan motivasi dan kebanggaan terhadap sekolah. Penghargaan ini juga dapat dipublikasikan untuk menunjukkan komitmen sekolah terhadap kualitas dan prestasi.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini dan melakukan evaluasi secara berkala, MAN Rejang Lebong dapat terus meningkatkan minat dan dukungan masyarakat terhadap sekolah. Hal ini tidak hanya akan berdampak positif pada citra sekolah tetapi juga akan membantu dalam mencapai tujuan pendidikan yang lebih tinggi.

C. Pembahasan

1. Perencanaan *Public Relations* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Tahap pertama dalam manajemen hubungan masyarakat (Public Relations/PR) adalah perencanaan, yang merupakan proses pengambilan keputusan atas sejumlah alternatif mengenai sasaran dan cara yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang guna mencapai tujuan yang dikehendaki serta pemantauan dan penilaian hasil pelaksanaannya secara sistematis dan berkesinambungan. Pada MAN Rejang Lebong, perencanaan *public relations* mencakup berbagai langkah konkret yang diambil oleh pihak sekolah untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga tersebut.

Dari hasil penyajian data dan analisis data dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara berikut adalah beberapa poin penting yang dilakukan para pemangku kepentingan di MAN Rejang Lebong terkait proses perencanaan *public relations*:

a. Survei dan Interaksi dengan Orang Tua Siswa

Berdasarkan temuan peneliti dengan melakukan wawancara dan observasi sebagaimana disampaikan oleh Kepala Sekolah MAN Rejang Lebong, Bapak H. Yusrijal, M.Pd, menyatakan bahwa:

Interaksi tim *public relations* sekolah dengan orang tua siswa telah dilakukan dengan baik. Peningkatan ini dicapai melalui publikasi kegiatan positif sekolah di berbagai media sosial, yang menarik minat orang tua dan calon peserta didik baru. Dengan demikian tim humas akan melakukan strategi perencanaan untuk mencapai tujuannya.⁴²

Selanjutnya Wakil Humas MAN Rejang Lebong juga menjelaskan:

Disini kami melakukan survei dengan orangtua siswa dengan cara melakukan pertemuan secara berkala terkait perkembangan anak atau acara sekolah yang harus melibatkan orangtua siswa, interaksi ini yang akan membangun hubungan baik dengan MAN Rejang Lebong sendiri.⁴³

Selain itu, peneliti juga melakukan penelitian melalui wawancara terhadap Ibu Depi selaku salah satu orangtua siswa, dalam pernyataannya sebagai berikut:

⁴² H. Yusrijal, M. Pd, selaku kepala sekolah MAN Rejang Lebong, Wawancara 13 Februari 2024

⁴³ Hernedi Maruf, S. Ag., M. Pd., selaku Wakil Humas MAN RL, wawancara 13 Februari 2024

Ya, betul dari tim humas sendiri apabila sekolah mengadakan acara, maka orangtua siswa diundang ke sekolah menghadiri pertemuan sesama orangtua siswa lainnya untuk membahas perkembangan anak ataupun masalah lainnya yang berkaitan dengan membangaun hubungan baik sesama orangtua siswa dan sekolah.⁴⁴

Keberhasil tim humas dalam membangun percanaan dalam interaksi orangtua siswa terhadap sekolah MAN Rejang Lebong juga dapat diamati melalui persepsi dari orangtua siswa melalui wawancara secara langsung yang dilakukan peneliti terhadap Bapak Adi yang merupakan orangtua siswa MAN Rejang Lebong, sebagai berikut:

MAN Rejang Lebong ini sudah melakukan beberapa cara untuk berintraksi kepada orangtua siswa ataupun masyarakat sekitar dalam membangun kepercayaanya terhadap sekolah, misalnya seperti bergotong royong, mengadakan pertemuan sesama orangtua siswa dalam melaksanakan acara sekolah mencapai tujuan.⁴⁵

Dari wawancara diketahui bahwa survei dan interaksi dengan orang tua siswa di MAN Rejang Lebong merupakan bagian integral dari strategi hubungan masyarakat (PR) sekolah. Kepala Sekolah MAN Rejang Lebong menyatakan bahwa tim *public relations* sekolah telah melakukan upaya interaksi dengan orang tua siswa secara efektif dan terstruktur. Salah satu faktor kunci dalam peningkatan interaksi ini adalah melalui publikasi kegiatan positif sekolah di berbagai platform media sosial.

⁴⁴ Depi selaku orangtua siswa, wawancara dilaksanakan tanggal 3 Maret 2024

⁴⁵ Adi selaku orangtua siswa MAN Rejang Lebong, wawancara tanggal 4 Maret 2024

Perencanaan dalam public relations adalah proses pengambilan keputusan mengenai tujuan dan strategi yang akan diterapkan untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Cutlip, Center, dan Broom dalam buku mereka "Effective Public Relations," perencanaan PR melibatkan beberapa langkah utama yaitu: riset, tujuan, audiens, strategi, taktik, kalender, dan evaluasi.⁴⁶

Dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi diketahui bahwa publikasi ini mencakup berbagai kegiatan dan prestasi yang diraih oleh siswa serta aktivitas sekolah yang menarik perhatian orang tua dan calon peserta didik baru. Media sosial digunakan sebagai alat untuk menyebarkan informasi secara cepat dan luas, sehingga mempermudah orang tua untuk mengikuti perkembangan dan kegiatan sekolah. Postingan yang berisi prestasi siswa, kegiatan ekstrakurikuler, dan acara-acara sekolah memberikan gambaran yang positif dan transparan tentang lingkungan belajar di MAN Rejang Lebong.

Selain itu, hasil penelitian tersebut senada dengan penelitian terdahulu yaitu Tesis oleh M. Farhkan Pamujui dengan judul Manajemen Public Relation dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat terhadap Lembaga Pendidikan di SMA Takhasus Al-Qur'an Kalibeber Wonosobo yang mana tim *public relations* juga berupaya untuk mengadakan berbagai kegiatan yang melibatkan

⁴⁶ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M., *Effective Public Relations*. Upper Saddle River, (NJ: Pearson Education, 2006), 345

partisipasi orang tua secara langsung, seperti pertemuan rutin, rapat komite sekolah, dan acara terbuka di mana orang tua dapat melihat langsung aktivitas anak-anak mereka di sekolah. Pertemuan ini tidak hanya menjadi ajang untuk menyampaikan informasi dan kebijakan terbaru dari sekolah, tetapi juga sebagai forum dialog di mana orang tua dapat memberikan masukan dan saran.

Hasil penelitian tersebut senada dengan teori yang dikemukakan Grunig dan Hunt dalam "Managing Public Relations," yang menyatakan bahwa partisipasi aktif dari pemangku kepentingan adalah kunci untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dan meningkatkan kepercayaan.⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara, triangulasi, teori, dan Penelitian terdahulu maka peneliti menyimpulkan:

1. Perencanaan public relation berdasarkan survei yang dilakukan secara berkala, sekolah mengumpulkan umpan balik dari orang tua mengenai berbagai aspek pendidikan dan fasilitas yang disediakan.
2. Pihak tim humas menyiapkan strategi untuk mempengaruhi masyarakat dalam bersosialisasi.

⁴⁷ Grunig, J. E., & Hunt, T., *Managing Public Relations*, (New York, NY: Holt, Rinehart & Winston, 1984), 22

3. Melalui data yang diperoleh dari survei ini dianalisis untuk mengetahui kebutuhan dan harapan orang tua, sehingga sekolah dapat melakukan perbaikan dan penyesuaian yang diperlukan.

Dari kesimpulan di atas, menurut peneliti sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Dalam perumusan perencanaan public relation dari interaksi yang baik ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan orang tua terhadap sekolah saja, tetapi juga membantu menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih kolaboratif dan mendukung perkembangan siswa secara optimal.
 2. Setelah menyusun strategi untuk memperkuat interaksi pada masyarakat, baik dengan orang tua siswa dan public.
 3. Menurut peneliti, strategi *public relations* yang melibatkan survei dan interaksi dengan orang tua siswa di MAN Rejang Lebong harus di perkuat hubungan antara sekolah dan komunitas orang tua, serta menarik minat calon siswa baru untuk bergabung di sekolah tersebut.
- b. Strategi Internal dan Eksternal

Berdasarkan temuan peneliti dengan melakukan wawancara dan observasi sebagaimana disampaikan oleh Wakil Kepala Bidang Humas, Bapak Hernedi Maruf, M.Pd

Kami disini menekankan adanya dua strategi manajemen humas; internal dan eksternal. Strategi internal melibatkan aktivitas akademik dan komitmen dari guru dan siswa, sementara strategi eksternal melibatkan masyarakat dan instansi terkait seperti pemerintah dan lembaga kesehatan. Ini mencakup sosialisasi melalui media sosial dan kegiatan langsung di masyarakat.⁴⁸

Selanjutnya strategi internal dan eksternal merupakan komponen utama dari perencanaan *public relations* di MAN Rejang Lebong. Wakil Kepala Bidang Humas, Bapak Hernedi Maruf, M.Pd, menjelaskan bahwa:

Strategi ini dirancang untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan produktif antara sekolah, siswa, guru, serta masyarakat luas. Selain itu, sekolah akan memebrikan dampak positif bagi orangtua siswa. Dengan demikian masyarakat akan memebrikan kepercayaanya terhadap sekolah.⁴⁹

Hasil penelitian tersebut senada menurut teori komunikasi organisasi oleh Kreps dalam bukunya "*Organizational Communication: Theory and Practice*," komunikasi internal yang efektif adalah kunci untuk menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif. Kreps menekankan pentingnya pelatihan, workshop, dan seminar untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan staf serta siswa, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja keseluruhan organisasi.⁵⁰

⁴⁸ Hernedi Maruf, M. Pd, selaku wakil bidang humas MAN Rejang Lebong, wawancara 13 Febuari 2024

⁴⁹ Hernedi Maruf, M. Pd., selaku Wakil Humas MAN RL wawancara tanggal 13 Febuari 2024

⁵⁰ Kreps, G. L., *Organizational Communication: Theory and Practice*, (New York, NY: Longman, 1990), 145

Berdasarkan hasil wawancara, triangulasi, teori, dan penelitian terdahulu maka peneliti menyimpulkan:

1. Strategi internal fokus pada penguatan hubungan dan komunikasi di dalam lingkungan sekolah. Ini melibatkan berbagai aktivitas akademik yang dirancang untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan komitmen dari guru dan siswa. Program-program seperti pelatihan guru, workshop, serta seminar untuk siswa diarahkan agar dapat menciptakan suasana belajar yang kondusif dan inovatif.
2. Selain itu, kegiatan ekstrakurikuler dan pengembangan karakter siswa juga menjadi bagian dari strategi internal ini. Hal ini bertujuan untuk membangun rasa kebersamaan dan semangat kolaborasi di antara semua pihak di dalam sekolah.
3. Di sisi lain, strategi eksternal berupaya untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat dan berbagai instansi terkait, seperti pemerintah daerah, lembaga kesehatan, dan organisasi lainnya. Melalui pendekatan ini, MAN Rejang Lebong aktif dalam melakukan sosialisasi dan penyebaran informasi ke public.

Dari kesimpulan di atas, menurut peneliti sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Dengan menggabungkan strategi internal dan eksternal, MAN Rejang Lebong berupaya untuk menciptakan citra positif di mata publik serta membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan berbagai pemangku kepentingan.
2. Strategi ini tidak hanya meningkatkan reputasi sekolah tetapi juga memastikan bahwa siswa mendapatkan lingkungan pendidikan yang mendukung dan bermanfaat bagi perkembangan mereka.
3. Selain media sosial, strategi eksternal juga melibatkan kegiatan langsung di masyarakat. Misalnya, sekolah mengadakan kegiatan bakti sosial, seminar kesehatan, dan kemitraan dengan instansi pemerintah untuk program-program pendidikan.

c. Keterlibatan Guru dalam Perencanaan Public Relations

Berdasarkan hasil observasi, pengumpulan dokumentasi dan wawancara pada guru terkait perencanaan public relation di MAN Rejang Lebong, Bapak Royhan Rambos, S.IP, menyatakan bahwa:

Semua guru terlibat dalam perencanaan manajemen humas. Guru-guru memberikan masukan tentang pesan yang tepat untuk disampaikan kepada masyarakat, melalui perannya dalam berpartisipasi untuk kegiatan promosi sekolah, dan berkomunikasi dengan pihak terkait.⁵¹

⁵¹ Royhan Rambos, selaku guru sekaligus Tim Humas MAN Rejang Lebong Wawancara tanggal 05 Febuari 2024

Selanjutnya bapak Eko Budiyanto, S. Pd., selaku guru dan juga tim Humas MAN Rejang Lebong juga menjelaskan:

Keterlibatan guru sangat penting dalam melaksanakan perencanaan public relation, karena dengan adanya kerjasama dengan tim humas akan tercapainya tujuan humas dalam meningkatkan minat masyarakat, maka dari itu baik guru, staff, siswa ataupun warga sekolah harus ikut berpartisipasi dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.⁵²

Dari wawancara dan observasi diketahui bahwa keterlibatan semua guru dalam perencanaan manajemen humas sangat penting. Para guru tidak hanya berperan sebagai pendidik di dalam kelas, tetapi juga menjadi bagian yang aktif dalam membentuk dan menyampaikan pesan sekolah kepada masyarakat luas. Mereka memberikan masukan yang berharga tentang bagaimana pesan-pesan positif dan nilai-nilai yang dianut oleh sekolah dapat dikomunikasikan dengan efektif.

Artikel Johansson membahas peran guru dalam komunikasi sekolah memengaruhi jaringan sosial di lingkungan sekolah. Keterlibatan guru dalam komunikasi sekolah sangat penting untuk memastikan informasi yang akurat dan relevan disampaikan kepada masyarakat sekolah dan orang tua siswa. Selain itu, peran guru dalam mengembangkan pesan-pesan positif yang mencerminkan

⁵² Eko Budiyanto, S. Pd., selaku guru sekaligus Tim Humas MAN RL wawancara tanggal 15 Februari 2024

nilai-nilai sekolah dan membantu membangun citra sekolah yang positif di mata masyarakat.⁵³

Hasil penelitian tersebut dengan hasil penelitian Skripsi oleh Ja'ar Shodiq yang berjudul Manajemen public relation dalam Meningkatkan Minat Masyarakat terhadap Madrasah Aliyah Negeri dalam praktiknya, guru-guru turut serta dalam berbagai kegiatan promosi sekolah. Mereka berpartisipasi dalam acara-acara sekolah yang terbuka untuk umum, seperti open house, pameran pendidikan, dan kegiatan bakti sosial. Melalui keterlibatan ini, guru-guru dapat langsung berinteraksi dengan masyarakat, calon siswa, dan orang tua siswa, memberikan informasi dan menjawab pertanyaan yang mungkin mereka miliki tentang sekolah.

Selain itu, guru-guru juga aktif berkomunikasi dengan pihak terkait, seperti pemerintah daerah, organisasi non-pemerintah, dan instansi pendidikan lainnya. Mereka menjadi jembatan penghubung yang memastikan bahwa kebutuhan dan harapan masyarakat terhadap sekolah dapat dipahami dan diakomodasi dengan baik. Misalnya, dalam program-program kolaboratif dengan instansi pemerintah, guru-guru berperan dalam menyusun dan melaksanakan kegiatan yang tidak hanya bermanfaat bagi siswa tetapi juga bagi masyarakat sekitar.

⁵³ Laura E. B. Johansson "The Role of Teachers in School Communication: A Social Network Analysis Approach", *Journal of School Leadership*, Volume 25, Issue 3, 2015, 448-472

Berdasarkan hasil wawancara, triangulasi, dan teori, dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan:

1. Partisipasi guru dalam manajemen humas ini juga mencakup penggunaan media sosial dan platform digital lainnya.
2. Guru-guru ikut serta dalam mengembangkan konten yang menarik dan relevan untuk diposting di akun-akun resmi sekolah. Konten ini bisa berupa artikel, foto, atau video yang menampilkan kegiatan sekolah, prestasi siswa, atau pesan-pesan inspiratif yang mencerminkan visi dan misi sekolah.
3. Dengan demikian, guru-guru tidak hanya mendidik siswa di dalam kelas, tetapi juga berperan dalam membentuk citra positif sekolah di mata publik.

Dari kesimpulan di atas, menurut peneliti sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Melalui keterlibatan aktif para guru perlu melakukan perencanaan dan pelaksanaan strategi humas, MAN Rejang Lebong dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan kepada masyarakat konsisten, akurat, dan mampu menarik perhatian.
2. Sekolah perlu mengaktifkan website MAN Rejang Lebong untuk mempublikasi terkait sekolah.

3. Pentingnya kolaborasi ini memperkuat hubungan antara sekolah dan komunitasnya, serta membantu menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih baik bagi semua pihak yang terlibat.

d. Promosi melalui Media Sosial dan Langsung

Berdasarkan hasil observasi, pengumpulan dokumentasi dan wawancara terkait perencanaan public relation di MAN Rejang Lebong oleh bapak Eko Budiyanto, S.Pd, menjelaskan bahwa:

Sosialisasi dilakukan melalui media sosial dan langsung oleh guru yang tinggal di daerah tertentu. Guru juga mempromosikan sekolah saat berceramah atau melalui kegiatan safari Jumat. Promosi dan sosialisasi sekolah di MAN Rejang Lebong dilakukan melalui dua jalur utama: media sosial dan interaksi langsung. Media sosial menjadi salah satu alat utama dalam menyebarkan informasi mengenai kegiatan dan prestasi sekolah.⁵⁴

Selanjutnya bapak Rio Marco, M. Pd menjelaskan:

Dengan menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, sekolah dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan cepat dan efektif. Konten yang dipublikasikan biasanya mencakup berbagai kegiatan sekolah, pencapaian siswa, serta informasi penting mengenai pendaftaran dan program-program unggulan.⁵⁵

Hasil penelitian tersebut senada dengan artikel Kaur, K., dan Rani yang membahas media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat untuk mempromosikan institusi pendidikan, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan keterlibatan dengan masyarakat. Dengan menyebarkan informasi tentang kegiatan, prestasi, program, dan

⁵⁴ Eko Budiyanto, selaku guru MAN RL wawancara tanggal 05 Febuari 2024

⁵⁵ Rio Marco, M. Pd., selaku guru MAN RL ,wawancara tanggal 15 Febuari 2024

nilai-nilai institusi pendidikan melalui media sosial, institusi tersebut dapat mencapai audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih erat dengan komunitasnya.⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara, triangulasi, artikel, dan penelitian sebelumnya oleh peneliti disimpulkan:

1. Guru-guru yang tinggal di berbagai daerah juga memainkan peran penting dalam mempromosikan sekolah. Mereka berfungsi sebagai perwakilan sekolah dalam komunitas mereka masing-masing.
2. Ketika berinteraksi dengan masyarakat, baik melalui percakapan sehari-hari maupun dalam forum yang lebih formal, seperti ceramah atau kegiatan keagamaan, para guru ini secara aktif menyampaikan informasi tentang MAN Rejang Lebong. Misalnya, dalam kegiatan safari Jumat, guru-guru menggunakan kesempatan ini untuk berbicara di depan jamaah dan mempromosikan nilai-nilai positif serta prestasi yang telah dicapai oleh sekolah.
3. Pendekatan langsung ini memiliki keuntungan tersendiri karena menciptakan hubungan yang lebih personal dan membangun kepercayaan dengan masyarakat. Ketika masyarakat mendengar informasi langsung dari orang yang mereka kenal dan hormati,

⁵⁶ Kaur, K., & Rani, S., "Role of Social Media in Education Sector", International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering, 2016, 246-252

seperti guru yang tinggal di dekat mereka, pesan tersebut cenderung lebih diterima dan dipercaya. Interaksi ini juga memungkinkan para guru untuk mendengar langsung masukan dan saran dari masyarakat, yang kemudian dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan dan program yang ditawarkan oleh sekolah.

Meskipun media sosial memberikan manfaat yang besar dalam hal jangkauan dan aksesibilitas informasi, pentingnya interaksi langsung tidak boleh diabaikan. Interaksi langsung, terutama melalui guru yang tinggal di daerah tertentu, masih memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk citra positif institusi pendidikan dan membangun kepercayaan di tingkat lokal. Ketika masyarakat mendapatkan informasi langsung dari individu yang mereka kenal dan percayai, seperti guru, pesan tersebut cenderung lebih diterima dan dipercaya.⁵⁷

Dari kesimpulan diatas menurut peneliti sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, pentingnya kombinasi antara promosi melalui media sosial dan interaksi langsung oleh guru-guru menciptakan strategi humas yang komprehensif dan efektif.

⁵⁷ Kaur, K., & Rani, S., "Role of Social Media in Education Sector", International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering, 2016, 246-252

2. Sebaiknya interaksi dengan masyarakat harus lebih ditingkatkan lagi tidak hanya dalam kegiatan sekolah tetapi kegiatan dimasyarakat juga.
3. Pada saat pelaksanaan tidak hanya dari media social membantu dalam mencapai dan melibatkan audiens yang lebih luas dengan cepat, tetapi dengan interaksi langsung yang akan memperkuat hubungan dan membangun kepercayaan di tingkat lokal. Dengan pendekatan ini, MAN Rejang Lebong dapat memastikan bahwa informasi mengenai sekolah disebarluaskan secara luas dan diterima dengan baik oleh berbagai kalangan masyarakat.

e. Kerjasama dengan Media Lokal

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dalam strategi public relations melibatkan media lokal untuk meningkatkan visibilitas MAN Rejang Lebong. Wakil Kepala Bidang Humas, Bapak Hernedi Maruf, M.Pd, menyatakan bahwa:

Mengundang jurnalis ke acara sekolah dan mengirimkan siaran pers secara berkala adalah langkah-langkah penting untuk meningkatkan dukungan publik. Keterlibatan aktif dengan media lokal adalah langkah strategis yang efektif. Salah satu bentuk kerjasama ini adalah dengan mengundang jurnalis ke berbagai acara yang diselenggarakan oleh sekolah. Acara-acara seperti upacara peringatan hari besar nasional, kegiatan ekstrakurikuler, dan prestasi akademik siswa sering kali menjadi momen penting yang dapat diliput oleh media. Kehadiran jurnalis dalam acara-acara ini tidak hanya meningkatkan *eksposur* sekolah di media, tetapi juga membantu membangun hubungan baik dengan komunitas jurnalis lokal.

Selanjutnya Bapak Hernedi Maruf, M.Pd, menjelaskan:

Selain itu, mengirimkan siaran pers secara berkala juga merupakan bagian integral dari strategi ini. Siaran pers yang dikirimkan mencakup informasi tentang berbagai kegiatan dan prestasi yang dicapai oleh sekolah. Informasi ini tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan citra positif sekolah, tetapi juga untuk memastikan bahwa publik dan calon siswa potensial selalu mendapatkan informasi terbaru tentang perkembangan di MAN Rejang Lebong. Siaran pers ini disusun dengan cermat untuk menyoroti aspek-aspek unik dan keunggulan sekolah, seperti program pendidikan unggulan, pencapaian siswa, dan inovasi dalam metode pengajaran.

Jadi dari hasil wawancara diketahui bahwa melalui kerjasama yang erat dengan media lokal, MAN Rejang Lebong dapat memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat dapat diterima dengan baik dan mencapai audiens yang lebih luas. Media lokal memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan memberikan platform bagi sekolah untuk menunjukkan komitmennya terhadap pendidikan berkualitas.

Hasil penelitian tersebut senada dalam buku "*Effective Public Relations*", Cutlip, Center, dan Broom membahas pentingnya kerjasama dengan media dalam praktik public relations. Mereka menjelaskan bahwa hubungan yang baik dengan media, terutama media lokal, dapat memberikan manfaat besar bagi organisasi atau institusi, termasuk sekolah. Kolaborasi ini memungkinkan institusi untuk meningkatkan visibilitas mereka di masyarakat,

mengkomunikasikan pesan-pesan penting, dan memperkuat citra positif mereka.⁵⁸

Strategi ini juga melibatkan pembangunan hubungan jangka panjang dengan media lokal. Bapak Hernedi Maruf menekankan pentingnya menjaga komunikasi yang terbuka dan transparan dengan jurnalis, sehingga ketika ada berita positif atau peristiwa penting, media lokal akan lebih cenderung untuk meliputnya dengan cara yang menguntungkan sekolah. Dengan demikian, hubungan yang kuat dengan media lokal tidak hanya bermanfaat untuk jangka pendek, tetapi juga menjadi aset berharga bagi keberlanjutan strategi public relations sekolah.

Berdasarkan hasil wawancara, triangulasi, teori, dan penelitian sebelumnya maka peneliti menyimpulkan:

1. Secara keseluruhan, kerjasama dengan media lokal membantu MAN Rejang Lebong dalam membangun dan mempertahankan citra positif di mata publik, meningkatkan dukungan dari masyarakat, dan menarik minat calon siswa serta orang tua mereka.
2. Dari pendekatan komprehensif dalam strategi public relations yang dirancang untuk memastikan bahwa MAN Rejang Lebong

⁵⁸ Cutlip, Scott M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom, *Effective Public Relations*, (Pearson, 2019), 214

terus dikenal dan dihargai sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas tinggi.

Dari kesimpulan di atas, menurut penelitian sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Pihak sekolah apabila ada acara harus melibatkan media local guna untuk meningkatkan minat public.
2. Penting bagi sekolah memaksimalkan kualitas mutu lulusan.

f. Peran Aktif Siswa dalam Kegiatan Public Relations

Berdasarkan hasil observasi dan temuan peneliti, keterlibatan siswa dalam kegiatan OSIM (Organisasi Siswa Intra Madrasah) dianggap penting. Sebagaimana wawancara yang disampaikan oleh Lutfi Kurniadi siswa kelas XII MAN Rejang Lebong, sebagai berikut:

Seluruh siswa ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang langsung terjun ke masyarakat, seperti penyerahan bantuan dan infaq. Ini membantu meningkatkan citra sekolah di mata masyarakat. Melalui keterlibatan dalam kegiatan OSIM, siswa tidak hanya menjadi bagian dari proses pendidikan formal, tetapi juga memperoleh kesempatan untuk berkontribusi secara langsung kepada masyarakat sekitar.⁵⁹

Selain itu, peneliti juga melakukan penelitian melalui wawancara terhadap Aisyah Angraini dan Sri Tania selaku siswi kelas XII MAN Rejang Lebong, mengungkapkan sebagai berikut:

⁵⁹ Lutfi Kurniadi siswa kelas XIII MAN Rejang Lebong, wawancara yang dilakukan tanggal 3 Maret 2024

Iya, kegiatan sosial yang dijalankan oleh siswa, seperti penyaluran bantuan dan infaq, merupakan salah satu contoh keterlibatan langsung dalam masyarakat. Melalui kegiatan ini, siswa tidak hanya belajar tentang nilai-nilai sosial dan kemanusiaan, tetapi juga menjadi duta yang menggambarkan nilai-nilai yang dipromosikan oleh sekolah.⁶⁰

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Fahrul Rozi dan Fahri Kurnia selaku siswa kelas XII MAN Rejang Lebong, menyatakan bahwa:

Tujuan utama dari kegiatan humas dalam meningkatkan minat masyarakat bahwa, adanya kegiatan sosial yang dilakukan oleh siswa-siswi MAN Rejang Lebong dengan salah satunya bantuan berupa infaq kepada yang membutuhkan dan juga melakukan kerja bakti sosial di tengah-tengah masyarakat, dengan demikian keterlibatan siswa akan membawa pesan positif di kalangan masyarakat.⁶¹

Teori keterlibatan sosial menekankan pentingnya keterlibatan individu dalam kegiatan sosial sebagai faktor yang memengaruhi persepsi dan sikap mereka terhadap suatu organisasi atau entitas. Dalam konteks ini, keterlibatan siswa dalam kegiatan OSIM dan kegiatan public relations sekolah dapat dilihat sebagai upaya untuk memperluas keterlibatan sosial mereka dalam masyarakat, yang kemudian dapat berkontribusi pada pembentukan citra positif tentang sekolah di mata masyarakat.⁶²

⁶⁰ Aisyah Anggraini dan Sri Tania selaku siswi kelas XII MAN Rejang Lebong, wawancara yang dilakukan tanggal 3 Maret 2024

⁶¹ Fahrul Rozi dan Fahri Kurnia selaku siswa kelas XII MAN Rejang Lebong, wawancara tanggal 3 Maret 2024

⁶² McLeod, S. A., *Social Involvement Theory*, Simply Psychology, 2007, <https://www.simplypsychology.org/social-involvement.html>

Hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa keterlibatan siswa dalam kegiatan *public relations* seperti ini juga membantu dalam meningkatkan citra sekolah di mata masyarakat. Ketika masyarakat melihat siswa-siswa yang peduli dan aktif dalam membantu sesama, hal ini menciptakan kesan positif tentang MAN Rejang Lebong sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya berfokus pada akademik, tetapi juga pada pembentukan karakter dan kepemimpinan siswa.

Teori identitas sosial menyatakan bahwa individu mengidentifikasi diri mereka dengan kelompok sosial tertentu, dan citra kelompok tersebut dapat memengaruhi perilaku individu. Dalam konteks peran aktif siswa dalam kegiatan *public relations*, keterlibatan dalam kegiatan tersebut dapat meningkatkan identifikasi siswa dengan sekolah mereka, yang kemudian dapat memotivasi mereka untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang dipromosikan oleh sekolah.⁶³

Berdasarkan hasil analisis, wawancara, triangulasi dan teori di atas, maka peneliti menyimpulkan:

1. keterlibatan siswa dalam kegiatan *public relations* juga membantu membangun rasa kepemilikan terhadap sekolah.
2. Dengan menjadi bagian dari upaya untuk meningkatkan citra MAN Rejang Lebong, siswa merasa lebih terhubung dengan

⁶³ Tajfel, H., & Turner, J. C., *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior, Psychology of Intergroup Relations*, (Chicago: Nelson-Hall, 1986), 7

lembaga tempat mereka belajar. Hal ini dapat meningkatkan motivasi belajar siswa dan menciptakan lingkungan belajar yang lebih positif.

Dari kesimpulan di atas, menurut peneliti sebaiknya sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan sebaiknya, peran aktif siswa dalam kegiatan public relations tidak hanya memberikan manfaat langsung dalam memperkuat hubungan antara sekolah dan masyarakat, tetapi juga membentuk karakter siswa dan meningkatkan citra sekolah di mata publik.
2. Menurut peneliti, selain merupakan investasi jangka panjang dalam membangun reputasi sekolah, hendaknya sebagai lembaga pendidikan yang peduli dan berkomitmen terhadap pembangunan masyarakat.

g. Pengumpulan dan Pengkajian Data

Berdasarkan hasil analisis dan temuan peneliti, dengan perencanaan yang matang, strategi yang melibatkan berbagai komponen sekolah, dan kerjasama dengan media lokal, MAN Rejang Lebong berupaya untuk terus meningkatkan minat masyarakat dan membangun citra positif di mata publik. Keterlibatan semua pihak, mulai dari kepala sekolah, guru, siswa, hingga masyarakat sekitar, sangat penting dalam mencapai tujuan tersebut.

Pengumpulan dan pengkajian data adalah langkah penting dalam proses perencanaan public relations di MAN Rejang Lebong. Melalui penelitian yang teliti dan analisis data yang mendalam, informasi yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang akurat tentang hubungan antara sekolah dan masyarakat. Data ini menjadi dasar untuk merancang pesan dan program public relations yang efektif, yang ditujukan untuk membangun dan memperkuat hubungan positif antara MAN Rejang Lebong dengan publiknya.

Peran penting data dalam evaluasi program komunikasi, termasuk dalam konteks public relations. Penelitian yang cermat dan pengumpulan data yang akurat sangat diperlukan untuk mengukur efektivitas program komunikasi, serta pendekatan yang lebih efektif dalam pengumpulan dan pengkajian data untuk keperluan public relations.⁶⁴

Keterlibatan semua pihak, mulai dari kepala sekolah, guru, siswa, hingga masyarakat sekitar, menjadi kunci dalam menciptakan strategi public relations yang berhasil. Dengan kerjasama dan komitmen dari semua pihak, MAN Rejang Lebong dapat mengembangkan dan mengimplementasikan program public relations yang berkelanjutan, sehingga dapat terus memperkuat

⁶⁴ Ansgar Zerfass & Sophia Charlotte Volk, *The Importance of Data in Public Relations: Towards More Effective Measurement and Evaluation of Communication Programs*, International Journal of Strategic Communication, 2017, Volume: 11, Nomor: 4, 287-308

hubungan positif dengan masyarakat dan memperkuat citra sekolah di mata publik.

2. Pelaksanaan *Public Relations* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Dalam pelaksanaan manajemen humas di MAN Rejang Lebong, ada beberapa kegiatan yang mendukung program tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa temuan yang dapat dianalisis untuk menggambarkan dampak dan efektivitas kegiatan public relations dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah.

a. Peran Guru dalam Public Relations

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai guru yang memiliki peran kunci dalam menyampaikan pesan positif tentang MAN Rejang Lebong kepada masyarakat. Observasi dan wawancara dengan waka humas Hernedi Maruf, M. Pd, sebagai berikut:

Melalui keterlibatan dalam kegiatan sosial, seperti kerja bakti dan kerjasama dengan komunitas sekitar, guru dapat memperkuat hubungan sekolah dengan masyarakat. Komunikasi aktif antara guru dan orang tua siswa juga membantu dalam meningkatkan persepsi positif terhadap sekolah.⁶⁵

Berdasarkan analisis pada pelaksanaan public relations dalam konteks pendidikan memiliki dampak signifikan dalam

⁶⁵ Hernedi Maruf, wawancara tanggal 15 Februari 2024

meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah. Salah satu temuan penting adalah peran guru sebagai agen kunci dalam menyampaikan pesan positif tentang sekolah. Guru tidak hanya berperan sebagai pendidik di dalam kelas, tetapi juga sebagai perantara yang dapat menghubungkan sekolah dengan masyarakat luas.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti melalui keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial seperti kerja bakti, guru menunjukkan komitmen sekolah terhadap kepedulian sosial dan lingkungan. Ini tidak hanya memperbaiki citra sekolah di mata masyarakat, tetapi juga membangun rasa kebersamaan dan solidaritas antara sekolah dan komunitas sekitarnya.

Bagian yang relevan dengan peran guru dalam public relations dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana guru dapat berperan sebagai agen penting dalam menyampaikan pesan positif tentang sekolah kepada masyarakat.⁶⁶

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, triangulasi, teori, dan penelitian sebelumnya maka peneliti menyimpulkan:

1. Peran guru penting dalam membina hubungan baik dengan orang tua siswa. Komunikasi yang terbuka dan aktif antara

⁶⁶ Jacquie L'Etang, *Public Relations: Concepts, Practice and Critique*, (SAGE Publications), 2016, 114

guru dan orang tua membantu menciptakan suasana kepercayaan dan kerjasama. Ketika orang tua merasa terlibat dan mendukung proses pendidikan, mereka cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap sekolah.

2. Pelaksanaan komunikasi ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti pertemuan rutin, laporan perkembangan siswa, dan kegiatan-kegiatan sekolah yang melibatkan orang tua. Keberadaan komunikasi yang baik ini memungkinkan orang tua untuk memahami nilai-nilai dan keunggulan yang dimiliki oleh sekolah, sehingga mereka lebih tertarik dan percaya untuk menyekolahkan anak-anak mereka di sana.

Dari kesimpulan di atas, menurut peneliti sebaliknya adalah sebagai berikut:

1. Di dalam pelaksanaan public relation sebaiknya guru harus ikut serta dalam membangun komunikasi baik, lewat interaksinya dalam masyarakat, agar terciptanya hubungan yang baik.
2. Agar pelaksanaan humas terealisasi dengan baik, maka sekolah juga harus meningkatkan kualitas akademis siswa.

Teori-teori yang terkait dengan komunikasi efektif antara guru dan orang tua dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana komunikasi ini dapat membantu dalam membangun hubungan yang positif antara sekolah dan masyarakat.⁶⁷

Secara keseluruhan, peran guru dalam pelaksanaan public relations di sekolah sangat vital. Guru tidak hanya mendidik tetapi juga berfungsi sebagai jembatan antara sekolah dan masyarakat. Melalui partisipasi aktif dalam kegiatan sosial dan komunikasi efektif dengan orang tua siswa, guru dapat memperkuat citra positif sekolah. Hal ini pada akhirnya meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah dan berkontribusi pada keberhasilan sekolah dalam menarik lebih banyak siswa serta mendapatkan dukungan dari komunitas sekitar.

b. Kolaborasi antara Guru dan Tim Humas

Berdasarkan temuan peneliti di MAN Rejang Lebong, bahwa kolaborasi yang kuat antara guru dan tim humas sekolah memungkinkan pelaksanaan kegiatan yang mendukung citra sekolah dengan lebih efektif. Dengan dukungan guru, tim humas dapat mempublikasikan prestasi siswa melalui media sosial, yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap sekolah secara positif. Sebagaimana di sampaikan oleh bapak Rio Marco, M. Pd.

⁶⁷ Karen Arnold, Jennifer Zeljo, Rachel Doctoroff, & Carol Keiley, *Teacher-Parent Communication: Understanding Parents' Perceptions of Effective Teacher Communication*, Journal: Early Education and Development, 2008, Volume: 19, Nomor: 1, 74-101

Pelaksanaan public relations yang efektif dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah memerlukan kolaborasi erat antara guru dan tim humas. Kolaborasi ini sangat penting karena memungkinkan sinergi yang dapat mengoptimalkan pelaksanaan berbagai kegiatan yang mendukung citra positif sekolah. Guru, dengan kedekatan mereka terhadap siswa dan pemahaman mendalam mengenai aktivitas akademik maupun non-akademik, berperan sebagai sumber informasi yang berharga bagi tim humas.⁶⁸

Dari hasil analisis tersebut dengan dukungan dari guru, tim humas sekolah memiliki akses lebih mudah untuk mendapatkan informasi mengenai prestasi dan kegiatan siswa yang layak dipublikasikan. Prestasi siswa, baik dalam bidang akademik maupun non-akademik, adalah aset penting dalam membangun citra positif sekolah di mata masyarakat. Ketika tim humas mempublikasikan informasi ini melalui media sosial, berita sekolah, atau platform komunikasi lainnya, masyarakat dapat melihat bukti nyata dari kualitas pendidikan yang ditawarkan sekolah.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, triangulasi, teori, dan penelitian sebelumnya oleh peneliti disampaikan:

1. Penyebaran informasi mengenai prestasi dan kegiatan siswa melalui media sosial tidak hanya menjangkau orang tua siswa saat ini tetapi juga calon orang tua siswa dan masyarakat luas.

⁶⁸ Rio Marco, M. Pd., selaku guru MAN Rejang Lebong, wawancara tanggal 15 Februari 2024

Media sosial memiliki jangkauan yang luas dan dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam membentuk persepsi masyarakat.

2. Saat masyarakat melihat berbagai pencapaian siswa yang dipublikasikan secara konsisten, mereka cenderung memiliki persepsi positif terhadap kualitas pendidikan di sekolah tersebut. Ini bisa meningkatkan minat untuk mendaftarkan anak-anak mereka di sekolah tersebut.

Dari kesimpulan peneliti di atas, menurut peneliti sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Tim humas memberikan informasi yang akurat terkait data MAN Rejang Lebong agar memengaruhi keinginan masyarakatnya.
2. Penting bagi sekolah untuk memberikan persepsi-persepsi positif pada public.

Lebih lanjut, kolaborasi ini juga menciptakan lingkungan di mana guru merasa dihargai dan didukung dalam peran mereka. Ketika guru melihat bahwa usaha mereka untuk mendidik dan membimbing siswa diakui dan dipublikasikan, mereka lebih termotivasi untuk terus berkontribusi secara positif. Ini menciptakan siklus yang berkelanjutan di mana guru dan tim humas saling mendukung untuk mencapai tujuan bersama dalam meningkatkan citra sekolah.

Dengan demikian, kolaborasi antara guru dan tim humas adalah elemen kunci dalam strategi public relations sekolah. Kerjasama yang baik antara kedua pihak ini memastikan bahwa prestasi siswa dan kegiatan sekolah dapat dipublikasikan dengan cara yang efektif, yang pada akhirnya membentuk persepsi positif masyarakat terhadap sekolah dan meningkatkan minat mereka untuk menjadi bagian dari komunitas pendidikan tersebut.

c. Partisipasi Siswa dalam Public Relations

Siswa juga dapat dilibatkan dalam kegiatan public relations, terutama melalui kegiatan OSIM dan sosialisasi positif tentang sekolah di media sosial. Meskipun tidak semua siswa terlibat secara langsung, partisipasi mereka dalam kegiatan ini dapat membantu dalam memperkuat citra positif sekolah di mata masyarakat.

Pelaksanaan public relations dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah tidak hanya bergantung pada peran guru dan tim humas, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif siswa. Siswa, sebagai bagian integral dari komunitas sekolah, memiliki potensi besar untuk berkontribusi dalam memperkuat citra positif sekolah melalui berbagai kegiatan. Salah satu bentuk partisipasi siswa yang paling efektif adalah melalui organisasi intra-sekolah seperti OSIS (Organisasi Siswa Intra Sekolah).

Melalui OSIS, siswa dapat terlibat dalam berbagai kegiatan yang dapat dipublikasikan untuk memperlihatkan keaktifan dan prestasi

sekolah. Kegiatan seperti bakti sosial, lomba akademik dan non-akademik, serta kegiatan kreatif lainnya memberikan gambaran kepada masyarakat tentang lingkungan sekolah yang dinamis dan mendukung pengembangan siswa. Ketika kegiatan-kegiatan ini dipublikasikan melalui saluran komunikasi sekolah, baik itu website sekolah, buletin, maupun media sosial, hal tersebut menciptakan persepsi yang positif tentang sekolah di mata public

Dari analisis peneliti dapat disimpulkan bahwa:

1. Partisipasi siswa dalam kegiatan public relations sekolah memiliki peran yang signifikan. Siswa dapat berperan sebagai duta sekolah dalam menyebarkan pesan-pesan positif melalui media sosial, yang lebih efektif karena mereka lebih fasih menggunakan platform digital. Konten autentik dan personal dari siswa sering kali lebih mudah diterima dan dipercaya oleh masyarakat, terutama calon siswa dan orang tua mereka.
2. Meskipun tidak semua siswa terlibat langsung, setiap kontribusi kecil mereka, seperti unggahan di media sosial, partisipasi dalam acara sekolah, atau berbagi pengalaman positif, membantu membentuk citra positif sekolah.

Dari kesimpulan di atas, menurut peneliti sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Walaupun tidak semua siswa terlibat secara langsung, tetapi setiap kontribusi kecil mereka harus dihargai oleh sekolah. Seperti berbagi di media sosial atau menceritakan pengalaman positif, membantu membangun citra positif sekolah.
 2. Pihak sekolah sebaiknya perlu memberikan dukungan kepada semua warga sekolah.
- d. Penggunaan Media Sosial dalam Membangun Citra Sekolah

Media sosial menjadi platform penting dalam membangun citra sekolah di mata masyarakat. Dengan menggambarkan keberhasilan siswa dan kegiatan positif sekolah melalui postingan yang mendapat respons positif dari pengguna lainnya, sekolah dapat meningkatkan minat masyarakat terhadapnya.

Penggunaan media sosial dalam membangun citra sekolah merupakan salah satu strategi public relations yang sangat efektif dalam meningkatkan minat masyarakat. Media sosial telah menjadi platform penting yang memungkinkan sekolah untuk menjangkau audiens yang luas dan beragam dengan cara yang cepat dan interaktif. Dengan memanfaatkan media sosial, sekolah dapat menggambarkan keberhasilan siswa, kegiatan positif, dan berbagai aspek menarik dari kehidupan sekolah.

McQuail menjelaskan bagaimana media massa, termasuk media sosial, mempengaruhi persepsi publik. Ia menguraikan bahwa media sosial dapat digunakan untuk membentuk citra dan opini

publik dengan cepat dan interaktif, yang relevan dengan strategi public relations sekolah dalam menjangkau audiens yang luas.⁶⁹

Keberhasilan siswa, baik dalam akademik maupun non-akademik, adalah konten yang sangat menarik bagi masyarakat. Ketika sekolah mempublikasikan prestasi siswa, seperti kemenangan dalam lomba, proyek ilmiah, atau partisipasi dalam kegiatan sosial, hal ini tidak hanya memberikan kebanggaan kepada siswa dan orang tua, tetapi juga membentuk citra positif sekolah. Postingan tentang prestasi ini cenderung mendapatkan respons positif dari pengguna media sosial lainnya, yang kemudian memperkuat persepsi baik tentang sekolah.

Sterrett menunjukkan bahwa publikasi prestasi siswa dan kegiatan sekolah dapat meningkatkan citra positif sekolah. Strategi yang digunakan oleh pemimpin sekolah untuk meningkatkan keterlibatan dan persepsi positif melalui berbagai alat komunikasi, termasuk media sosial.⁷⁰

Selain prestasi siswa, kegiatan positif lainnya seperti acara sekolah, kegiatan ekstrakurikuler, dan program-program khusus juga menjadi konten yang sangat efektif dalam membangun citra sekolah. Misalnya, foto-foto atau video dari acara pameran seni, kompetisi olahraga, atau kegiatan kerja bakti menunjukkan bahwa

⁶⁹ Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, (London: SAGE Publications, 2010), 6th Edition, 140

⁷⁰ William L. Sterrett, *Insights into Action: Successful School Leaders Share What Works*, (Alexandria: ASCD, 2011), 90

sekolah memiliki lingkungan yang aktif dan beragam. Hal ini dapat menarik minat calon siswa dan orang tua yang mencari sekolah dengan program yang kaya dan bervariasi.

Interaksi yang terjadi di media sosial juga sangat penting. Ketika sekolah secara aktif merespons komentar dan pertanyaan dari pengguna media sosial, ini menunjukkan bahwa sekolah terbuka dan responsif. Komunikasi dua arah ini membangun hubungan yang lebih dekat dengan komunitas dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Orang tua dan calon siswa merasa lebih terhubung dan dihargai, yang pada akhirnya meningkatkan minat mereka terhadap sekolah.

Tess mengkaji berbagai literatur tentang penggunaan media sosial dalam pendidikan. Artikel ini menyoroti bagaimana media sosial dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan, yang relevan dengan upaya sekolah dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan komunitas melalui komunikasi dua arah.⁷¹

Berdasarkan hasil observasi dan analisis bahwa:

1. Kolaborasi antara berbagai pihak dalam sekolah, seperti guru, siswa, dan tim humas, memainkan peran penting dalam memaksimalkan penggunaan media sosial. Guru dapat berbagi informasi tentang kegiatan dan prestasi siswa yang dapat

⁷¹ Paul A. Tess, *The Role of Social Media in Higher Education Classes (Real and Virtual)* – A Literature Review, *Computers in Human Behavior*, 2013. Vol 29, Issue 5, 60

dipublikasikan, siswa dapat membagikan pengalaman mereka secara langsung, dan tim humas dapat mengelola strategi komunikasi untuk memastikan bahwa konten yang diposting relevan dan menarik.

2. Sinergi ini bertujuan memastikan bahwa konten yang dipublikasikan tidak hanya informatif tetapi juga autentik dan menarik.

Dari kesimpulan di atas, menurut peneliti sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, sebaiknya penggunaan media sosial dalam strategi public relations sekolah menunjukkan bahwa media ini adalah alat yang sangat kuat dalam membangun dan memperkuat citra positif sekolah. Dengan menggambarkan keberhasilan siswa dan berbagai kegiatan positif secara konsisten, sekolah dapat membentuk persepsi yang positif di mata masyarakat, yang pada akhirnya meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah tersebut. Respons positif dari pengguna media sosial semakin memperkuat pesan-pesan ini, menciptakan siklus umpan balik yang menguntungkan bagi citra sekolah.
2. Melalui upaya sinergi public relations yang melibatkan berbagai pihak, termasuk guru, siswa, dan tim humas,

memberikan dampak positif dalam meningkatkan citra sekolah di mata masyarakat. Untuk membuat konten-konten yang menarik.

3. Evaluasi *Public Relations* dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Evaluasi Public Relations (PR) merupakan proses kritis dalam memastikan bahwa strategi dan kegiatan yang direncanakan dan dilaksanakan oleh Humas MAN Rejang Lebong berjalan sesuai tujuan dan efektif dalam meningkatkan minat masyarakat. Evaluasi manajemen humas ini mencakup pertimbangan (*judgement*), deskripsi objek penilaian, dan kriteria yang dapat dipertanggungjawabkan (*defensible criteria*).

a. Pertimbangan (*Judgement*)

1) Umpan Balik Orang Tua Siswa

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai umpan balik dari orang tua siswa:

Berupa rekomendasi menunjukkan bahwa kepuasan orang tua berperan penting dalam menarik minat masyarakat. Pengalaman positif orang tua terhadap kinerja sekolah dan keberhasilan anak mereka di MAN Rejang Lebong menjadi bukti kuat keberhasilan strategi public relation yang diterapkan.⁷²

⁷² Okta Rina selaku orangtua dari siswa kelas XII MAN Rejang Lebong, wawancara tanggal 15 Maret 2024

Selain itu, peneliti juga melakukan penelitian melalui wawancara terhadap Ibu Rina selaku salah satu orangtua siswa, dalam pernyataannya sebagai berikut:

Bahwa MAN Rejang Lebong ini sudah cukup bagus, karena sudah memberikan kepuasan terhadap orangtua siswa berupa kegiatan positif yang dilakukan sekolah untuk meningkatkan kepercayaan orangtua siswa ataupun masyarakat terhadap sekolah, itu bukti bahwa keberhasilan dari tim public relation sudah diterapkan dengan baik.⁷³

Hal yang senada juga diungkapkan oleh orangtua siswa kelas XII MAN Rejang Lebong, wawancara kepada Bapak Uyub menyatakan bahwa:

Saya sebagai orangtua dari siswa kelas XII MAN Rejang Lebong sangat puas dengan kinerja humas yang ada di sekolah, dimana sudah memberikan hasil yang memuaskan terhadap orangtua siswa lainnya. Maka, saya selaku orangtua siswa juga untuk menyarankan bagi masyarakat yang mau menyekolahkan anaknya di MAN Rejang Lebong.⁷⁴

Temuan penelitian di atas mengungkapkan bahwa evaluasi Public Relations (PR) di MAN Rejang Lebong harus memperhatikan umpan balik dari orang tua siswa sebagai salah satu komponen utama dalam proses judgement. Umpan balik ini memainkan peran krusial dalam mengevaluasi efektivitas strategi humas yang diterapkan oleh sekolah. Orang tua adalah pemangku kepentingan utama yang interaksinya dengan sekolah tidak hanya berpengaruh pada pengalaman belajar anak-anak mereka, tetapi

⁷³ Rina selaku orangtua dari siswa kelas XII MAN Rejang Lebong, wawancara tanggal 16 Maret 2024

⁷⁴ Uyub selaku orangtua dari siswa kelas XII MAN Rejang Lebong, wawancara tanggal 16 Maret 2024

juga pada persepsi umum masyarakat tentang kualitas dan reputasi institusi pendidikan tersebut.

Berdasarkan hasil temuan dan simpulan:

1. Umpan balik positif dari orang tua menunjukkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan oleh MAN Rejang Lebong. Kepuasan ini dapat diukur melalui keberhasilan akademik anak, peningkatan keterampilan sosial dan emosional, serta fasilitas dan program yang disediakan sekolah. Ketika orang tua merekomendasikan sekolah kepada orang lain, hal ini mencerminkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kualitas pendidikan di sekolah tersebut.
2. Rekomendasi dari orang tua menjadi alat pemasaran yang efektif karena berasal dari sumber yang dipercaya. Meskipun demikian, sekolah perlu menanggapi dengan serius baik umpan balik positif maupun negatif. Mengevaluasi dan menganalisis keluhan serta saran dari orang tua dapat membantu sekolah mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan dan mengambil langkah-langkah konkret untuk meningkatkan kualitas layanan. Sekolah juga perlu memiliki mekanisme yang terstruktur untuk mengumpulkan dan menganalisis umpan balik, seperti melalui survei, wawancara,

dan diskusi kelompok, agar dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan strategis.

Dari kesimpulan di atas, menurut penelitian sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya evaluasi Public Relation melalui umpan balik orang tua tidak hanya menilai keberhasilan saat ini, tetapi juga membentuk strategi untuk masa depan. Dengan memahami apa yang telah berhasil dan apa yang perlu ditingkatkan, MAN Rejang Lebong dapat terus mengembangkan program dan layanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan orang tua dan siswa.
2. Evaluasi yang komprehensif ini memastikan bahwa strategi PR dalam merekomendasikan harus efektif dalam menarik minat masyarakat, tetapi juga berkelanjutan dalam jangka panjang.

2) Keterlibatan Siswa dalam Kegiatan *Public Relations*

Berdasarkan hasil observasi bahwa keterlibatan siswa dalam kegiatan seperti safari Ramadan dan safari Jumat memberikan dampak langsung terhadap minat masyarakat. Namun, keterlibatan yang terbatas pada siswa tertentu saja menunjukkan

perlunya strategi yang lebih inklusif agar dampak positif dirasakan oleh seluruh siswa.

Berdasarkan analisis yang diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Keterlibatan siswa dalam kegiatan public relations (PR) di MAN Rejang Lebong merupakan elemen penting yang harus diperhatikan dalam evaluasi program PR sekolah.
2. Kegiatan seperti safari Ramadan dan safari Jumat tidak hanya memperkaya pengalaman pendidikan siswa, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk mempromosikan citra positif sekolah di masyarakat. Namun, untuk memaksimalkan dampak positif ini, sekolah perlu merancang strategi PR yang lebih inklusif dan merata, sehingga semua siswa memiliki kesempatan yang sama untuk terlibat.

Dari kesimpulan di atas, menurut peneliti sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Pihak sekolah sebaiknya mengidentifikasi dan penanganan terhadap hambatan-hambatan partisipasi siswa juga penting dilakukan dalam program PR.
2. Evaluasi keterlibatan siswa juga harus mencakup penilaian terhadap hasil dan dampak kegiatan PR, dengan tujuan untuk memperbaiki dan mengembangkan program di masa depan. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, MAN Rejang

Lebong dapat memastikan bahwa kegiatan PR sekolah benar-benar memberikan manfaat yang signifikan dalam mempromosikan citra sekolah.

Evaluasi keterlibatan siswa dalam kegiatan PR juga harus mencakup penilaian terhadap hasil dan dampak dari kegiatan tersebut. Ini bisa dilakukan melalui survei, wawancara, atau diskusi kelompok dengan siswa untuk mendapatkan masukan langsung tentang pengalaman mereka. Informasi yang dikumpulkan kemudian dapat digunakan untuk memperbaiki dan mengembangkan kegiatan di masa depan, memastikan bahwa kegiatan tersebut benar-benar memberikan manfaat yang diharapkan.

Pada akhirnya, keterlibatan siswa dalam kegiatan PR bukan hanya tentang berpartisipasi dalam acara-acara tertentu, tetapi juga tentang membangun keterampilan dan nilai-nilai yang akan mereka bawa sepanjang hidup. Dengan memastikan bahwa semua siswa memiliki kesempatan untuk terlibat secara aktif, MAN Rejang Lebong dapat menciptakan lingkungan yang inklusif dan mendukung, yang pada gilirannya akan meningkatkan reputasi dan daya tarik sekolah di mata masyarakat.

3) Peran Guru

Dari hasil observasi dan wawancara oleh ibu Murni, S. Pd, selaku guru sebagai agen komunikasi dalam menyampaikan:

Informasi tentang program sekolah dan mengajak siswa untuk berpartisipasi aktif menunjukkan efektivitas PR dalam membangun hubungan positif antara siswa, guru, dan masyarakat. Evaluasi Public Relations (PR) di MAN Rejang Lebong harus memperhatikan peran guru sebagai bagian integral dari proses judgement. Guru bukan hanya pendidik, tetapi juga agen komunikasi yang memainkan peran kunci dalam menyampaikan informasi mengenai program sekolah dan mendorong partisipasi aktif siswa. Efektivitas PR dalam membangun hubungan positif antara siswa, guru, dan masyarakat sangat dipengaruhi oleh keterlibatan aktif dan kemampuan komunikasi guru.⁷⁵

Berdasarkan simpulan di atas bahwa guru memiliki peran penting dalam strategi hubungan masyarakat (public relations) sekolah. Sebagai pihak yang berinteraksi secara langsung dengan siswa dan orang tua sehari-hari, guru memiliki peluang besar untuk mempengaruhi persepsi mereka tentang sekolah. Ketika guru secara aktif mempromosikan program-program sekolah, seperti kegiatan ekstrakurikuler, acara sekolah, dan inisiatif komunitas, mereka dapat membangun kesadaran dan minat yang lebih besar di kalangan siswa dan orang tua.

Selain itu, peran guru dalam mengajak siswa untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai program sekolah juga menunjukkan bagaimana hubungan masyarakat dapat digunakan untuk membangun hubungan yang kuat dan positif. Guru yang berperan sebagai pembimbing dan motivator dapat membantu siswa merasa lebih terhubung dengan sekolah dan lebih termotivasi untuk berpartisipasi. Keterlibatan aktif siswa dalam program-program ini tidak hanya memperkaya

⁷⁵ Murni, S. Pd, selagu guru MAN Rejang Lebong, wawancara pada tanggal 05 Febuari 2024

pengalaman belajar mereka tetapi juga memperkuat rasa komunitas dan kebersamaan.

Untuk memastikan efektivitas peran guru dalam strategi hubungan masyarakat, penting bagi sekolah untuk menyediakan pelatihan dan dukungan yang memadai bagi guru. Pelatihan ini dapat mencakup keterampilan komunikasi, teknik promosi, dan cara-cara efektif untuk mendorong partisipasi siswa. Selain itu, evaluasi peran guru dalam hubungan masyarakat juga harus mencakup umpan balik dari siswa dan orang tua, yang dapat memberikan wawasan berharga tentang area yang memerlukan perbaikan. Peran guru dalam membangun hubungan dengan orang tua juga penting, karena dapat memperkuat dukungan orang tua terhadap program-program sekolah.

Dari hasil analisis secara keseluruhan, peran guru dalam PR di MAN Rejang Lebong adalah komponen penting yang harus dievaluasi secara mendalam. Guru yang efektif dalam berkomunikasi dan mendorong partisipasi siswa dapat memiliki dampak besar dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah. Dengan menyediakan dukungan yang diperlukan bagi guru dan secara rutin mengevaluasi peran mereka, MAN Rejang Lebong dapat memastikan bahwa strategi PR mereka berjalan sesuai tujuan dan berkontribusi pada pencapaian visi dan misi sekolah.

b. Deskripsi Objek Penilaian

1) Kegiatan PR yang Dilakukan Kegiatan seperti safari Ramadan dan safari Jumat, serta pelibatan siswa dalam PR, menunjukkan usaha nyata untuk mendekatkan sekolah dengan masyarakat. Namun, evaluasi perlu melihat keberlanjutan dan konsistensi kegiatan ini.

2) Penggunaan Media Sosial dan Digital.

Berdasarkan hasil observasi pada pemanfaatan media sosial, website, dan blog untuk menyampaikan informasi dan cerita positif menunjukkan strategi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Konten yang menarik dan relevan terbukti efektif dalam menarik perhatian masyarakat.

Berdasarkan evaluasi yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa manajemen humas MAN Rejang Lebong dalam penggunaan media sosial dan digital merupakan aspek krusial dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi modern. Pemanfaatan platform digital seperti media sosial, website, dan blog untuk menyampaikan informasi dan cerita positif tentang sekolah terbukti efektif dalam membangun citra dan menarik minat masyarakat.

Penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter memungkinkan sekolah untuk mencapai audiens yang lebih luas dengan cepat dan efisien. Konten yang diposting di

platform ini, seperti foto kegiatan siswa, video acara sekolah, dan pengumuman penting, dapat menarik perhatian dan keterlibatan masyarakat. Website sekolah juga berfungsi sebagai pusat informasi yang dapat diakses oleh orang tua, siswa, dan masyarakat umum, dengan tampilan yang user-friendly dan navigasi yang mudah. Sementara itu, blog sekolah dapat dimanfaatkan untuk menceritakan kisah-kisah sukses dan menyoroti berbagai aspek positif dari sekolah.

Evaluasi efektivitas penggunaan media sosial dan digital dalam strategi PR dapat dilakukan melalui analisis metrik media sosial, data web, dan umpan balik langsung dari pengguna. Hal ini memberikan gambaran tentang seberapa luas pesan sekolah tersebar, seberapa aktif audiens berinteraksi dengan konten, dan apa yang menarik minat pengunjung. Sekolah juga perlu memastikan bahwa konten yang diposting konsisten dengan nilai-nilai dan tujuan institusi, serta mempertimbangkan etika dan keamanan dalam penggunaan media sosial dan digital.

Berdasarkan secara keseluruhan hasil analisis terkait evaluasi manajemen humas dalam penggunaan media sosial dan digital di MAN Rejang Lebong menunjukkan bahwa strategi yang adaptif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi modern dapat secara signifikan meningkatkan minat dan keterlibatan masyarakat. Dengan terus memantau dan menyesuaikan pendekatan mereka

berdasarkan data dan umpan balik, sekolah dapat memastikan bahwa mereka tetap relevan dan menarik di era digital ini.

3) Partisipasi Alumni dan Komunitas Lokal

Berdasarkan hasil observasi bahwa melibatkan alumni yang sukses dan komunitas lokal dalam kegiatan PR memberikan dampak positif dalam membangun citra sekolah. Ini menunjukkan bahwa testimoni dari pihak yang kredibel dapat mempengaruhi persepsi masyarakat secara signifikan.

Hasil analisis dapat disimpulkan beberapa hal penting terkait peran alumni dan komunitas lokal dalam strategi humas MAN Rejang Lebong:

Partisipasi alumni yang telah mencapai kesuksesan merupakan aset berharga bagi sekolah. Testimoni dan kehadiran mereka dalam acara-acara sekolah dapat memberikan bukti nyata tentang kualitas pendidikan serta memotivasi siswa saat ini. Alumni juga dapat terlibat secara aktif dalam program mentoring dan beasiswa, memberikan dukungan langsung kepada siswa. Hal ini menunjukkan komitmen jangka panjang alumni terhadap sekolah mereka dan memperkuat persepsi positif tentang sekolah.

Selain itu, pelibatan komunitas lokal, seperti tokoh masyarakat, organisasi lokal, dan bisnis setempat, dalam berbagai kegiatan sekolah dapat menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Kolaborasi dalam acara sosial, pameran, atau

kegiatan amal dapat memperkuat ikatan antara sekolah dan komunitas. Kerjasama dalam bidang pendidikan, seperti program magang dan proyek penelitian bersama, juga memberi kesempatan bagi siswa untuk belajar dari pengalaman nyata dan menerapkan pengetahuan mereka dalam konteks yang relevan.

Evaluasi efektivitas partisipasi alumni dan komunitas lokal dapat dilakukan melalui pengumpulan data seperti survei, wawancara, dan analisis terhadap dampak kegiatan yang melibatkan mereka. Pembentukan tim khusus yang bertanggung jawab mengkoordinasikan keterlibatan alumni dan komunitas lokal juga penting untuk memastikan perencanaan dan pelaksanaan yang efektif. Dengan melibatkan pihak-pihak yang kredibel dan relevan, MAN Rejang Lebong dapat membangun citra positif yang kuat, meningkatkan minat masyarakat, dan menciptakan lingkungan pendidikan yang kaya dan mendukung. Evaluasi yang cermat terhadap strategi ini akan memastikan bahwa manfaatnya dapat dirasakan secara luas dan berkelanjutan.

c. Kriteria yang Dapat Dipertanggungjawabkan (Defensible Criteria)

1) Survei Kepuasan

Berdasarkan hasil observasi terkait mengadakan survei kepada siswa, orang tua, dan masyarakat untuk mengukur kepuasan terhadap program dan kegiatan sekolah memberikan data objektif yang dapat digunakan untuk evaluasi dan perbaikan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan survei kepuasan sebagai bagian dari kriteria evaluasi manajemen humas di MAN Rejang Lebong merupakan pendekatan yang objektif dan terukur untuk menilai efektivitas program dan kegiatan sekolah. Survei kepuasan memberikan data konkret dan terukur mengenai persepsi dan pengalaman pemangku kepentingan, termasuk siswa, orang tua, dan masyarakat, terhadap berbagai aspek sekolah.

Hasil survei dapat digunakan untuk mengidentifikasi area yang berhasil dan area yang memerlukan peningkatan, sehingga sekolah dapat merumuskan rencana tindakan untuk memperbaiki kekurangan dan memperkuat kelebihan. Selain itu, transparansi dalam mengkomunikasikan hasil survei dan rencana tindakan kepada pemangku kepentingan juga sangat penting untuk membangun kepercayaan dan mendorong partisipasi yang lebih besar dalam survei di masa depan.

Dengan pendekatan ini, MAN Rejang Lebong dapat secara sistematis mengukur kepuasan pemangku kepentingan, mengidentifikasi area untuk perbaikan, dan mengimplementasikan perubahan yang akan meningkatkan pengalaman dan kepuasan semua pihak yang terlibat, sehingga dapat meningkatkan efektivitas manajemen humas di sekolah tersebut.

2) Analisis Data Partisipasi

Melakukan analisis data partisipasi dalam kegiatan sekolah membantu memahami tren peningkatan atau penurunan minat masyarakat. Data ini penting untuk menilai efektivitas kegiatan PR secara kuantitatif.

Berdasarkan simpulan diatas bahwa evaluasi manajemen humas di MAN Rejang Lebong dengan menggunakan kriteria yang dapat dipertanggungjawabkan, seperti analisis data partisipasi, merupakan langkah penting untuk memahami tren minat masyarakat terhadap kegiatan sekolah. Analisis data partisipasi memberikan wawasan kuantitatif tentang efektivitas kegiatan PR dan membantu sekolah dalam membuat keputusan yang berbasis data.

Melalui analisis data partisipasi, sekolah dapat mengidentifikasi pola dan tren partisipasi dalam berbagai kegiatan sekolah, seperti kehadiran siswa, orang tua, dan anggota komunitas. Analisis ini dapat mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi dan menilai apakah kegiatan tertentu lebih diminati dibandingkan yang lain. Selain itu, umpan balik kualitatif dari peserta juga penting untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang data partisipasi.

Hasil analisis data partisipasi kemudian dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi PR yang lebih efektif.

Sekolah dapat merancang program yang lebih relevan dan menarik bagi siswa dan komunitas, serta meningkatkan promosi dan komunikasi kegiatan kepada target audiens yang tepat. Transparansi dalam berbagi hasil analisis data partisipasi dengan pemangku kepentingan juga penting untuk meningkatkan kepercayaan dan partisipasi lebih lanjut di masa mendatang.

Secara keseluruhan, analisis data partisipasi sebagai bagian dari kriteria yang dapat dipertanggungjawabkan dalam evaluasi manajemen humas di MAN Rejang Lebong merupakan alat yang kuat untuk memahami dan meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah. Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis data, sekolah dapat mengevaluasi efektivitas kegiatan PR mereka, mengidentifikasi area untuk perbaikan, dan merancang strategi yang lebih baik untuk menarik dan mempertahankan partisipasi komunitas.

3) Feedback Langsung

Berdasarkan hasil observasi mendapatkan umpan balik langsung melalui diskusi kelompok atau wawancara memberikan wawasan kualitatif tentang persepsi dan pengalaman masyarakat terhadap program PR yang dijalankan.

Dari simpulan di atas bahwa, pendekatan evaluasi manajemen humas di MAN Rejang Lebong:

1. Dengan menggunakan umpan balik langsung melalui diskusi kelompok dan wawancara merupakan strategi yang sangat bermanfaat. Metode ini memungkinkan sekolah untuk menggali pandangan, harapan, dan saran dari berbagai pemangku kepentingan secara lebih mendalam, termasuk siswa, orang tua, guru, dan anggota komunitas.
2. Melalui diskusi kelompok dan wawancara, sekolah dapat mengumpulkan umpan balik yang kaya dan spesifik, yang sering kali mengungkapkan isu-isu yang mungkin tidak terdeteksi melalui metode survei kuantitatif. Analisis yang menyeluruh terhadap umpan balik kualitatif ini membantu mengidentifikasi tema, pola, dan isu utama yang perlu ditindaklanjuti. Sekolah dapat kemudian menyusun rencana aksi yang terukur untuk mengatasi area yang memerlukan perbaikan, seperti meningkatkan komunikasi dengan orang tua dan komunitas.

Dari kesimpulan diatas, menurut peneliti sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya harus transparansi dalam menyampaikan hasil umpan balik dan menindaklanjutinya dengan tindakan nyata merupakan kunci untuk membangun kepercayaan dan

menunjukkan komitmen sekolah terhadap perbaikan berkelanjutan.

2. Pihak sekolah dengan memanfaatkan umpan balik langsung secara efektif, MAN Rejang Lebong dapat terus menyempurnakan program humas mereka dan memastikan bahwa sekolah dapat memenuhi serta melampaui harapan masyarakat.

d. Evaluasi dan Pemantauan Efektivitas Strategi Public Relations

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terkait evaluasi dan pemantauan dilakukan secara terus-menerus terhadap efektivitas strategi public relations. Kepala Sekolah, Bapak H.

Yusrijal, M.Pd:

Menekankan pentingnya kualitas pendidikan dan fasilitas yang memadai untuk menarik minat masyarakat penting untuk memastikan bahwa kualitas pendidikan dan fasilitas yang disediakan oleh sekolah selalu berada pada tingkat yang memadai.⁷⁶

Berdasarkan hasil observasi dan wawancaraa senada dengan teori Smith menguraikan proses evaluasi dalam manajemen humas, termasuk di dalamnya evaluasi yang berkelanjutan terhadap efektivitas strategi PR. Dia membahas tentang pentingnya melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam

⁷⁶ H. Yusrijal, M. Pd, selaku Kepala Sekolah MAN Rejang Lebong, wawancara tanggal 13 Febuari 2024

evaluasi, penggunaan metode dan instrumen evaluasi yang tepat, serta interpretasi dan tindak lanjut atas hasil evaluasi tersebut.⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara, triangulasi, teori, dan penelitian sebelumnya oleh peneliti dapat disimpulkan:

1. Proses evaluasi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari penilaian terhadap respon masyarakat terhadap kampanye promosi hingga pengukuran dampak dari kegiatan humas terhadap citra sekolah. Misalnya, umpan balik dari orang tua siswa dan masyarakat sekitar sering dikumpulkan melalui survei dan forum diskusi untuk mendapatkan gambaran mengenai persepsi mereka tentang sekolah. Informasi ini kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan untuk merancang strategi yang lebih efektif di masa depan.
2. Selain itu, pemantauan juga dilakukan terhadap aktivitas media sosial sekolah. Analisis terhadap *engagement*, seperti jumlah like, share, dan komentar pada postingan media sosial, memberikan indikasi tentang seberapa baik pesan yang disampaikan oleh sekolah diterima oleh audiens. Data ini membantu tim PR untuk menyesuaikan konten yang

⁷⁷ Smith, Ronald D., *Strategic Planning for Public Relations*, (Routledge, 2017), 273

dipublikasikan agar lebih relevan dan menarik bagi target audiens.

Dari simpulan di atas, menurut peneliti sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Dalam proses evaluasi sekolah sebaiknya memberikan respon baik pada masyarakat agar membenagun citra MAN Rejang Lebong yang baik.
2. Sebaiknya tim humas dan pihak sekolah sering mengshare terkait informasi di berbagai media social bakan di websitnya MAN Rejang Lebong,

Wawancara dengan Bapak Yusrijal selaku Kepala Sekolah MAN Rejang Lebong:

Setelah menekankan pentingnya memiliki fasilitas yang memadai untuk mendukung kualitas pendidikan yang baik. Oleh karena itu, evaluasi tidak hanya fokus pada aspek promosi, tetapi juga pada infrastruktur dan layanan yang disediakan oleh sekolah. Hal ini mencakup penilaian terhadap kelayakan ruang kelas, laboratorium, perpustakaan, serta fasilitas olahraga dan seni. Upaya perbaikan dan pembaruan fasilitas dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa sekolah dapat menyediakan lingkungan belajar yang kondusif dan modern.⁷⁸

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pendidikan juga menjadi perhatian utama dalam proses evaluasi. Pencapaian akademik siswa, hasil ujian, dan

⁷⁸ H. Yusrijal, M. Pd, selaku Kepala Sekolah MAN Rejang Lebong, wawancara tanggal 13 Febuari 2024

partisipasi dalam kegiatan ekstrakurikuler dievaluasi untuk memastikan bahwa sekolah tidak hanya menarik dari segi fasilitas, tetapi juga dari prestasi akademik dan non-akademik.

2. Pelatihan dan pengembangan profesional bagi guru juga dipantau untuk memastikan bahwa mereka selalu memiliki keterampilan dan pengetahuan terkini untuk mendukung proses pembelajaran yang efektif.

Dari wawancara di atas, menurut peneliti sebaiknya adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya dengan pendekatan evaluasi dan pemantauan yang menyeluruh ini, MAN Rejang Lebong berupaya memastikan bahwa tidak hanya dari sarana parasarana yang memadai tetapi dari akademisnya juga.
2. Pihak sekolah sebaiknya mendatangkan tutor dari luar untuk melakukan workshop atau seminar guru dan staff terkait strategi public relations yang diterapkan tidak hanya efektif dalam menarik minat masyarakat, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah. Hal ini pada akhirnya akan membantu membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perencanaan *Public Relations* di MAN Rejang Lebong dilakukan melalui berbagai langkah strategis yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan, mulai dari kepala sekolah, guru, siswa, hingga masyarakat sekitar. Langkah-langkah tersebut meliputi survei dan interaksi dengan orang tua siswa, penerapan strategi internal dan eksternal, keterlibatan aktif guru dan siswa, promosi melalui media sosial serta interaksi langsung, kerjasama dengan media lokal, dan pengumpulan serta pengkajian data. Dengan pendekatan ini, MAN Rejang Lebong berhasil meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah, memperkuat citra positif, dan membangun hubungan yang harmonis dan produktif dengan publik.

Pelaksanaan *Public Relations* di MAN Rejang Lebong menunjukkan bahwa upaya yang melibatkan berbagai pihak seperti guru, siswa, dan tim humas memiliki dampak positif dalam meningkatkan citra sekolah dan minat masyarakat. Guru berperan sebagai agen kunci dalam menyampaikan pesan positif melalui keterlibatan dalam kegiatan sosial dan komunikasi aktif dengan orang tua siswa. Kolaborasi antara guru dan tim humas memaksimalkan publikasi prestasi siswa, yang membentuk persepsi positif masyarakat. Partisipasi aktif siswa dalam kegiatan organisasi sekolah dan sosialisasi positif di media sosial juga memperkuat

citra sekolah. Penggunaan media sosial sebagai platform untuk mempublikasikan keberhasilan dan kegiatan sekolah secara konsisten berhasil menjangkau audiens yang luas dan meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah. Sinergi dari semua elemen ini memastikan bahwa MAN Rejang Lebong dipersepsikan secara positif oleh komunitasnya, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan sekolah dalam menarik siswa dan dukungan dari masyarakat sekitar.

Evaluasi *Public Relations* (PR) di MAN Rejang Lebong merupakan proses penting untuk memastikan strategi dan kegiatan yang dilaksanakan efektif dalam meningkatkan minat masyarakat. Komponen utama dalam evaluasi ini meliputi umpan balik dari orang tua siswa, keterlibatan siswa dalam kegiatan PR, dan peran guru sebagai agen komunikasi. Umpan balik dari orang tua menunjukkan kepuasan mereka terhadap kinerja sekolah, yang penting untuk menarik minat masyarakat. Keterlibatan siswa dalam kegiatan seperti safari Ramadan dan safari Jumat memperkaya pengalaman pendidikan dan mempromosikan citra positif sekolah, meski perlu strategi yang lebih inklusif. Guru memainkan peran kunci dalam menyampaikan informasi dan mendorong partisipasi aktif siswa, mempengaruhi hubungan positif antara siswa, guru, dan masyarakat.

Objek penilaian mencakup kegiatan PR seperti safari Ramadan dan safari Jumat, penggunaan media sosial dan digital, serta partisipasi alumni dan komunitas lokal. Keberlanjutan dan konsistensi kegiatan PR, serta

adaptasi terhadap perkembangan teknologi melalui media sosial, website, dan blog, terbukti efektif menarik perhatian masyarakat. Keterlibatan alumni dan komunitas lokal memperkuat citra sekolah dan hubungan dengan masyarakat.

Kriteria evaluasi yang dapat dipertanggungjawabkan meliputi survei kepuasan, analisis data partisipasi, dan feedback langsung melalui diskusi kelompok atau wawancara. Survei kepuasan memberikan data objektif untuk evaluasi dan perbaikan, analisis data partisipasi membantu memahami tren minat masyarakat, dan feedback langsung memberikan wawasan kualitatif tentang persepsi masyarakat terhadap program PR.

Evaluasi dan pemantauan strategi PR dilakukan secara terus-menerus untuk memastikan efektivitasnya. Pentingnya kualitas pendidikan dan fasilitas yang memadai untuk menarik minat masyarakat, menunjukkan bahwa keberhasilan PR juga bergantung pada kualitas pendidikan dan fasilitas yang ditawarkan oleh sekolah.

B. Impikasi

Untuk MAN Rejang Lebong, penting untuk terus meningkatkan keterlibatan siswa dan guru dalam kegiatan manajemen humas, serta memanfaatkan media sosial secara lebih efektif. Penguatan kerjasama dengan media lokal dan alumni juga perlu ditingkatkan. Pemangku kebijakan harus mendukung inisiatif ini dengan menyediakan sumber daya yang memadai dan mendorong evaluasi berkelanjutan. Bagi pengguna,

yaitu siswa, orang tua, dan masyarakat, partisipasi aktif dan umpan balik mereka sangat penting untuk keberhasilan program PR. Peneliti berikutnya disarankan untuk fokus pada analisis lebih mendalam mengenai dampak spesifik dari berbagai kegiatan public relations dan menjajaki strategi inovatif yang dapat diterapkan di sekolah lain dengan karakteristik serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahmat. (2006). *Manajemen Humas Sekolah*, Yogyakarta: Media Akademi
- Arifudin. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*, Banyumas : Pena Persada
- Darmono. (2001). *Manajemen Dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah*, Jakarta: PT Gramedia
- Deri Wanto. (2022). *Evaluasi dan Supervisi Pendidikan*, Curup: Andhra Grafika
- Diah Ayu Prabandari dkk. (2021). *Strategi Humas Meningkatkan Partisipasi masyarakat dalam Kegiatan Sekolah. Jurnal Manajemen Pendidikan*. Vol. 3 No 2
- Engkoswara dan Aan Komariah. (2010). *Administrasi Pendidikan*, Bandung: CV Alfabeta
- Frank Jefkins, (1998). *Public Relation*, Jakarta: Gelora Aksa
- Fridiani Afrilien. (2022). *Dasar-dasar Corporate Public Relations*. <https://zenodo.org/record/5873192>
- Indriani, D., Budi Wiyono, B., & Yusuf Sobri, A. (2018). *Manajemen Hubungan Sekolah Dan Masyarakat Berbasis Islam*. JAMP : Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan; Vol 1, No 2 (2018): Volume 1 No 2.
- Ira Nur Harini and Karwanto. (2014). “*Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah*,” Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan 4, no. 4
- Irma Indriani&Syamsudin. (2023). *Manajemen public relation dan strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra lembaga*. Journal of Educational Management and Leadership. Vol. 01, Issue 01
- Juhji dkk. (2020). *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*, Cetakan Pertama, Bandung: Widina Bhakti Prasada Bandung.
- Kellaghan, T., & Stufflebeam, D. L. (2012). *International Handbook of Educational Evaluation: Part One: Perspectives/Part Two: Practice* (Vol. 9). Springer Science & Business Media

- L. Sinatra & R. Darmastuti. (2008). *Kajian Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Tengah*, Jurnal SCRIPTURA, 2 (2)
- L'Etang, J., McKie, D., Snow, N., & Xifra, J. (2015). *The Routledge Handbook of Critical Public Relations*. Routledge
- Laurensia Cahyani Rahayu. *'Perencanaan Media Relations Di Sheraton Mustika Yogyakarta Untuk Menciptakan Citra*.
- Masduki Ahmad (2021). *Manajemen Hubungan Sekolah Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Improvement Vol. 8 No. 2
- Muhammad Nur Hakim. (2019). *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus Di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto)*. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Vol 4 No 1
- Mulyasa. (2003). *Manajemen Berbasis Sekolah: konsep strategi dan Implementasi*, Bandung: Remaja Rosadakarya
- Nasution, D. R., Sermal, S., & Zen, W. L. (2002). *Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Orang Tua Peserta Didik Di Sma Negeri 5 Padang*. Produ: Prokurasi Edukasi Jurnal Manajemen Pendidikan Islam; Vol. 4, No 2
- Nurul Novitasari. Dkk. (2022). *Peran Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di TK Dharma Wanita Singgahan Tuban TP. 2021/2022*. *Journal of Early Childhood Education and Development*. Vol. 4, No. 2
- Prasetyo, M. A. M., & Anwar, K. (2021). *Assessing Organizational Culture: An Important Step for Enhancing the Implementation of Junior*. AL-Ishlah, 13(1).
- R. Kasali,. (2003). *Manajemen Public Relations: Konsep & Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: Pustaka Utama
- R. Ruslan. (2010). *Manajemen. Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Rahmat Kriyantono. (2012). *Public Relation Writing*, Jakarta: Kencana
- Rosady Ruslan. (2003). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

- Rowe, G., & Frewer, L. J. (2000). *Public Participation Methods: A Framework for Evaluation*. Science, Technology, & Human Values, 25(1).
- Sahertian. 1995). *Dimensi Administrasi Pendidikan*, Surabaya: Usaha Nasional
- Samsuni Samsuni. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Al-Falah: Jurnal Ilmiah Keislaman dan Kemasyarakatan 17, no. 1 (March 1, 2017): 105, accessed February 20
- Soleh Sumatri dan Elvinaro Ardianto. (2006). *Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sonedi, S., Jamalie, Z., & Majeri, M. (2017). *Manajemen Pembiayaan Pendidikan Bersumber dari Masyarakat*. Fenomena, 9(1).
- Sri Ambarwati Cahyaningrum. (2022). Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Lembaga Madrasah di MAN 2 Ponorogo. *Journal of Islamic Education Management*. Vol. 3 No. 1
- Sudjono. (2009). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Press
- Sulistiyorini. (2009). *Manajemen Pendidikan Islam, Konsep, Strategi dan Aplikasi*, Yogyakarta: Teras
- Syafaruddin. (2005). *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, Jakarta: PT Ciputat Press
- T. Hani Handoko. (2001). *Manajemen: Edisi 2*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Terry, George R. (2006). *Asas-Asas Menejemen*, Terj. Winardi, Bandung: PT AlumniTheaker, A. (2020). *The Public Relations Handbook*. Routledge.
- U. O. Effendy. (2002). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi komunikologis*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Yosal Irianta. (2013). *Manajemen Humas Sekolah* Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Z. Nasution. (2006). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, Malang: UMM Pers
- M. Daryanto. (2013). *Administrasi dan Manajemen Sekolah*, Jakarta: Rineka Cipta

- Sundler, A. J., Lindberg, E., Nilsson, C., & Palmér, L. (2019). *Qualitative Thematic Analysis Based on Descriptive Phenomenology*. Nursing Open, nop2.275. <https://doi.org/10.1002/nop2.275>
- Crow, Alice, and Lester D. Crow. (1989). *Educational Psychology*, Yogyakarta: Nur Cahaya
- Hurlock, Elizabeth B. (1978). *Child Development*, diterjemah oleh Med. Meitasari Tjandrasa dalam, *Perkembangan Anak*, Jilid 2, Jakarta: Erlangga
- Singer, Kurt. (1973). *Verhindert Die Schule Das Lernen*, diterjemah oleh Bergman Sitorus, *Membina Hasrat Belajar Di Sekolah*, Bandung: Remaja Karya
- Walgito, Bimo. (2002). *Psikologi Sosial, Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Andi
- Gunarso. (1995). *Meningkatkan Minat Belajar Anak*, Jakarta: LPTK dan ISPI
- Krathwohl, David R, et.al. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives*, London: Longmans
- Muhibbin Syah. (2013). *Psikologi Pendidikan dengan pendekatan baru*, 18th ed. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ngalim Purwanto. (2014). *Psikologi Pendidikan*, 27th ed. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhammad Butt and Muhammad Khalid, “*The Role of Madrasa Education in Inter-Cultural and Cross-Cultural Exchange*” 39 (January 2, 2019)
- Poetri Leharia Pakpahan and Umi Habibah, “*Manajemen Program Pengembangan Kurikulum PAI Dan Budi Pekerti Dalam Pembentukan Karakter Religius Siswa: Management of IRE Curriculum Development Program and Character in Forming Student’s Religious Character*,” *Tafkir: Interdisciplinary Journal of Islamic Education* 2, no. 1 (January 10, 2021): 1–20, accessed April 21, 2021, <https://pasca.jurnalikhac.ac.id/index.php/tijie/article/view/19>.
- D. Wijaya, (2008). *Pemasaran jasa pendidikan sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing sekolah*. *Jurnal Pendidikan Penabur*, 11(7)
- Cheng, A., Trivitt, J., & Wolf, P. J. (2015). *School Choice and the Branding of Milwaukee Private Schools*. *Journal of EDRE Working Paper*, (04).

- Dwiningrum, Siti Irene Astuti. (2011). *Desentralisasi Dan Partisipasi Masyarakat Dalam Pendidikan Suatu Kajian Teoritis Emperik*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M., *Effective Public Relations. Upper Saddle River*, (NJ: Pearson Education, 2006).
- Frank Jefkins, *Public Relations: Made Simple*, (London: Elsevier, 2016).
- Karen Arnold, Jennifer Zeljo, Rachel Doctoroff, & Carol Keiley, *Teacher–Parent Communication: Understanding Parents’ Perceptions of Effective Teacher Communication*, *Journal: Early Education and Development*, 2008, Volume: 19, Nomor: 1.
- Kaur, K., & Rani, S., "Role of Social Media in Education Sector", *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 2016.
- Kreps, G. L., *Organizational Communication: Theory and Practice*, (New York, NY: Longman, 1990).
- Maziyah, Silfiyah Aisyatul. *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Sarana Dan Prasarana Di Sma Islam Al–Hidayah Mangli Kabupaten Jember Tahun Pelajaran 2015/2016*. Diss. Iain Jember, 2016.
- Noor, Muhammad. *Manajemen hubungan sekolah dan masyarakat (humas) di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Sahabat Alam Palangka Raya*. Diss. IAIN Palangka Raya, 2017.
- Paul A. Tess, *The Role of Social Media in Higher Education Classes (Real and Virtual) – A Literature Review*, *Computers in Human Behavior*, 2013. Vol 29, Issue 5.
- Sukarmin B, Sukarmin B. *Manajemen hubungan masyarakat di sekolah dasar islam terpadu qurrata a'yun Kuala Pembuang*. Diss. IAIN Palangka Raya, 2021.
- Tajfel, H., & Turner, J. C., *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior, Psychology of Intergroup Relations*, (Chicago: Nelson-Hall, 1986).
- William L. Sterrett, *Insights into Action: Successful School Leaders Share What Works*, (Alexandria: ASCD, 2011).

- Cutlip, Scott M., *Allen H. Center, dan Glen M. Broom, Effective Public Relations*, (Pearson, 2019).
- Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, (London: SAGE Publications, 2010), 6th Edition.
- Grunig, J. E., & Hunt, T., *Managing Public Relations*, (New York, NY: Holt, Rinehart & Winston, 1984).
- Istighfarin, Clara Avilu, et al. "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Keterserapan Lulusan." *TSAQOFAH* 4.1 (2024).
- Jacque L'Etang, *Public Relations: Concepts, Practice and Critique*, (SAGE Publications), 2016.
- Kaur, K., & Rani, S., "*Role of Social Media in Education Sector*", *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 2016.
- Laura E. B. Johansson "*The Role of Teachers in School Communication: A Social Network Analysis Approach*", *Journal of School Leadership*, Volume 25, Issue 3, 2015.
- McLeod, S. A., *Social Involvement Theory*, *Simply Psychology*, 2007, <https://www.simplypsychology.org/social-involvement.html>
- Nadlir, Nim. *Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Di Madrasah Tsanawiyah (Mts.) Ma'arif Nu 1 Jatilawang Banyumas*. Diss. Iain Purwokerto, 2018.
- Sa'diyah, Fifi Imamatus. *Manajemen Public Relations Dalam Menarik Minat Masyarakat Di SD Al-Baitul Amien Jember Tahun Ajaran 2019/2020*. Diss. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Kependidikan Islam Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, 2020.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

LAMPIRAN TRIANGULASI DATA

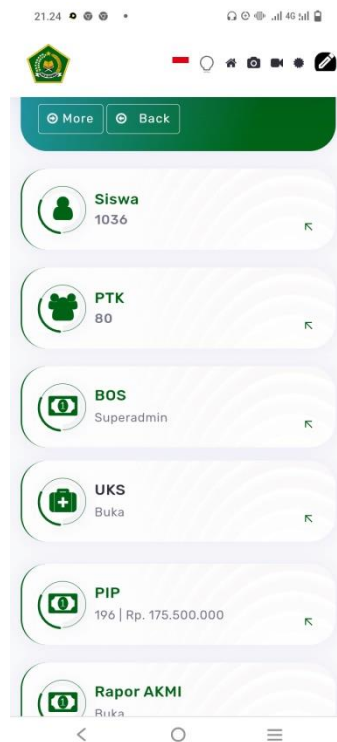
No	Pertanyaan	Keterangan
1	Perencanaan public relation dalam meningkatkan minat masyarakat pada MAN Rejang Lebong	
	<p>Berdasarkan hasil temuan dalam observasi dan wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa:</p> <p>h. Perencanaan public relation dalam meningkatkan minat masyarakat didasarkan pada perencanaan strategi manajemen humas melalui survei dan interaksi dengan orangtua telah dilakukan dengan baik. Peningkatan ini dicapai melalui publikasi kegiatan positif sekolah di berbagai media sosial, yang menarik minat orang tua dan calon peserta didik baru.</p> <p>i. Ada 2 perencanaan strategi yaitu internal dan eksternal manajemen humas, dengan strategi internal melibatkan aktivitas akademik dan komitmen dari guru dan siswa, sementara strategi eksternal melibatkan masyarakat dan instansi terkait seperti pemerintah dan lembaga kesehatan. Ini mencakup sosialisasi melalui media sosial dan kegiatan langsung di masyarakat.</p> <p>j. survei dan interaksi dengan keterlibatan guru dalam perencanaan public relation semua guru terlibat dalam perencanaan manajemen humas. Guru-guru memberikan</p>	<p>Hasil penelitian didapatkan dari kegiatan observasi, pengumpulan dokumentasi, dan wawancara dengan beberapa informan; kepala madrasah, wakil bidang humas, guru dan orang tua siswa.</p>

	<p>masukannya tentang pesan yang tepat untuk disampaikan kepada masyarakat, berpartisipasi dalam kegiatan promosi sekolah, dan berkomunikasi dengan pihak terkait</p> <p>k. Promosi melalui media sosial dan langsung sosialisasi yang dilakukan melalui media sosial dan langsung oleh guru yang tinggal di daerah tertentu. Guru juga mempromosikan sekolah saat berceramah atau melalui kegiatan safari Jumat. Promosi dan sosialisasi sekolah di MAN Rejang Lebong dilakukan melalui dua jalur utama: media sosial dan interaksi langsung. Media sosial menjadi salah satu alat utama dalam menyebarkan informasi mengenai kegiatan dan prestasi sekolah. Dengan menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, sekolah dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan cepat dan efektif. Konten yang dipublikasikan biasanya mencakup berbagai kegiatan sekolah, pencapaian siswa, serta informasi penting mengenai pendaftaran dan program-program unggulan.</p> <p>l. Kerjasama dengan media lokal dengan mengundang jurnalis ke acara sekolah dan mengirimkan siaran pers secara berkala untuk meningkatkan dukungan publik.</p> <p>m. Peran aktif siswa dalam kegiatan public relations yang akan membantu tim humas</p>	
--	--	--

	<p>dalam bersosialisasi baik dari media social atau secara langsung.</p> <p>n. Pengumpulan dan pengkajian data diperoleh dapat memberikan gambaran yang akurat tentang hubungan antara sekolah dan masyarakat. Data ini menjadi dasar untuk merancang pesan dan program public relations yang efektif, yang ditujukan untuk membangun dan memperkuat hubungan positif antara MAN Rejang Lebong dengan publiknya.</p>	
2	Pelaksanaan public relation dalam meningkatkan minat masyarakat pada MAN Rejang Lebong	
	<p>a. Pelaksanaan Public Relation dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong didasarkan pada Peran Guru dalam Public Relation yang akan memberikan kolaborasi antara Guru dan Tim Humas untuk menyusun strategi dalam membangun citra positif sekolah.</p> <p>b. Partisipasi Siswa dalam Public Relations sangat berpengaruh penting dalam meningkatkan kepercayaan pada sekolah.</p> <p>c. Penggunaan Media Sosial yang bertujuan mengembangkan Citra Sekolah, dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MAN Rejang Lebong.</p>	<p>Hasil penelitian didapatkan dari kegiatan observasi, pengumpulan dokumentasi, dan wawancara dengan beberapa informan; kepala madrasah, wakil bidang humas, guru dan orang tua siswa.</p>
3	Evaluasi public relation dalam meningkatkan minat masyarakat pada MAN	

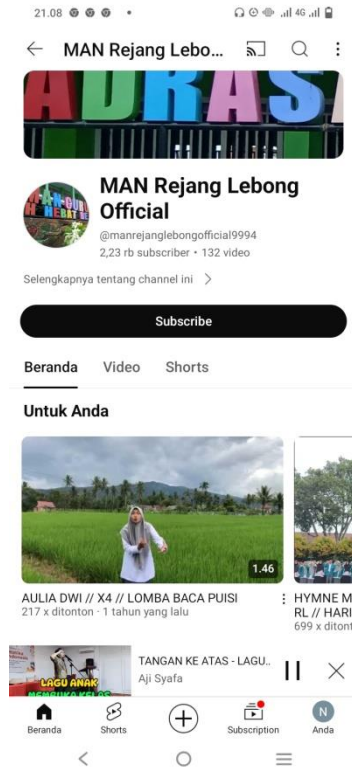
	Rejang Lebong	
	Evaluasi Public Relation dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada MAN Rejang Lebong didasarkan pada Pertimbangan, Deskripsi Objek Penelitian, Kriteria yang dapat di pertanggungjawabkan	Hasil penelitian didapatkan dari kegiatan observasi, pengumpulan dokumentasi, dan wawancara dengan beberapa informan; kepala madrasah, wakil bidang humas, guru dan orang tua siswa.

1. Dokumen Website MAN Rejang Lebong



2. Seluruh media social MAN Rejang Lebong

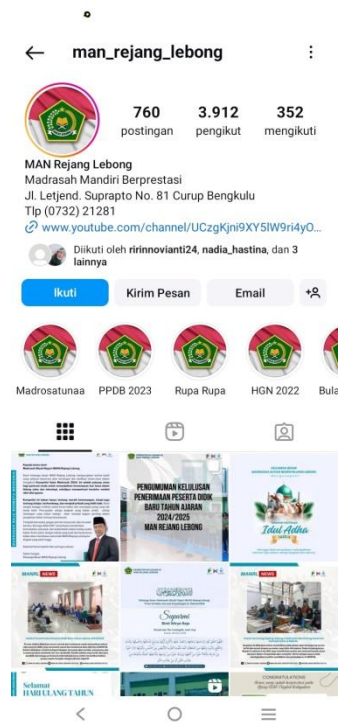
YouTube MAN Rejang Lebong



Facebook MAN Rejang Lebong



Instagram MAN Rejang Lebong



3. Publikasi Prestasi Akademik siswa/i MAN Rejang Lebong



4. Lampiran Wawancara bersama Narasumber



