

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Hubungan masyarakat menjadi bagian terpenting dalam suatu lembaga ataupun instansi. Humas di dalam suatu lembaga dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga dengan masyarakat. Oleh karena itu humas mempunyai peran dan tugas untuk dapat memberikan informasi mengenai suatu lembaga terhadap publik atau masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap lembaga pendidikan serta individu yang ada di dalam lembaga tersebut. Sehingga humas harus dapat memungkinkan masyarakat untuk terus berperan aktif terhadap lembaga.¹ Sebagaimana peran dan tugas humas yaitu untuk menyampaikan informasi mengenai lembaga pendidikan sehingga dapat menarik simpati dari masyarakat serta dapat menjaga hubungan baik dari masyarakat, humas berlandaskan pada Q.S An-nisa' ayat 63

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: “Mereka itulah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang ada didalam hati mereka. Oleh karena itu, berpalinglah kamu dari mereka, nasihatilah mereka, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.”²

¹ Ahmad sukardi, “Urgensi Public Relation Bagi Perkembangan Lembaga Pendidikan Islam.” *Al-Munzir*, 7, no. 1 (2012): 26.

<https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/view/266/256>

² Lajnah Pentashihan Maushaf Al-quran, *Al-Quran dan Terjemahan* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Maushaf Al-quran, 2019), 119.

Dari ayat tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa Allah Swt. Memerintahkan agar dapat memberikan pembelajaran ataupun informasi yang dapat membekas pada hati dan jiwa. Hal demikianlah yang seharusnya dilakukan oleh humas agar dapat menarik simpati dari masyarakat maka harus dapat menciptakan dan membangun komunikasi yang baik. Rancangan komunikasi yang dilakukan humas akan dapat mempengaruhi opini publik dan reputasi dari lembaga pendidikan. Karena, humas yang secara langsung berinteraksi dengan publik dalam mengkomunikasikan aktivitas dari lembaga. Tugas humas di sini tidak hanya pada tataran lembaga pendidikan dasar dan menengah saja akan tetapi lembaga pendidikan tinggi tidak luput dari tugas humas dalam menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat.

Lembaga pendidikan tinggi atau perguruan tinggi harus terus bersinergi bersama masyarakat untuk membangun hubungan sebagai usaha untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat dalam meningkatkan kualitas dan keberhasilan pada setiap proses pendidikan yang bermuara pada pencapaian tujuan. Hal tersebut perlu dilakukan oleh humas dalam lembaga pendidikan tinggi karena tidak dapat dipungkiri pada setiap tahunnya peran dari humas sangat dibutuhkan dalam proses penerimaan mahasiswa baru. Selain itu, humas juga berperan untuk memperkenalkan lembaga pendidikan tinggi agar dapat diketahui kualitas dari lembaga tersebut. Serta dapat mengetahui keinginan dari masyarakat terhadap output yang dihasilkan lembaga. Begitu pentingnya humas maka setiap lembaga terutama lembaga

pendidikan harus memiliki humas. Dalam hal ini humas memiliki 4 peran dan tugas yaitu sebagai penghubung, pengomunikasi, pendukung dan publikator.³

Melalui peran tersebut humas membutuhkan pengelolaan secara maksimal melalui manajemen yang baik sehingga dalam menjalankan perannya dapat terarah sesuai dengan tujuan. Selain itu, fungsi dari adanya manajemen ini untuk mendukung dan memelihara lembaga dengan masyarakat baik dalam hal komunikasi, penerimaan, kerjasama ataupun yang berhubungan dengan citra dari lembaga itu sendiri. Strategi manajemen humas disini dapat menarik simpati dari publik atau masyarakat terhadap lembaga, hal demikian ini dapat dilakukan dengan cara promosi.

Pada dasarnya promosi menjadi sebuah kebutuhan dalam lembaga pendidikan. Mengingat perkembangan teknologi dan perkembangan pasar serta persaingan yang semakin ketat maka dengan adanya promosi dapat menjadi sebuah usaha yang sangat diperlukan dalam suatu lembaga pendidikan agar rencana yang dibuat dapat dilaksanakan. Selain itu, promosi dibutuhkan untuk dapat menjaga stabilitas eksistensi dimata masyarakat. Maka dari itu, promosi jasa pendidikan diperlukan. Hal ini sejalan dengan Indrajaja dan Karno dalam David Wijaya yang berpendapat bahwa pemasaran atau promosi sangat dibutuhkan karena: 1. Perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan bahwa sekolah atau lembaga masih memiliki eksistensi., 2. Perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan bahwa pelayanan jasa yang ditawarkan relevan dengan kebutuhan mereka., 3.

³ Juhji, dkk, *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan* (Bandung: Widya Bhakti Prasada Bandung, 2020), 11.

Perlu melakukan promosi agar eksistensi lembaga tidak ditinggalkan oleh masyarakat.⁴

Aktivitas pemasaran atau promosi jasa pendidikan bukan merupakan kegiatan bisnis yang tujuannya untuk mendapatkan siswa saja akan tetapi promosi jasa pendidikan merupakan bentuk tanggung jawab lembaga kepada masyarakat luas tentang jasa pendidikan yang telah, akan dan sedang dijalankan.⁵ Jika suatu lembaga tidak mempromosikan lembaga pendidikannya maka akan berpengaruh terhadap eksistensi dan mutu lembaga pendidikan dimata masyarakat. Hal demikian juga dapat mengakibatkan kurangnya partisipasi dari masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut. Oleh karena itu demi menjaga hubungan antar lembaga pendidikan dan masyarakat perlu adanya manajemen humas yang tentu harus dikelola dengan sebaik mungkin agar nantinya dapat meningkatkan motivasi masyarakat dan juga dapat meningkatkan citra dari lembaga itu sendiri.

IAIN Madura sebagai lembaga pendidikan tinggi Islam negeri satu-satunya yang ada di Madura merupakan lembaga pendidikan tinggi yang dapat bersinergi untuk menciptakan generasi muda yang unggul. Jika dilihat dari sejarahnya IAIN Madura mengalami perubahan yang cukup pesat yang mana pada mulanya merupakan anak induk dari UIN Sunan Ampel Sekarang, kemudian bertransformasi menjadi STAIN kurang lebih 20 tahun dengan berbagai upaya dan banyak prestasi yang diraih serta masyarakat ikut memberikan respon yang positif dengan adanya perkembangan IPTEK dan kebutuhan masyarakat akan pendidikan. Maka, diusulkan perubahan untuk

⁴ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 13.

⁵ Ibid,15.

menjadi IAIN. Usulan perubahan tersebut menjadi nyata setelah Presiden pada tanggal 5 April 2018 menandatangani Peraturan Presiden Nomor 28 Tahun 2018 tentang IAIN Madura. Peraturan Presiden ini diundangkan ke dalam lembaran negara oleh menteri hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 51 tahun 2018, pada tanggal 7 April 2018. Sejak diundangkan di lembaran negara, maka IAIN Madura resmi menggantikan STAIN Pamekasan.⁶

Perubahan tersebut menjadikan IAIN Madura sama dengan perguruan tinggi lain yang mana tidak hanya pada satu rumpun pendidikan saja akan tetapi memiliki kewenangan yang lebih luas dari sebelumnya. IAIN Madura tidak hanya fokus pada ilmu agama Islam saja tetapi juga terdapat ilmu umum didalamnya. Namun hal tersebut masih belum diketahui oleh masyarakat luas yang mana masyarakat masih menganggap IAIN Madura sebagai lembaga ilmu keislaman saja. Serta nama IAIN Madura masih belum dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat yang masih menyebut IAIN Madura dengan sebutan STAIN Pamekasan. Hal demikian ini tentu membutuhkan upaya yang dilakukan humas untuk mengubah pandangan masyarakat tentang IAIN Madura.

Hal tersebut diperlukan karena pada tahun 2024 IAIN Madura direncanakan akan beralih status menjadi UIN. Hal ini disampaikan oleh rektor IAIN Madura periode 2016-2021 yaitu bapak Mohammad qosim bahwa IAIN Madura sudah sepantasnya menjadi UIN karena letak geografis yang sangat mendukung dan tinggal perluasan lahan dan pengajuan proposal

⁶ Website IAIN Madura, <https://iainmadura.ac.id/site/data/1.2>

untuk persiapan menuju UIN.⁷ Pada tahun 2023 ini tentu banyak hal yang harus dilakukan oleh humas agar dapat menarik minat calon mahasiswa untuk menjadikan IAIN Madura sebagai pilihan utama dalam melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Humas menjadi bagian terpenting dari lembaga IAIN Madura sebagaimana ungkapan dari kordinator humas IAIN Madura Bapak Mustajab

“Humas disini adalah kunci berjalannya proses pendidikan, jika humas tidak jalan maka tidak akan ada mahasiswa di IAIN Madura. Maka dari itu ada berbagai upaya yang dilakukan humas seperti hal nya promosi, sosialisasi dan publikasi”⁸

Sebagaimana ungkapan sebelumnya salah satu upaya yang dilakukan yaitu promosi. Dalam hal ini dibentuk panitia Penerimaan Mahasiswa Baru kemudian membentuk relawan penerimaan mahasiswa baru yang didelegasikan dari 2 beasiswa yang ada di IAIN Madura yaitu Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIP-K) dan Generasi Cahaya Pintar yang tujuannya untuk mensosialisasikan mengenai Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) kepada sekolah-sekolah di beberapa daerah. Akan tetapi pada pembentukan relawan PMB ini dapat dikatakan telat sehingga ada beberapa sekolah yang menolak adanya sosialisasi karena sudah fokus untuk persiapan ujian. Hal demikian memang dibenarkan oleh Bapak Abdus Syakur selaku ketua panitia PMB tahun 2023.

⁷ Website IAIN Madura, *Rektor IAIN Madura Sampaikan Alih status UIN Madura Ke DPR RI, Minta Dukungan Perluasan lahan*, Diakses dari <https://iainmadura.ac.id/site/detberita/432-rektor-iain-madura-sampaikan-alih-status-jadi-uin-madura-ke-dpr-ri-minta-dukkungan-perluasan-lahan>, Pada Tanggal 11 april 2023

⁸ Mustajab Mansur, Koordinator Humas IAIN Madura, *Wawancara Langsung* (18 April 2023)

Sebenarnya untuk informasi sudah ada di website IAIN Madura, sehingga tanpa sosialisasi pun seharusnya sekolah sudah tau karena hal itu merupakan hak siswa dan kewajiban guru dalam mengkoordinir dan memfasilitasi siswa untuk melanjutkan pendidikannya, untuk relawa ini hanya sebatas mengkoordinir sekolah untuk mendaftarkan siswanya. memang dari internal kita telat dalam mempersiapkannya karena adanya perubahan mekanisme pada tahun ini.⁹

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti memberikan asumsi bahwa humas di IAIN Madura memiliki peran yang sangat penting dalam proses promosi lembaga IAIN Madura dengan startegi-strategi yang tentunya dapat menarik minat calon mahasiswa dalam penerimaan mahasiswa baru sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji “Optimalisasi Strategi Manajemen Humas dalam Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru tahun 2023 di IAIN Madura”

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana optimalisasi strategi manajemen humas dalam promosi penerimaan mahasiswa baru tahun 2023 di IAIN Madura?
2. Apa faktor pendorong dan penghambat dalam optimalisasi strategi manajemen humas dalam promosi penerimaan mahasiswa baru tahun 2023 di IAIN Madura?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian yang dipilih oleh peneliti, Adapun tujuan peneliti yaitu:

1. Mendeskripsikan optimalisasi strategi manajemen humas dalam promosi penerimaan mahasiswa baru tahun 2023 di IAIN Madura

⁹ Abd. Syakur, Ketua Panitia PMB IAIN Madura Tahun 2023, *Wawancara Langsung* (17 April 2023)

2. Mendeskripsikan faktor pendorong dan penghambat dalam optimalisasi strategi manajemen humas dalam promosi penerimaan mahasiswa baru tahun 2023 di IAIN Madura

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan ilmiah (Teoritis)

Secara ilmiah penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dan memperluas wacana yang berkaitan dengan strategi manajemen humas. Selain itu juga dapat menjadi sumbangan pemikiran terkait dengan optimalisasi strategi manajemen humas dalam kegiatan promosi penerimaan mahasiswa baru.

2. Kegunaan Sosial (Praktis)

a. Bagi Rektor IAIN Madura

Penelitian ini dapat menjadi bahan informasi bagi rektor tentang optimalisasi strategi manajemen humas pada promosi PMB. Dan mempermudah rektor dalam melaksanakan evaluasi serta mengambil kebijakan yang berhubungan dengan humas dalam kegiatan promosi PMB.

b. Bagi Humas IAIN Madura

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam melaksanakan kegiatan yang sama dimasa mendatang. Serta sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan-kebijakan dimasa mendatang.

c. Bagi Ketua PMB IAIN Madura Mendatang

Penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dalam melaksanakan kegiatan yang sama dimasa mendatang sehingga dapat meminimalisir kesalahan-kesalahan yang akan terjadi dan dapat meningkatkan kualitas ataupun kuantitas dalam promosi PMB selanjutnya.

E. Definisi Istilah

1. Optimalisasi strategi

Optimalisasi merupakan proses dalam memaksimalkan suatu kegiatan untuk menciptakan sesuatu yang baik sehingga dapat mencapai tujuan ataupun target yang diinginkan bahkan melebihi dari target tersebut. Strategi adalah cara atau metode yang direncanakan dalam melakukan sebuah kegiatan sehingga dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan arah tujuan yang diinginkan. Sehingga dapat dipahami bahwa optimalisasi strategi merupakan upaya untuk memaksimalkan tindakan atau cara dalam melaksanakan kegiatan agar terlaksana sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

2. Manajemen Humas

Manajemen adalah proses pengelolaan melalui perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan atau evaluasi. Sedangkan humas adalah bagian dari lembaga yang membangun relasi antara individu ataupun kelompok pada suatu wilayah yang dijalin untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dapat dipahami bahwa manajemen humas merupakan proses atau upaya yang dilakukan untuk membangun relasi antara lembaga dengan masyarakat ataupun instansi lainnya.

3. Promosi

Promosi adalah upaya yang dilakukan dalam menginformasikan atau menawarkan mengenai produk ataupun jasa dengan tujuan untuk menarik pelanggan atau masyarakat untuk dapat memanfaatkannya atau mengonsumsinya.

4. Penerimaan Mahasiswa Baru

Penerimaan mahasiswa baru merupakan proses yang dilakukan oleh suatu lembaga dalam mencari dan menyaring lulusan dari SMA/ sederajat untuk melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi yaitu perguruan tinggi.

Jadi Optimalisasi Strategi Manajemen Humas Dalam Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2023 Di IAIN Madura merupakan kajian mendalam tentang proses pemaksimalan strategi manajemen humas yang dilakukan baik dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan sampai evaluasi dalam mempromosikan penerimaan mahasiswa baru di IAIN Madura.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam mengambil judul ini peneliti telah melakukan kajian penelitian penelitian terdahulu, yaitu berbentuk laporan-laporan penelitian yang tujuannya untuk memberikan orientasi mendalam tentang judul yang dipilih dan yang paling penting adalah menghindari adanya persamaan penelitian. Dalam kajian penelitian terdahulu peneliti akan mendeskripsikan beberapa karya yang ada relevansinya dengan judul dari peneliti yaitu Optimalisasi

Strategi Manajemen Humas Dalam Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru
Tahun 2023 Di IAIN Madura.

Tabel 1. 1 Kajian Terdahulu

| No | Nama | Judul | Persamaan | Perbedaan |
|----|-----------------|---|---|--|
| 1. | Afifah Agustina | “Optimalisasi Peran Hubungan Masyarakat (HUMAS) Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Di SMAN 2 Pamekasan” ¹⁰ | Penelitian terdahulu dengan penelitian ini memiliki kesamaan yang membahas tentang humas di lembaga pendidikan, selain itu pula penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif | Perbedaannya terlihat pada penelitian terdahulu fokus pada optimalisasi peran humas dalam meningkatkan minat peserta didik sedangkan penelitian ini membahas optimalisasi strategi manajemen humas dalam promosi penerimaan mahasiswa baru. Adapun perbedaan lainnya dilihat dari tempat penelitian yang mana pada penelitian terdahulu di SMAN 2 Pamekasan Adapun penelitian ini di IAIN Madura |
| 2. | Imam Basofi | “Manajemen Humas IAIN Madura dalam Menarik Minat Masyarakat” ¹¹ | Manajemen humas menjadi bahasan yang sama antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini dan persamaan lainnya yaitu | Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu fokus dalam menarik minat masyarakat |

¹⁰ Afifah Agustina, “Optimalisasi Peran Hubungan Masyarakat (HUMAS) Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Di SMAN 2 Pamekasan” (Skripsi, IAIN Maduran Pamekasan, 2022)

¹¹ Imam Basofi, “Manajemen Humas IAIN Madura dalam Menarik Minat Masyarakat,” *Kabilah: Jurnal of Social Community* 5, no. 1 (2020).

<http://ejournal.iainata.ac.id/index.php/kabilah/article/view/113>

| | | | | |
|----|---------------------|---|---|--|
| | | | lokasi penelitian yaitu sama-sama di IAIN Madura | sedangkan penelitian ini berfokus pada penerimaan mahasiswa baru. |
| 3. | Novita Sari Indrian | “Manajemen Humas dalam Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2020 Di IAIN Batu Sangkar.” ¹² | Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji tentang manajemen humas dalam promosi penerimaan mahasiswa baru. Dan juga sama-sama menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan jenis pendekatan studi kasus | Perbedaannya adalah penelitian terdahulu hanya berfokus pada manajemen humas saja sedangkan penelitian ini berfokus pada optimalisasi strategi manajemen humas. Serta perbedaan juga terdapat pada lokasi penelitian. Pada penelitian terdahulu dilakukan di IAIN Batu sangkar sedangkan penelitian ini dilakukan di IAIN Madura |
| 4. | Arjun Najah | “Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Kerjasama Eksternal Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Kota Malang.” ¹³ | Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi manajemen humas, persamaan lainnya terletak pada metode penelitian yang diambil yaitu pendekatan penelitian kualitatif dengan | Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu lebih berfokus pada membangun kerja sama eksternal sedangkan pada penelitian ini fokus penelitiannya pada promosi penerimaan mahasiswa baru. Perbedaan lainnya terletak pada lokasi |

¹² Novita Sari Indrian, “Manajemen Humas dalam Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2020 Di IAIN Batu Sangkar” (Skripsi, IAIN Batu Sangkar, Sumatera Barat, 2021)

¹³ Arjun Najah, “Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Kerjasama Eksternal Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Kota Malang” (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2021).

| | | | | |
|----|----------|--|--|---|
| | | | jenis penelitian deskriptif | penelitian. Penelitian terdahulu dilakukan di Madrasah Aliyah Negeri 1 Kota Malang sedangkan penelitian ini dilakukan di IAIN Madura. |
| 5. | Almaida, | “Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga UIN Walisongo Semarang,” ¹⁴ | Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang manajemen humas. Persamaan lainnya terletak pada metode penelitian yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. | Perbedaan antar penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu hanya membahas manajemen humas sedangkan penelitian ini membahas optimalisasi strategi manajemen humas. Dan pada penelitian terdahulu berfokus dalam meningkatkan citra lembaga sedangkan penelitian ini berfokus pada promosi penerimaan mahasiswa baru. Serta perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian, pada penelitian terdahulu dilakukan di UIN Walisongo Semarang sedangkan pada penelitian ini |

¹⁴ Almaida, “Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga UIN Walisongo Semarang” (Skripsi, UIN Walisongo, Semarang, 2021).

| | | | | |
|--|--|--|--|------------------------------|
| | | | | dilakukan di IAIN Madura. |
|--|--|--|--|------------------------------|

Berdasarkan pada beberapa judul yang telah peneliti jelaskan tidak ada yang sama dengan judul yang peneliti ambil. Akan tetapi, antara 4 judul skripsi dan jurnal tersebut dengan judul peneliti saling berhubungan dalam hal manajemen humas yang ada di dalam lembaga pendidikan.