

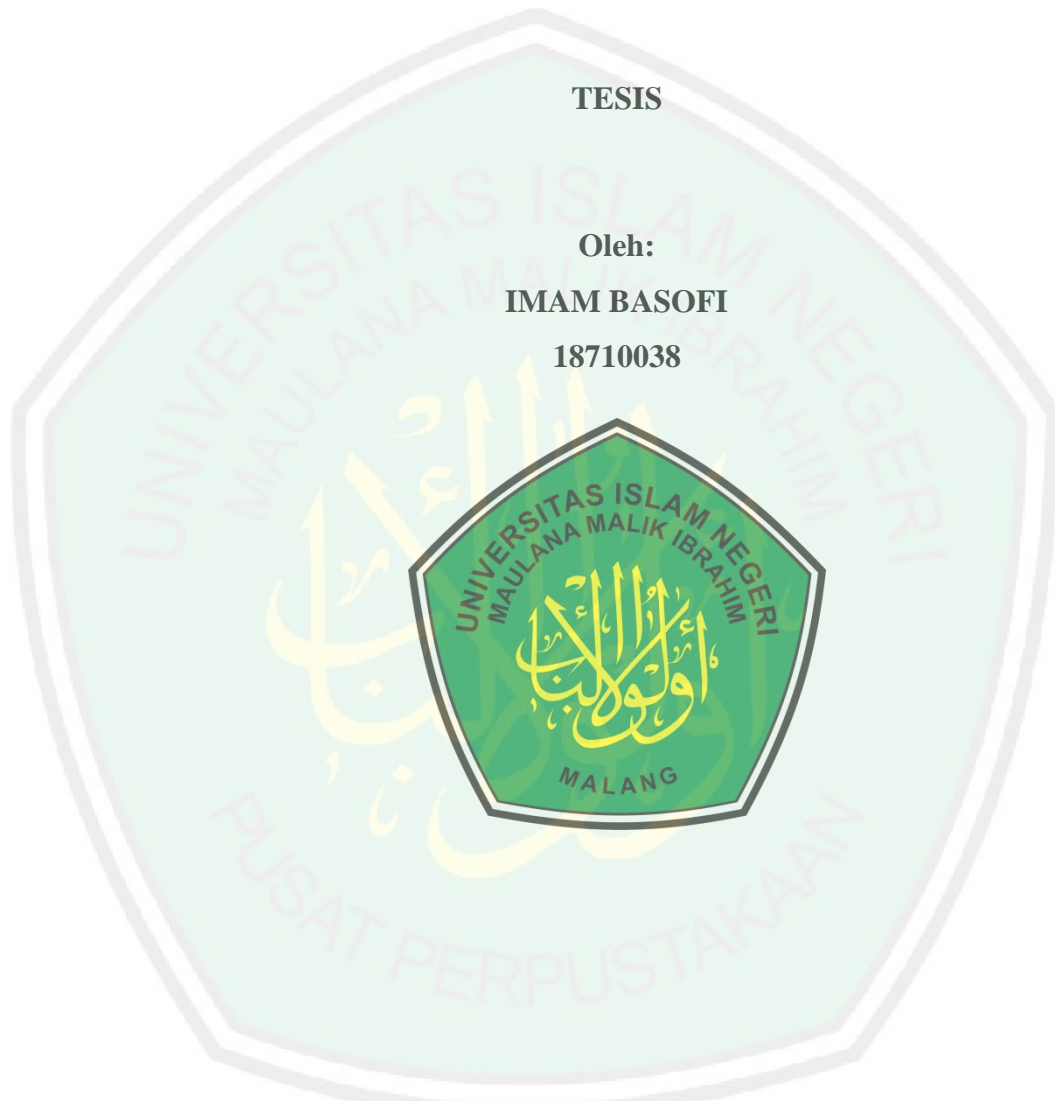
**MANAJEMEN HUMAS  
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT  
(Studi Kasus di IAIN Madura)**

**TESIS**

**Oleh:**

**IMAM BASOFI**

**18710038**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM**

**PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2020**

**MANAJEMEN HUMAS  
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT  
(Studi Kasus di IAIN Madura)**

**TESIS**

Diajukan kepada

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan  
Program Magister Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

Imam Basofi

18710038

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG**

**2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis dengan judul “Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Masyarakat di IAIN Madura” ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

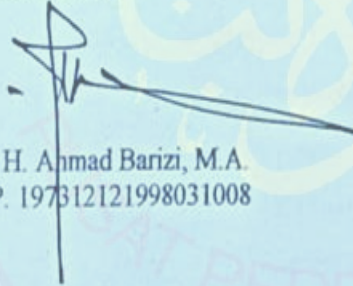
Malang, 1 Juli 2020

Pembimbing I



Dr. H. Sugeng Listyo Prabowo, M.Pd  
NIP. 196905262000031003

Pembimbing II



Dr. H. Ahmad Barizi, M.A.  
NIP. 197312121998031008

Malang, 1 Juli 2020  
Mengetahui,

Ketua Program Magister MPI




Dr. H. Wahidmurni, M.Pd,A.K.  
NIP. 196903032000031002

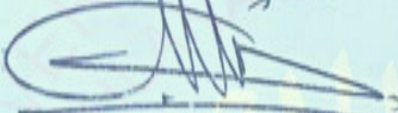
LEMBAR PENGESAHAN

Tesis dengan judul “Manajemen Humas dalam Menarik Minat Masyarakat Studi Kasus di IAIN Madura” ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada hari Rabu, 29 Juli 2020.

Dewan Penguji,

  
Dr. Samsul Susilawati, M.Pd  
NIP. 197606192005012005

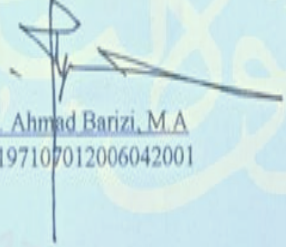
Ketua

  
Dr. H. Agus Maimun, M.Pd  
NIP. 196508171998031003

Penguji Utama

  
Dr. H. Sugeng Lisyo Prabowo, M.Pd  
NIP. 196903032000031002

Anggota

  
Dr. H. Ahmad Barizi, M.A  
NIP. 197107012006042001

Anggota

Mengetahui,  
Dekan, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



  
Dr. H. Agus Maimun, M.Pd  
NIP. 196508171998031003

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS PENELITIAN

Nama : Imam Basofi

Nim : 18710038

Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam (MMPI)

Judul Tesis : Manajemen Humas dalam Menarik Minat Masyarakat di IAIN  
Madura


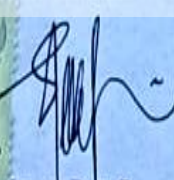
Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam hasil penelitian ini tidak ada unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 18 Juli 2020

Hormat saya

  
  
**Imam Basofi**  
**NIM: 18710038**

## KATA PENGANTAR

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَ  
عَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ.

Puji dan syukur Allhamdulillah, peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya kepada peneliti sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Kelengkapan Sarana Prasarana, Budaya Organisasi dan Motivasi Kerja terhadap Produktivitas Kerja Guru SMA Negeri Se Kecamatan Peusangan Bireuen” ini guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Pendidikan Islam (M.Pd).

Shalawat beriring salam semoga Allah SWT curahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang telah menyampaikan risalah Allah SWT sebagai pedoman hidup umat manusia, dan semoga diyaumul hisab nanti kita mendapat syafaat dari beliau. *Amin ya Rabbal Alamin.*

Di sini peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan tak terhingga yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini. Dengan ucapan *Jazakumullah Ahsanul Jaza'*, khususnya kepada:

1. Bunda dan Ayah tercinta semoga rahmat dan inayah-nya selalu tercurahkan kepada mereka yang telah mendidik, mendoakan dan merawat penulis sejak kecil sampai sekarang dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Dan para Pembantu Rektor, atas segala layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama peneliti menempuh studi.
3. Ibu Prof. Dr. Umi Sumbulah, M. Ag selaku direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Atas segala layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.
4. Bapak Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. Ak. Selaku ketua Program Studi dan Ibu Dr. Indah Aminatuz Zuhriyah, M. Pd selaku sekretaris Program studi Magister Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Atas segala motivasi, koreksi dan kemudahan layanan selama studi.

5. Dr. H. Sugeng Listyo Prabowo, M. Pd. selaku dosen pembimbing 1 dan Dr. H. Ahmad Barizi, M.A selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, dan saran serta membuat penulis selalu bersemangat dalam penyelesaian penulisan tesis ini.
6. Bapak dan ibu dosen UIN Malang yang tidak bisa peneliti sebutkan namanya satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat dan ta'dhim peneliti kepada beliau semua, terima kasih atas ilmu yang diberikan.
7. Semua Stakeholders yang terlibat langsung atau tidak langsung dalam pengambilan data penelitian ini di Institut Agama Islam Negeri Madura.

Akhirnya peneliti berharap, semoga Tesis ini berguna dalam menambah wawasan peneliti dan juga semoga bermanfaat untuk adik-adik tingkat yang nantinya dapat diajukan refrensinya dalam membuat Tesis yang lebih baik. Dan peneliti berdoa semoga semua kebaikan budi mereka yang membantu peneliti dinilai sebagai amal shaleh dan mendapat balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna, karena itu saran dan kritik sangat diharapkan demi kesempurnaan dalam membuat Tesis.

*Alhamdulillahilabbil Alamin.*

Malang, 18 Juli 2020

Hormat,saya



**Imam Basofi**

**NIM: 18710038**

## PERSEMBAHAN

Dengan segenap jiwa dan ketulusan hati saya persembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orangtua saya yang sangat saya sayangi dan saya cintai, Ayahanda (Alm) Slamet Readi, ibunda Samami yang telah membesarkan saya dengan doa dan kasih sayang.
2. Segenap Keluarga, Nurul Hidayat dan Hodaifah, Susi Susanti dan Sukiyanto yang telah memberikan doa dan dukungan disetiap perjuangan saya.
3. Ust. Mashuri Kepala Sekolah MI Miftahus Sudur yang selalu memberikan dukungan moril terhadap penyelesaian tesis ini.
4. Adinda Khoirun Nisak yang senantiasa membantu dengan sepenuh hati dan terimakasih atas kesabaran dalam membantu doa dan semangat dalam perjuangan menyelesaikan studi dan tesis ini.
5. Sahabat seperjuangan, T. M. Haekal, Ach. Rofiqi Tanzil, Ahmad Khoiri, Laili Mutaharah, Angga Riski Dilla yang saling mendukung dalam penyelesaian tesis ini.
6. Sahabat-sahabat saya ucapkan terimakasih di Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2018-2020.



## MOTTO

*Jika ada seribu orang yang membela kebenaran, aku berada diantaranya. Jika ada seratus orang yang membela kebenaran, aku berada diantaranya. Jika ada sepuluh orang pembela kebenaran, aku tetap ada di barisan itu. Dan jika hanya ada satu orang yang tetap membela kebenaran, maka akulah orangnya*



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1.</b> Peningkatan Jumlah Mahasiswa IAIN Madura` .....	7
<b>Tabel 1.2.</b> Originalitas Penelitian .....	17
<b>Tabel 1.3.</b> Temuan Penelitian.....	10



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1.</b> Jumlah Perguruan Tinggi Islam Negeri di Indonesia .....	5
<b>Gambar 1.2.</b> Jumlah Perguruan Tinggi Islam Swasta di Indonesia.....	5
<b>Gambar 1.3.</b> Jaring Laba-laba Manajemen.....	24



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Penelitian dari Kampus
- Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian dari IAIN Madura
- Lampiran 3 Keadaan Dosen dan Tenga Administrasi
- Lampiran 4 Pedoman Wawancara
- Lampiran 5 Gambar IAIN Madura
- Lampiran 6 Kliping IAIN Madura
- Lampiran 7 Biodata Penulis



Halaman Sampul .....	i
Halaman Judul.....	ii
Lembar Persetujuan.....	iii
Lembar Pengesahan .....	iv
Pernyataan Orisinalitas Penelitian.....	v
Kata Pengantar .....	vi
Persembahan .....	ix
Motto .....	x
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
Abstrak .....	xvi

## **BAB I: PENDAHULUAN**

A Konteks Penelitian.....	1
B Fokus Penelitian .....	8
C Tujuan Penelitian.....	8
D Manfaat Penelitian.....	8
E Orisinalitas Penelitian .....	9
F Definisi Istilah .....	18

## **BAB II: KAJIAN TEORI**

### **A TINJAUAN MANAJEMEN HUMAS**

1. Pengertian Manajemen.....	20
2. Pengertian Hubungan Masyarakat .....	21
3. Fungsi Manajemen Hubungan Masyarakat.....	24
4. Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat .....	30
5. Tujuan Hubungan Mas .....	34
6. Fungsi dan Peran Hubungan Masyarakat.....	35
7. Strategi Operasional Humas.....	37

**B KOMUNIKASI**

1. Pengertian Komunikasi.....	39
2. Fungsi Komunikasi.....	41
3. Unsur-unsur Komunikasi.....	43
4. Prinsip-prinsip Komunikasi.....	44

**C MINAT MASYARAKAT**

1. Pengertian Minat Masyarakat.....	45
2. Faktor Timbulnya Minat.....	47
3. Aspek-aspek Minat.....	48
4. Humas Dalam Perspektif Islam.....	49

**BAB III: METODE PENELITIAN**

A Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	53
B Kehadiran Peneliti.....	57
C Lokasi Penelitian.....	58
D Instrumen Penelitian.....	58
E Data dan Sumber Data.....	60
F Prosedur Pengumpulan Data.....	62
G Analisis Data.....	66
H Pengecekan Keabsahan Data.....	68

**BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN**

A Profil IAIN Madura	
1. Sejarah IAIN Madura.....	71
2. Visi, Misi dan Tujuan IAIN Madura.....	76
B Paparan data penelitian	
1. Penerapan Fungsi Manajemen Humas di IAIN Madura.....	77

2. Pola Komunikasi Humas di IAIN Madura.....	90
3. Respon Stakeholders terhadap Humas di IAIN Madura.....	95
C Temuan Penelitian.....	99

**BAB V: PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

A Penerapan Fungsi Humas di IAIN Madura .....	104
B Pola Komunikasi Humas di IAIN Madura .....	111
C Respon Stakeholdes terhadap Humas di IAIN Madura .....	115

**BAB VI PENUTUP**

A Kesimpulan.....	117
B Saran.....	118

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## ABSTRAK

Basofi Imam. 2020. Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Masyarakat di IAIN Madura. Tesis. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbinga (I) Dr. H. Sugeng Listyo Prabowo, M. Pd (II) Dr. H. Ahmad Barizi, M.A.

**Kata kunci:** Manajemen Humas, Minat Masyarakat.

Manajemen hubungan masyarakat adalah sebuah fungsi manajemen yang didalamnya meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian dan evaluasi terhadap hubungan masyarakat. Hubungan masyarakat sangat penting keberadaannya didalam suatu organisasi. Dengan adanya manajemen yang baik maka humas di perguruan tinggi akan terlaksana secara efektif dan efisien.

Adapun tujuan penelitian ini menfokuskan pada dua hal yaitu; 1) Bagaimana fungsi manajemen humas dalam menarik minat masyarakat di IAIN Madura, 2) Bagaimana pola komunikasi humas di IAIN Madura, 3) Bagaimana respon stakeholders terhadap humas di IAIN Madura.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan di Institut Agama Islam Negeri Madura. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dokumentasi. Tahapan analisis data dilakukan dengan penyajian data, reduksi data, dan menarik kesimpulan. Pengecekan keabsahan data melalui meningkatkan ketekunan dan *Member check*.

Hasil penelitian ini; 1. Fungsi manajemen hubungan masyarakat dalam menarik minat masyarakat. (a) perencanaan meliputi, perencanaan fisik, perencanaan fungsional, perencanaan secara luas, dan perencanaan dikombinasikan, (b) pengorganisasian humas dibagi sesuai dengan tupoksi, (c) pelaksanaan hubungan masyarakat, melakukan kerjasama dengan pihak internal dan eksternal kampus, malakukan promosi melalui media massa dan menggunakan peran alumni, (d) evaluasi hubungan masyarakat dilakukan disetiap akhir kegiatan. 2. Pola komunikasi humas, a) internal, melakukan rapat dan musyawarah, b) eksternal, melalui kerjasama, media massa (cetak dan online). 3. Respon stakeholders terhadap humas IAIN Madura, a) respon dosen, b) respon mahasiswa, c) respon tokoh masyarakat.



## **ABSTRACT**

Imam Basofi 2020. Public Relation Management Inside Interesting Public Relation IAIN Madura. Thesis. Islamic Education Management Studies Postgraduate Program Islamic State University of Maulana Malik Ibrahim Malang. Advisor: (I) Dr. H. Sugeng Listyo Prabowo, M. Pd (II) Dr. H. Ahmad Barizi, M.A.

**Keywords:** Public Relations Management, Society Proclivity

Public relations management is a management function which includes planning, implementing, organizing and evaluating public relations. Public relations is very important presence in an organization. With good management, public relations at universities will be carried out effectively and efficiently.

The purpose of this study focuses on two things namely; 1) How is the function of public relations management in attracting public interest in IAIN Madura, 2) How is the pattern of public relations communication IAIN Madura, 3) How is the response of stakeholders to public relations IAIN Madura.

This study uses a qualitative approach conducted at the Madura State Islamic Institute. Data collection techniques using interview, observation, documentation. Stages of data analysis are performed by presenting data, data reduction, and drawing conclusions. Checking the validity of the data through increasing perseverance and member checking.

The results of this study; 1. The function of public relations management in attracting public interest. (a) planning includes, physical planning, functional planning, broad planning, and combined planning, (b) organizing public relations is divided according to the main tasks and functions, (c) implementing public relations, collaborating with internal and external campus, conducting promotion through media mass and using the role of alumni, (d) evaluation of public relations is done at the end of each activity. 2. Public relations communication patterns, a) internal, conducting meetings and deliberations, b) external, through cooperation, mass media (print and online). 3. Stakeholder responses to the PR IAIN Madura, a) lecturer responses, b) student responses, c) community leaders' responses.

## مستخلص البحث

امام بصافي، 2020. إدارة العلاقات العامة في جذب الاهتمام العام في جامعة الدولة الإسلامي للدين مادورا. رسالة الماجستير، قسم إدارة التربية الإسلامية، كلية الدراسات العليا، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف 1: الدكتور. الحاج. سوجينج لستييان فراابوا املا، الماجستير التربية الإسلامية والمشرف 2: الدكتور. الحاج. أحمد باريزي. الماجستير الدين.

### الكلمات المفتاحية: إدارة العلاقات العامة، مصلحة المجتمع

إدارة العلاقات العامة هي وظيفة إدارية تشمل تخطيط وتنفيذ وتنظيم وتقييم العلاقات العامة. العلاقات العامة هي حضور مهم للغاية في المنظمة. مع الإدارة الجيدة، سيتم تنفيذ العلاقات العامة في الجامعات بفعالية وكفاءة. الغرض من هذه الدراسة يركز على شيئين هما: (1) كيف هي وظيفة إدارة العلاقات العامة في جذب المصلحة العامة في جامعة الدولة الإسلامي للدين مادورا، (2) ما هو نمط اتصال العلاقات العامة في جامعة الدولة الإسلامي للدين مادورا، (3) كيف هي ردود أصحاب المصلحة على العلاقات العامة في جامعة الدولة الإسلامي للدين مادورا. تستخدم هذه الدراسة نهجًا نوعيًا تم إجراؤه في معهد مادورا الإسلامي. تقنيات جمع البيانات باستخدام المقابلة والملاحظة والتوثيق. يتم تنفيذ مراحل تحليل البيانات من خلال تقديم البيانات وخفض البيانات واستخلاص النتائج. التحقق من صحة البيانات من خلال زيادة المثابرة والتحقق من الأعضاء. نتائج هذه الدراسة؛ 1. وظيفة إدارة العلاقات العامة في جذب المصلحة العامة. (أ) يشمل التخطيط، التخطيط المادي، والتخطيط الوظيفي، والتخطيط الواسع، والتخطيط المشترك، (ب) تقسيم العلاقات العامة وفقًا للمهام والوظائف الرئيسية، (ج) تنفيذ العلاقات العامة، والتعاون مع الحرم الجامعي الداخلي والخارجي، وإجراء الترويج من خلال وسائل الإعلام كتلة واستخدام دور الخريجين، (د) يتم تقييم العلاقات العامة في نهاية كل نشاط. 2. أنماط الاتصال بالعلاقات العامة، (أ) الداخلية، إجراء الاجتماعات والمداولات، (ب) الخارجية، من خلال التعاون، وسائل الإعلام (المطبوعة وعلى الإنترنت). 3. ردود أصحاب المصلحة على مادورا جامعة الدولة الإسلامي للدين مادورا علاقات عامة، (أ) استجابات المحاضر، (ب) استجابات الطلاب، (ج) استجابات قادة المجتمع.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Konteks Penelitian

Dewasa ini, lembaga pendidikan dihadapkan pada permasalahan rendahnya minat masyarakat pada lembaga pendidikan. Terutama pada masyarakat di daerah terpencil atau pinggiran, para orang tua kurang memahami pentingnya pendidikan. Mereka lebih mengedepankan bagaimana caranya memperoleh pekerjaan atau menghasilkan uang. Dengan rendahnya minat masyarakat di dunia pendidikan, maka para generasi muda akan menjadi manusia yang kurang akan ilmu pengetahuan.

Perguruan tinggi adalah lembaga satuan pendidikan yang didalamnya melaksanakan proses pendidikan. Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mencerdaskan kehidupan bangsa, sehingga dituntut untuk terus melakukan perubahan dan perbaikan dalam rangka meningkatkan mutu perguruan tinggi, perguruan tinggi yang kurang cepat dalam merespon perkembangan masyarakat dalam hal ilmu pengetahuan, seni dan teknologi, maka akan ditinggalkan oleh masyarakat.<sup>1</sup>

Perguruan tinggi harus selalu bersinergi dengan masyarakat guna membangun relasi sebagai sebuah upaya untuk memperoleh dukungan masyarakat dalam meningkatkan mutu dan keberhasilan setiap proses

---

<sup>1</sup> Syahrizal Abbas, *Manajemen Perguruan Tinggi*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 145

<sup>2</sup> Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. (Malang: UMM Press,

pendidikan yang bermuara pada pencapaian tujuan yang diinginkan. Salah satu faktor perguruan tinggi tidak mendapat dukungan dari masyarakat karena tidak mampu mengakomodasi keinginan masyarakat sehingga harapan masyarakat terhadap perguruan tinggi pudar, hal inilah yang akan menjadikan perguruan tinggi stagnan dalam setiap prosesnya karena sudah tidak dipercaya oleh masyarakat.

Selain itu, hubungan masyarakat pada dasarnya merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan setiap organisasi, sebagaimana objek dalam tulisan buku ini adalah lembaga pendidikan. Publik relations, khususnya di lembaga pendidikan pada umumnya disebut hubungan masyarakat (humas).<sup>2</sup>

Keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai misi dan tujuannya sangat ditentukan oleh peranan dan kegiatan hubungan masyarakat dalam memelihara hubungan yang harmonis antara lembaga pendidikan dengan masyarakat. Hal ini berarti bahwa lembaga pendidikan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat, hubungan serasi, terpadu, serta timbal balik yang diciptakan dan dilaksanakan agar peningkatan mutu pendidikan dan pembangunan dapat saling menunjang.<sup>3</sup>

Kegiatan berhubungan dengan masyarakat atau sering disebut humas, pada hakikatnya adalah suatu kegiatan yang pasti dilakukan setiap lembaga,

---

<sup>2</sup> Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 9.

<sup>3</sup> Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: PT. BPFE, 2003), hlm. 6.

baik lembaga kedinasan, lembaga swasta, lembaga sosial, maupun lembaga ekonomi komersial. Hal itu terjadi karena dalam kehidupan ini manusia selain sebagai makhluk individu juga sebagai makhluk sosial atau makhluk bermasyarakat. Jadi, dimanapun manusia berada, ia selalu berhubungan dengan masyarakat luas, baik masyarakat sekitar maupun masyarakat luas. Hubungan dengan masyarakat dilakukan dengan tujuan memperoleh keuntungan dan kemudahan bagi kedua belah pihak. Oleh karena itu, apabila kegiatan humas dilaksanakan dengan baik, pasti menghasilkan suatu kerja sama (partnership) yang baik bagi keduanya.<sup>4</sup>

Humas dalam suatu lembaga pendidikan merupakan rangkaian pengelolaan yang berkaitan dengan kegiatan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang dimaksudkan untuk menunjang proses belajar mengajar di lembaga pendidikan bersangkutan sehingga dapat meningkatkan mutu pembelajaran. Fungsi humas di lembaga pendidikan sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 bahwa “Sistem Pendidikan Nasional harus menjamin pemerataan kesempatan pendidikan, peningkatan mutu serta relevansi dan efisiensi manajemen pendidikan untuk menghadapi tantangan sesuai dengan tuntutan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global sehingga perlu dilakukan pembaharuan pendidikan secara terencana, terarah dan berkesinambungan”.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> B.Suryosubroto, Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations), (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 1.

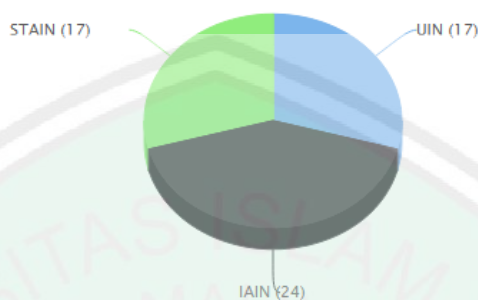
<sup>5</sup> Undang-Undang Dasar Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas, bahwa humas harus menjadi sebuah sistem yang terencana dengan sebaik-baiknya. Humas di lembaga pendidikan harus dikelola dengan ilmu manajemen yang baik, supaya humas di lembaga pendidikan juga dapat menjalankan fungsinya dengan baik. Adanya peran humas yang baik, maka akan menciptakan humas yang bermutu dan berkualitas, dan akan semakin mempererat humas dengan masyarakat.

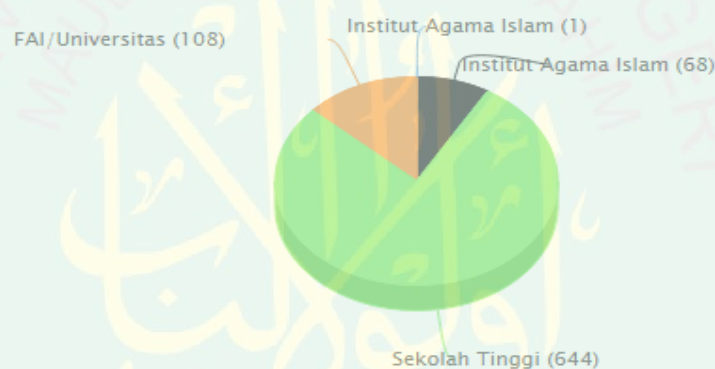
Setiap program hanya dapat berjalan lancar apabila mendapat dukungan masyarakat. Oleh karena itu pimpinan perguruan tinggi perlu terus menerus membina hubungan yang baik antara perguruan tinggi dan masyarakat. Perguruan tinggi perlu banyak memberi informasi kepada masyarakat tentang program-program dan problem-problem yang dihadapi, agar masyarakat mengetahui dan memahami masalah-masalah yang dihadapi perguruan tinggi. Dari pemahaman dan pengertian ini dapat dihadapkan adanya umpan balik yang sangat berguna bagi pengembangan program perguruan tinggi lebih lanjut dan diharapkan pula tumbuhnya rasa simpati masyarakat terhadap program-program perguruan tinggi, yang dapat mengundang partisipasi yang aktif masyarakat.

Perguruan tinggi merupakan salah satu lembaga pendidikan yang didalamnya menyelenggarakan pendidikan tinggi, secara kuantitas perguruan tinggi yang berada di Indonesia mengalami perkembangan hal tersebut adalah wujud dari perkembangan pendidikan nasional, di Indonesia lembaga perguruan tinggi Islam baik yang negeri maupun swasta semuanya 866

perguruan tinggi islam, sebagaimana yang terangkum dalam Data Direktorat Pendidikan Tinggi Islam sebagai berikut;<sup>6</sup>



**Gambar 1.1, Jumlah Perguruan Tinggi Islam Negeri di Indonesia**



**Gambar 1.2, Jumlah Perguruan Tinggi Islam Swasta di Indonesia**

Perkembangan jumlah perguruan tinggi tersebut diatas secara kuantitas cukup baik, namun secara kualitas masih banyak perguruan tinggi islam yang harus memacu kualitasnya agar dapat menjadi yang terbaik serta dapat bersaing dikancah nasional dengan berbagai perguruan tinggi yang lain. Diantara indikator kemajuan perguruan tinggi adalah adanya peran masyarakat dan instansi diluar perguruan tinggi untuk meningkatkan mutu,

<sup>6</sup> Diambil dari [http://diktis.kemenag.go.id/bansos/cari\\_nspt.php](http://diktis.kemenag.go.id/bansos/cari_nspt.php) , 07/07/2020. 14.08 WIB

dengan melakukan kerjasama yang baik baik kerjasama edukatif maupun kerjasama yang bersifat kemasyarakatan.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan peneliti di IAIN Madura bahwa saat ini IAIN Madura merupakan satu-satunya Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) yang ada di wilayah Madura, sehingga dengan hal inilah yang menjadi daya tarik bagi masyarakat madura, mengingat masyarakat Madura sangat kental dengan nuansa keagamaan, sehingga dalam memilih perguruan tinggi pun masyarakat madura juga menjadikan label lembaga pendidikan keagamaan untuk pendidikan anak-anaknya.

Menurut Kuntowijoyo masyarakat madura merupakan entitas masyarakat yang mengamalkan nilai-nilai keagamaan/Islam.<sup>7</sup> Sehingga dibidang pendidikan pun di Madura banyak lembaga keagamaan, hal ini terlihat dari banyaknya pesantren dan madrasah di Madura.

Hal inilah yang menjadi pendukung terhadap bertambahnya minat masyarakat terhadap IAIN Madura, kemudian komunikasi yang dibangun IAIN Madura dengan masyarakat begitu baik sehingga masyarakat memiliki kepercayaan untuk kuliah di IAIN Madura, hal tersebut dibuktikan dengan jumlah calon mahasiswa yang banyak dan meningkat setiap tahunnya, peningkatan tersebut karena ada kepercayaan masyarakat terhadap IAIN Madura.

---

<sup>7</sup>Kuntowijoyo, *Perubahan Sosial dalam Masyarakat Agraris: Madura 1850-1940*, (Yogyakarta: Mata Bangsa, 2002), hlm. 328



Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti di IAIN Madura bahwa saat ini menjadi salah satu perguruan tinggi yang diminati masyarakat. Komunikasi yang dibangun IAIN Madura dengan masyarakat begitu harmonis sehingga kepercayaan masyarakat untuk masuk di IAIN Madurabegitu tinggi, hal tersebut dibuktikan dengan adanya jumlah calon mahasiswa yang cukup banyak, setiap tahunnya pada penerimaan mahasiswa baru mengalami peningkatan yang cukup banyak dibandingkan dari tahun-tahun sebelumnya, peningkatan tersebut tidak lain dikarenakan adanya persepsi positif masyarakat terhadap IAIN Madura. Adapun peningkatan jumlah mahasiswa IAIN Madura sebagaimana tabel berikut:

No	Tahun	Jumlah Mahasiswa
1	2017	1926
2	2018	2175
3	2019	2259

Tabel 1.1 : Peningkatan Jumlah Mahasiswa IAIN Madura<sup>8</sup>

Data diatas menunjukkan bahwa Antusiasme minat masyarakat terhadap IAIN Madura begitu tinggi, hal tersebut merupakan prestasi yang luar biasa yang harus diapresiasi dan dapat mengindikasikan bahwa IAIN Madura telah mampu menanamkan kepercayaan di khalayak publik, kepercayaan itulah merupakan image positif yang dibangun oleh IAIN Madura dengan berbagai tindakan profesional. Hubungan masyarakat yang

<sup>8</sup> Data diperoleh dari bagian Bidang Akademik IAIN Madura, (Pamekasan, 11 Mei 2020)

dilakukan IAIN Madura memberikan nilai-nilai positif dalam menarik minat masyarakat terhadap institusi.

Berdasarkan fenomena diatas peneliti tertarik untuk meneliti terkait dengan “Manajemen Humas dalam Menarik Minat Masyarakat” fokus penelitian sebagai berikut.

#### **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana manajemen humas di IAIN Madura dalam menarik minat masyarakat?
2. Bagaimana pola komunikasi humas di IAIN Madura?
3. Bagaimana respon *stakeholders* terhadap peran humas di IAIN Madura?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendiskripsikan manajemen humas di IAIN Madura dalam menarik minat masyarakat.
2. Untuk mendiskripsikan pola komunikasi humas yang dilakukan IAIN Madura.
3. Untuk mendiskripsikan respon *stakeholders* terhadap humas di IAIN Madura.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis
  - a. Memberikan sumbangan kontribusi akademik dan sumbangan keilmuan terhadap pengembangan ilmu manajemen pendidikan, khususnya manajemen humas dalam menarik minat masyarakat di sekitar Institut Agama Islam Negeri Madura.

- b. Sebagai referensi peneliti-peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

## 2. Secara Praktis

- a. Bagi perguruan tinggi, sebagai bahan masukan yang konstruktif dalam mengelola dan mengembangkan humas di perguruan tinggi.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan input bagi para praktisi dan peneliti pendidikan dalam rangka kontribusi kajian ilmiah untuk meningkatkan kualitas manajemen humas dalam menarik minat masyarakat.

### **E. Orisinalitas Penelitian**

Penelitian mengenai peran humas di lembaga pendidikan sudah banyak. Tetapi peneliti akan memaparkan sebagian saja, diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Susana Aliyannata tahun 2016, yang bertujuan untuk mengetahui program dan strategi hubungan masyarakat dalam promosi penerimaan siswa baru dan perkembangan penerimaan siswa MTS Negeri Simo. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini adalah pelaksanaa strategi manajemen humas dalam penerimaan siswa baru yang dilaksanakan oleh humas di MTS Negeri 2 Simo meliputi dua program yaitu kegiatan langsung dan tidak langsung. Kegiatan langsung dengan menggunakan media cetak terdiri dari brosur, spanduk dan baliho sedangkan kegiatan tidak langsung merupakan kegiatan tatap muka atau melakukan sosialisasi langsung baik menggunakan bantuan media atau

tanpa bantuan media. Evaluasi humas dilakukan setiap akhir pelaksanaan program.<sup>9</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Andrean Wato tahun 2010 yang bertujuan untuk mengetahui perencanaan hubungan masyarakat pada sekolah inklusi di Malang, pelaksanaan hubungan masyarakat pada sekolah inklusi di Malang, evaluasi hubungan masyarakat pada sekolah inklusi di Malang. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah perencanaan program humas pada sekolah inklusi dimulai dari identifikasi permasalahan baik melalui pengamatan pribadi pada praktisi hubungan masyarakat terhadap fenomena sehari-hari maupun masukan pihak yang berkepentingan tentang harapan dan kebutuhan para orang tua. Selanjutnya, dirumuskan tujuan dari program humas tersebut. Tujuan humas pada sekolah inklusi adalah agar masyarakat bisa menerima kehadiran siswa ABK dan pendidikan inklusi. Setelah tujuan kegiatan hubungan masyarakat dirumuskan, sekolah mengadakan rapat untuk menentukan strategi yang tepat untuk menjawab permasalahan. Setelah itu disusunlah program kerja. (2) Pelaksanaan program hubungan masyarakat dalam sekolah inklusi dilakukan dengan menjalin komunikasi dua arah simetris yang baik dan rutin dengan pihak yang berkepentingan dengan mengedepankan sikap yang ramah dan menggunakan berbagai media, membentuk Pokja sekolah inklusi, melibatkan masyarakat dalam penyelenggaraan sekolah, memberikan dukungan dan motivasi kepada para praktisi hubungan masyarakat dengan pendekatan

---

<sup>9</sup> Susana Aliyannata, Manajemen Strategi Humas Dalam Promosi Penerimaan Siswa Baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 Simo Tahun Pelajaran 2015/ 2016, Tesis, (Surakarta: IAIN Surakarta, 2016)

moral religius humanis, melakukan koordinasi melalui rapat triwulan. (3) Evaluasi program hubungan masyarakat dalam pendidikan inklusi meliputi aktivitas pengawasan yang dilakukan oleh kepala sekolah dan manajer inklusi serta koordinator GPK, serta pengawasan non formal oleh orangtua dan semua personil sekolah. Evaluasi dilakukan secara individual nonformal dan formal dalam pleno atau rapat bersama pada tengah dan akhir semester serta akhir tahun ajaran. Salah satu pendekatan penting yang dilakukan dalam mekanisme evaluasi adalah dengan menggunakan pendekatan rohani.<sup>10</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Burhan Nudin tahun 2015 yang bertujuan mengetahui fungsi manajemen humas, bagaimana untuk keberhasilan manajemen humas, faktor pendukung dan penghambat dalam peningkatan pengelolaan pendidikan di SD Muhammadiyah Kadisoka Kalasan Sleman. Penelitian menggunakan penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini adalah terkait dengan fungsi manajemen humas dalam peningkatan pengelolaan pendidikan di SD Muhammadiyah Kadisoka berupa perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi adalah cukup efektif dengan program-program humas seperti; acara pertemuan wali murid, acara pengajian ahad perdana, pengajian akbar swalayan, acara awal dan akhir tahun, home visit, school visitation, kunjungan ke sekolah lain, karya wisata, pentas kesenian, buka bersama dan lain sebagainya. Bentuk keberhasilan humas di SD Muhammadiyah Kadisoka dapat dilihat dari terlaksananya program humas, prestasi sekolah yang meningkat sehingga

---

<sup>10</sup> Andreas Wato, Manajemen Hubungan Masyarakat pada Sekolah Inklusi. Studi Multi Kasus pada SMPN 18 dan SMPK Bhakti Luhur Malang, Tesis (Malang, UM, 2010), hlm. 7.

menjadi sekolah favorit berbasis agama yang kuat, bertambahnya sarpras, memiliki sekolah cabang di Bayen, bertambahnya jumlah siswa saat ini, nama sekolah semakin dikenal oleh masyarakat luas. Faktor pendukung antara lain dukungan serta partisipasi aktif dari kepala sekolah, pendidik dan seluruh staf, adanya pertanggungjawaban komite sekolah, peran aktif wali murid dan masyarakat. Sedangkan faktor penghambatnya adalah terlalu banyaknya tugas dan wewenang dimana ada guru yang dibebani dengan tugas tambahan lebih dari satu bidang seperti koordinator kesiswaan yang merangkap sebagai koordinator humas sehingga kinerjanya kurang maksimal akan bisa terjadi tumpang tindih; minimnya anggaran meskipun sudah ada BOS dari pemerintah pusat yang dirasa masih kurang sehingga ada beberapa program humas terkait dengan pemberdayaan masyarakat sekitar menjadi tertunda.<sup>11</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa manajemen humas dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap lembaga pendidikan SMP Negeri Satap 9 Bulukumba. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui penelitian lapangan dengan cara observasi dan wawancara. Data yang diperoleh diolah dan dianalisis melalui tiga alur, yakni reduksi data, display data (penyajian) dan verifikasi data. Hasil penelitian ditemukan bahwa upaya SMP Negeri Satap 9 Bulukumba dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap lembaga pendidikan SMP

---

<sup>11</sup> Burhan Nudin, Manajemen Humas dalam Peningkatan Pengelolaan Pendidikan di SD Muhammadiyah Kadisoka Kalasan Sleman, Tesis, (Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2015).

Negeri Satap 9 Bulukumba melalui manajemen humas yaitu menggunakan berbagai macam teknik komunikasi, baik secara lisan, tulisan maupun melalui perbuatan (uswah hasanah). Hal demikian dilakukan agar pesan yang di sampaikan dapat lebih mudah menyebar dan di terima dengan baik oleh masyarakat sekitar yang relatif majemuk dari segi pendidikan, ekonomi dan strata sosial. Sedangkan penggunaan media sosial SMP Negeri Satap 9 Bulukumba sangat memperhitungkan aspek efektifitas dan efesiensinya.<sup>12</sup>

Tujuan penelitian ini untuk membahas mengenai Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Hubungan Kerjasama Sekolah Dengan Masyarakat di SMP Nahdatul Ulama. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif naturalistik. Metode pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan untuk mengabsahkan datanya menggunakan, Kredibilitas (keterpercayaan), Transferabilitas, Dependabilitas, dan Konfirmabilitas. Hasil penelitian ini yaitu (1) Perencanaan humas di SMP Nahdatul Ulama, pihak sekolah selalu menggunakan musyawarah dengan melibatkan seluruh guru-guru yang ada di dalam sekolah, selain itu pihak sekolah juga melibatkan salah seorang dari masyarakat atau komite sekolah yang digunakan sebagai sasaran informasi untuk sekolah dalam mengambil keputusan dalam pelaksanaan kegiatan humas. (2) Pelaksanaan kegiatan humas di SMP Nahdatul Ulama Kegiatan yang dilakukan sekolah dalam hal hubungan masyarakat ini pada dasarnya

---

<sup>12</sup>Suardi M, "Analisis Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan," *Journal of Islamic Education Management*, 2 (Oktober 2017), 117-126

menekankan akan terjadinya komunikasi yang baik serta terciptanya rasa persaudaraan antara pihak sekolah dengan masyarakat hal ini dilakukan dengan mengadakan temu ramah dengan masyarakat agar adanya jalinan persaudaraan, serta adanya sifat keterbukaan, kegaitan-kegiatan ini dapat dilakukan dengan berbagai hal terkait juga dengan kegiatan humas seperti, home visit, promosi sekolah, kegiatan islami seperti, PHBI, yang didalamnya melibatkan masyarakat, kunjungan ke sekolah, dan lainnya. (3) Faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan kegiatan humas adalah, Faktor pendukungnya yaitu masyarakat selalu aktif dalam berbagai kegiatan humas, seperti ikut membantu dalam acara perlombaan yang dibuat untuk mempromosikan sekolah, selain itu juga masyarakat juga ikut serta dalam kegiatan-kegiatan lain yang di buat sekolah, seperti PHBI, serta kegiatan sekolah lainnya. Akan tetapi faktor penghambat dalam kegiatan humas juga ada seperti masyarakat cepat dalam bertindak, namun lambat dalam berfikir, kami berharap masyarakat dapat membantu kami dalam pemikiran untuk mengembangkan kegiatan humas, akan tetapi masyarakat sangat jarang sekali memberikan masukan, hanya diam saja. (4) Masyarakat sangat membantu dalam pencapaian tujuan di SMP Nahdatul ulama ini. Karena dengan adanya masyarakat yang antusias dalam berkerjasama dengan pihak sekolah, akan meningkatkan publisitas sekolah itu sendiri. Dan juga akan membantu dalam pencapaian tujuan seperti dalam peringatan PHBI masyarakat juga membantu dalam pencapaian kegiatan tersebut. Saran-saran dan penilaian yang diberikan masyarakat terhadap suatu kegiatan juga merupakan bentuk



bantuan masyarakat dalam mencapai tujuan pendidikan di SMP Nahdatul Ulama Medan, karena dengan saran tersebut dalam membantu dalam perencanaan berikutnya.<sup>13</sup>

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan antara lain (1) Perencanaan hubungan masyarakat dalam upaya peningkatan pencitraan sekolah di SMP Al Hikmah Surabaya. (2) Pelaksanaan hubungan masyarakat dalam upaya peningkatan pencitraan sekolah di SMP Al Hikmah Surabaya. (3) Evaluasi hubungan masyarakat dalam upaya peningkatan pencitraan sekolah di SMP Al Hikmah Surabaya. (4) Usaha-usaha yang dilakukan dalam upaya peningkatan hubungan masyarakat di SMP Al Hikmah Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan rancangan penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Wawancara, Observasi, Studi Dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan Reduksi data, Penyajian data, Verifikasi data atau simpulan. Untuk menjamin keabsahan data yaitu Kredibilitas, Transferabilitas, Dependabilitas, Konfirmabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa. Pertama, perencanaan hubungan masyarakat dalam upaya peningkatan pencitraan sekolah di SMP Al Hikmah Surabaya melibatkan semua pengelola sekolah dengan mengagendakan semua kegiatan humas serta perencanaan yang baik dan rinci melalui rapat program tahunan. Kedua, pelaksanaan hubungan masyarakat di SMP Al Hikmah

---

<sup>13</sup>Diky Hidayat, "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Hubungan Kerjasama Sekolah Dengan Masyarakat Di Smp Nahdatul Ulama Medan," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*,1 (Januari - Juni 2017), 43 – 50

Surabaya dilaksanakan sesuai perencanaan dimana tugas humas menginformasikan segala kegiatan di sekolah untuk dapat diketahui masyarakat. Ketiga, evaluasi hubungan masyarakat di SMP Al Hikmah Surabaya dilakukan sesuai standart pelayanan sekolah, evaluasi dilakukan oleh pihak eksternal dan pihak internal sekolah. Keempat, usaha-usaha yang dilakukan dalam upaya peningkatan hubungan masyarakat di SMP Al Hikmah Surabaya dengan peningkatan penyampian informasi pada masyarakat, memperbaharui informasi melalui sarana informasi yang dimiliki sekolah seperti majalah sekolah, website sekolah maupun media informasi atau sarana informasi lain.<sup>14</sup>

Tabel 2

Tabel Orisinalitas Penelitian

No	Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1	Susana Aliyannata	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian ini menggunakan metode yang sama yaitu penelitian kualitatif</li> <li>2. Objek penelitiannya sama-sama humas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian terdahulu yang diteliti adalah strategi promosi humas dalam penerimaan peserta didik baru, sedangkan penelitian ini berfokus pada manajemen humas dalam menarik minat masyarakat.</li> </ol>	
2	Andrean	1. Penelitian ini	Penelitian	

<sup>14</sup>Ira Nur Harini dan Karwanto, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus di SMP AL HIKMAH Surabaya)," *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 4 (April 2014), 8-20

	Wanto	<p>menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. objek penelitiannya sama-sama humas</li> <li>3. sama-sama meneliti perencanaan humas</li> </ol>	<p>terdahulu hanya meneliti perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi humas, penelitian yang akan dilakukan tidak hanya perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, tapi juga pengorganisasian, dan pola komunikasi internal dan eksternal humas.</p>	<p>Penelitian yang akan dilakukan adalah tentang mengenai bagaimana manajemen humas, fungsi manajemen humas, dan pola komunikasi humas dalam menarik minat masyarakat</p>
3	Burhan Nudin	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian ini menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif</li> <li>2. objek penelitiannya sama-sama humas</li> </ol>	<p>Penelitian terdahulu meneliti tentang fungsi humas bagaimana bisa berhasil, serta hambatan manajemen humas, sedangkan penelitian ini tidak hanya pada manajemen humas dan pola komunikasi stakeholders humas.</p>	
4	Suardi M	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian ini menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif</li> <li>2. objek penelitiannya sama-sama humas</li> <li>3. sama-sama meneliti manajemen</li> </ol>	<p>Penelitian terdahulu meneliti tentang manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, sedangkan penelitian ini berfokus pada manajemen</p>	

		humas	humas dan pola komunikasi humas di internal perguruan tinggi
5	Diky Hidayat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian ini menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif</li> <li>2. objek penelitiannya sama-sama humas</li> <li>3. sama meneliti manajemen humas</li> </ol>	<p>Penelitian terdahulu meneliti tentang manajemen humas dalam meningkatkan kerjasama, sedangkan penelitian ini meneliti tentang manajemen humas dalam menarik minat masyarakat</p>
6	Ira Nur Harini dan Karwanto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian ini menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif</li> <li>2. objek penelitiannya sama-sama humas</li> <li>3. sama meneliti manajemen humas</li> </ol>	<p>Penelitian terdahulu meneliti mengenai manajemen humas dalam upaya peningkatan pencitraan sekolah, sedangkan penelitian ini meneliti tentang manajemen humas dalam menarik minat masyarakat</p>

#### F. Definisi Istilah

1. Manajemen adalah proses pengelolaan secara keseluruhan dengan memanfaatkan seluruh fasilitas yang ada, baik material maupun personal demi mencapai tujuan pendidikan.

2. Hubungan Masyarakat (Public Relations) adalah keseluruhan upaya yang terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayak ramai. Dalam pembahasan tesis ini, adalah manajemen humas yang terencana yang dilakukan suatu lembaga pendidikan. Sehingga dengan adanya manajemen humas yang baik, maka akan meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut.
3. Minat Masyarakat adalah kecenderungan atau dorongan yang kuat dari dalam hati sekelompok orang yang saling berinteraksi, untuk melakukan suatu hal atau perbuatan yang mereka sadar bahwa perbuatan atau hal itu memberikan manfaat positif bagi diri atau sekelompok orang tersebut.
4. Manajemen humas dalam menarik minat masyarakat merupakan pengelolaan hubungan masyarakat melalui perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian dalam rangka meningkatkan minat masyarakat terhadap perguruan tinggi.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A Manajemen Hubungan Masyarakat

##### 1. Pengertian Manajemen

Secara etimologi kata manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu kata kerja *to manage* artinya mengurus, mengatur, mengelola, dan menggerakkan.<sup>15</sup> Maka, secara sederhana manajemen adalah peneglolaan.

Secara terminologi kata manajemen seringkali disandingkan dengan administrasi, akibatnya muncul tiga pandangan yang berbeda: 1). Mengartikan manajemen lebih daripada administrasi; 2). Memandang administrasi lebih luas daripada manajemen; 3). Mengarikan manajemen sama dengan administrasi.<sup>16</sup>

Menurut Terry dikutip oleh Ngalim Purwanto *Manajemen is a distric process consisting of palnning, organizing, actuating and controlling to determine and accomplish stated objectives by the use of human being and other resources.*<sup>17</sup>

Berdasarkan definisi diatas, dapat dirumuskan bahwa manajemen pendidikan sebagai proses secara keseluruhan dalam bidang pendidikan

---

<sup>15</sup>John M. Echol dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia, 1996), cet. XXIII, hlm. 372.

<sup>16</sup>E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung: PT Remaja Rosydakarya, 2003), cet. III dan IV, hlm. 19.

<sup>17</sup>Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1995), cet. VII, hlm. 7.

dengan memanfaatkan seluruh fasilitas yang ada, baik material maupun personal demi mencapai tujuan pendidikan.<sup>18</sup>

## 2. Pengertian Hubungan Masyarakat

*Public relation* adalah seni dalam menciptakan pengertian publik yang lebih baik, sehingga bisa meningkatkan kepercayaan publik terhadap individu atau organisasi.<sup>19</sup>

Hubungan masyarakat sebagaimana yang dinyatakan oleh Cutlip, Center, serta Broom adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, mempertahankan, dan membangun hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik yang menjadi penentu keberhasilan dan kegagalannya.<sup>20</sup> Hubungan masyarakat adalah mewujudkan hubungan baik antara komponen lembaga dalam rangka memberikan pemahaman, menumbuhkan partisipasi dan motivasi. Hal tersebut bertujuan untuk menumbuhkan pengertian dan kemauan baik publik dan untuk memperoleh opini publik yang menguntungkan.<sup>21</sup>

Sedangkan menurut Edward Barnays dalam bukunya *Hubungan Masyarakat* mengatakan, “*Hubungan Masyarakat has three meaning: (1) informations given to the public,(2) persuasion directed to the public to modify attitudes and action of an institutions (3) efforts to integrate attitudes*

---

<sup>18</sup> H. Sufyarma, *Kapita Selekta Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 189.

<sup>19</sup> Zainal Mukarrom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen public Relations Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 45

<sup>20</sup> Keith Butterick, *Pengantar Publik Relation Teori dan Praktek*, terj. Nurul Hasfi. Cet. 1. (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 8

<sup>21</sup> Sulistyono Rini, *Manajemen Pendidikan Islam Konsep Strategi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 114

*and actions of an institutions.*” Hubungan Masyarakat mempunyai tiga arti, yaitu (1) penerangan kepada masyarakat, (2) persuasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat, (3) usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan dengan sikap dan perbuatan masyarakat dan sebaliknya.<sup>22</sup>

Hubungan masyarakat merupakan bagian terpenting dalam sebuah organisasi, posisi hubungan masyarakat dalam organisasi merupakan bagian integral yang harus diakui keberadaannya, setiap organisasi baik organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer sampai dengan lembaga-lembaga pemerintahan. Eksistensi hubungan masyarakat menjadi sangat penting bagi organisasi yang ingin maju dan berkembang, kebutuhan terhadap hubungan masyarakat dirasakan jika organisasi betul-betul cermat dalam upaya memperbaiki komunikasi terhadap stakeholder sehingga komunikasi yang terjalin adalah bersifat positif.

Dalam konteks pendidikan hubungan masyarakat merupakan salah satu metode berkomunikasi dengan organisasi. Pada kenyataannya, baik disadari atau tidak bahwa lembaga pendidikan mempunyai kegiatan hubungan masyarakat. Berkaitan dengan promosi yang dilakukan oleh organisasi pendidikan, publisitas dan hubungan masyarakat merupakan yang paling sering digunakan oleh lembaga untuk memperkenalkan potensi yang dimiliki oleh perguruan tinggi. Oleh karena itu hubungan masyarakat berkenaan

---

<sup>22</sup> F. Rachmadi, *Publik Reletion dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm. 19



dengan sejumlah tugas pemasaran, tugas-tugas ini meliputi: membangun dan memelihara citra, mendukung kegiatan-kegiatan komunikasi lain, menangani masalah tanpa permasalahan, menguatkan posisi, mempengaruhi publik, membantu peluncuran jasa-jasa baru.<sup>23</sup>

Menurut Ruslan, manajemen humas adalah “suatu proses dalam menangani perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan serta pengkoordinasian yang secara serius dan rasional dalam upaya pencapaian tujuan bersama dari organisasi atau lembaga yang diwakilinya”. Oleh karena itu, kegiatan humas di lembaga pendidikan tidak terlepas dari manajemen, dan begitu juga manajemen tidak mungkin berjalan sebagaimana yang diharapkan tanpa adanya humas.<sup>24</sup>

Manajemen dan hubungan masyarakat memiliki hubungan yang sangat erat sebagai satu-kesatuan yang utuh dalam proses administrasi, sehingga disetiap proses manajemen kelembagaan tidak terlepas dari peran hubungan masyarakat. Untuk jelasnya hubungan antara administrasi, organisasi, manajemen, kepemimpinan dan hubungan masyarakat ini dapat digambarkan sebagai berikut.



**Gambar 1.3 Hubungan Manajemen dan Humas**

<sup>23</sup> Adrian Payne, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 1993), hlm. 199.

<sup>24</sup> Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 11

Dari uraian-uraian tersebut di atas dapatlah dikemukakan hubungan antara administrasi, organisasi, dan manajemen, kepemimpinan dan hubungan masyarakat yaitu organisasi dan manajemen adalah sarana dari administrasi. Secara terperinci hubungan tersebut adalah kepemimpinan merupakan inti dari manajemen. Melalui manajemen, semua kegiatan dikoordinasikan dan diarahkan menuju kepada tujuan yang telah ditetapkan, dengan demikian manajemen ada pada setiap tingkat organisasi. Organisasi adalah merupakan wadah atau tempat dilakukannya kegiatan-kegiatan administrasi. Dari keseluruhan proses administrasi, manajemen, organisasi, kepemimpinan, yang paling inti adalah hubungan masyarakat karena hubungan masyarakat inilah yang menjadi fasilitator atau penghubung antar stakeholders/SDM dalam suatu organisasi.

### 3. Fungsi Manajemen Hubungan Masyarakat

Dalam manajemen humas secara garis besar meliputi meliputi fungsi-fungsi manajemen dari Goerge Tery yang dikenal POAC: Planning, Organizing, Actuating, Controlling. Fungsi-fungsi manajemen humas di sebuah lembaga pendidikan bisa diimplementasikan sebagai berikut:

#### a. Perencanaan Hubungan Masyarakat

Perencanaan Hubungan Masyarakat Perencanaan dapat diartikan sebagai hal, cara atau hasil kerja merencanakan (berminat untuk melakukan sesuatu).<sup>25</sup> Perencanaan adalah penentuan secara matang cerdas tentang apa yang akan dikerjakan dimasa yang akan datang dalam rangka

---

<sup>25</sup> Poerwa Darminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 987.

mencapai tujuan. Anderson dan Bowman mengatakan bahwa perencanaan adalah proses mempersiapkan seperangkat keputusan bagi perbuatan di masa datang.<sup>26</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perencanaan humas adalah serangkaian kegiatan manajemen dalam meramal kejadian yang akan datang dan tujuan yang ingin dicapai oleh perguruan tinggi untuk membangun kepercayaan dan minat masyarakat. Berhasil atau tidaknya sebuah kegiatan pasti dipengaruhi oleh perencanaan. Jika perencanaan sangat baik, maka kegiatan yang berlangsung pun juga akan baik. Sebaliknya, kurangnya perencanaan juga akan membuat kegiatan di masa mendatang kurang berjalan maksimal.

Syarifuddin S. Gassing Dan Suryanto yang mengatakan bahwa langkah-langkah dalam membuat program kerja humas ada lima elemen :

- a). Pengumpulan Data. Data dan informasi untuk program kerja humas dapat berasal dari catatan sejarah, informasi lisan majalah, media cetak, media sosial dan lain sebagainya.
- b). Analisis. Analisis dimulai dengan membuat pertimbangan kekuatan dan kelemahan data yang berhasil dikumpulkan.
- c). Strategi dan Penentuan Media. Soal strategi dan penentuan media, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah mengenali publik yang menjadi sasaran.
- d). Pelaksanaan. Setelah mengumpulkan data, membuat analisis dan menentukan strategi, langkah selanjutnya adalah melaksanakan program kerja tersebut.
- e). Evaluasi yakni

---

<sup>26</sup> Marno dan Trio Supriatno, *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2008), hlm. 13.

evaluasi dilakukan tidak hanya diakhir pelaksanaan program kerja. Tetapi sebaiknya dilakukan setiap menyelesaikan elemen-elemen program kerja.<sup>27</sup>

Dikatakan menurut Munnjaya bahwa ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh jika organisasi memiliki sebuah perencanaan, maka organisasi akan mengetahui dengan jelas tujuan yang ingin dicapai dan cara mencapainya.<sup>28</sup>

Kemudian mereka juga mengetahui jenis dan struktur organisasi yang dibutuhkan. Mereka juga mengetahui jenis dan jumlah staf yang diinginkan dan uraian tugasnya, mereka juga mengetahui sejauhmana efektifitas kepemimpinan dan pengarahan yang diperlukandan juga mengetahui bentuk dan standar pengawasan yang akan dilakukan.

#### b. Pengorganisasian Hubungan Masyarakat

Untuk dapat melaksanakan tugasnya dengan baik, seorang Humas harus memiliki keterampilan-keterampilan tidak saja di bidang tugas-tugas administratif semata, melainkan juga harus memiliki kemampuan memimpin, mengorganisir, mampu memberikan motivasi dan dorongan kepada guru, tenaga-tenaga kependidikan, serta para siswa untuk mewujudkan lembaga pendidikan yang berkualitas.

Pengorganisasian diartikan sebagai kegiatan membagi tugas-tugas kepada orang lain yang terlihat dalam lembaga pendidikan.<sup>29</sup> Zulkarnain mendefinisikan pengorganisasian sebagai kegiatan membagi tugas-tugas

<sup>27</sup> Syariffudin S. Gassing dan Suryanto, *Public Relations* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), 74.

<sup>28</sup> Mairizon dan Kiswanto, *Jurnal Kebijakan Publik (Implementasi Fungsi-fungsi Manajemen Publik)* Volume 4, Nomor 2, Oktober 2013, Hlm, 53.

<sup>29</sup> George Terry R, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hlm. 9.

pada orang yang terlibat dalam kerjasama di lembaga pendidikan.<sup>30</sup> Ilham menyatakan bahwa pengorganisasian adalah penentuan, pengelompokan, dan pengaturan berbagai kegiatan yang perlu, menetapkan struktur formal dari kewenangan di mana pekerjaan dibagi-bagi sedemikian rupa, ditentukan, dan dikoordinasikan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>31</sup>

Dari berbagai pengertian pengorganisasian di atas peneliti menyimpulkan bahwa pengorganisasian humas adalah serangkaian kegiatan program-program humas yang dijabarkan dalam struktural organisasi dengan mendelegasikan tugas dan wewenang kepada seseorang untuk bertanggung jawab terhadap tugas yang diembannya.

Pengorganisasian merupakan hal yang harus dilakukan, karena pengorganisasian menjembatani kegiatan perencanaan dengan pelaksanaannya, maka di dalam pengorganisasian adanya pendelegasian dan diberikan tugas untuk bertanggung jawab terhadap tugas yang diembannya. Misalnya pembagian tugas ada yang sebagai koordinator program, masing-masing guru dan karyawan secara tidak langsung mempunyai kewajiban dan terlibat untuk mensukseskan program-program humas yang telah direncanakan.

c. Pelaksanaan Hubungan Masyarakat

Tujuan manajemen dapat dicapai hanya jika dipihak orang-orang staf atau bawahannya ada kesediaan untuk kerja sama. Demikian pula

---

<sup>30</sup> Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2010), hlm 12.

<sup>31</sup> Ilham, *Jurnal Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah (Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen dalam Bimbingan dan Konseling Agama Islam)* Vol.13 No.25, Januari-Juni 2014, hlm 41.

dalam sebuah organisasi membutuhkan manajer yang dapat menyusun sumber tenaga manusia dengan sumber-sumber benda dan bahan, yang mencapai tujuan dengan rencana seperti spesialisasi, delegasi, latihan di dalam pekerjaan dan sebagainya.

Zulkarnain mendefinisikan pelaksanaan/Actualing dalam hal ini bertujuan untuk merangsang anggota-anggota organisasi supaya melaksanakan tugas-tugas dengan antusias dan kemauan baik.<sup>32</sup> Sulistyorini menjelaskan penggerakan/actualing merupakan kemampuan seseorang untuk memberikan kegairahan, kegiatan, pengertian, sehingga orang lain mau mendukung dan bekerja dengan sukarela untuk mencapai tujuan organisasi/bidang humas sesuai dengan tugas yang diembannya.<sup>33</sup>

Dari berbagai pengertian pelaksanaan/actualing di atas peneliti menyimpulkan bahwa pelaksanaan atau actualing merupakan hubungan perantara aspek-aspek individual yang ditimbulkan dari adanya pengaturan terhadap bawahan untuk dapat dimengerti dan pembagian kerja yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan lembaga untuk membangun kepercayaan masyarakat.

d. Evaluasi Hubungan Masyarakat

Kertonegoro menyatakan bahwa evaluasi merupakan usaha sistematis untuk menetapkan standar kegiatan dengan tujuan perencanaan, menyusun sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan yang

<sup>32</sup> Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2010), hlm 13.

<sup>33</sup> Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam: Konsep, Strategi, dan Aplikasi* (Yogyakarta: Teras, 2009, hlm, 31.

dilakukan dengan standar, menentukan serta mengukur penyimpangan, dan melakukan tindakan yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber digunakan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>34</sup>

Menurut Robinson evaluasi sebagai proses memonitor aktivitas-aktivitas untuk mengetahui apakah individu-individu dan organisasi itu sendiri memperoleh dan memanfaatkan sumber-sumber secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuannya, dan memberikan koreksi bila tidak tercapai.<sup>35</sup>Evaluasi sebagai fungsi sistem yang melakukan penyesuaian terhadap rencana, mengusahakan agar penyimpangan-penyimpangan hanya dalam batas-batas yang dapat ditoleransi.

Evaluasi itu penting sebab merupakan jembatan terakhir dalam rantai fungsional kegiatan-kegiatan manajemen. Pengendalian merupakan salah satu cara para manajer untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi itu tercapai atau tidak dan mengapa tercapai atau tidak tercapai. Selain itu controlling adalah sebagai konsep pengendalian, pemantau efektifitas dari perencanaan, pengorganisasian, dan kepemimpinan serta pengambilan perbaikan pada saat dibutuhkan.

Peneliti menyimpulkan bahwa dari beberapa pendapat di atas evaluasi merupakan kegiatan yang dilaksanakan dengan maksud agar tujuan yang telah ditetapkan sudah tercapai apa belum. Dari hasil

---

<sup>34</sup> Mesiono, *Manajemen Organisasi*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012), hlm. 32.

<sup>35</sup> Made Pidarta, *Manajemen Pendidikan Indonesia* (Jakarta: Bina Aksara, 1988), hlm, 168.

evaluasi bisa dijadikan sebagai alat tindak lanjut untuk kegiatan yang akan datang agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan.

Secara garis besar, pengevaluasian adalah tahapan terakhir dari serangkaian proses manajemen. Pengevaluasian bertujuan untuk mengevaluasi rencana kegiatan yang telah dilakukan. Dengan adanya evaluasi maka ke depan, kegiatan manajemen akan selalu mendapatkan perbaikan.

#### 4. Ruang Lingkup Humas

##### a. Publisitas

Salah satu hal yang sering dilakukan humas adalah publisitas, yaitu kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi atau perusahaan di media massa. Dengan kata lain, publisitas adalah upaya orang atau organisasi agar kegiatannya diberitakan media massa. Publisitas lebih menekankan pada proses komunikasi satu arah sedangkan humas adalah komunikasi dua arah. Publisitas merupakan salah satu alat dalam kegiatan humas, namun humas tidak akan berbuat banyak tanpa publisitas.

##### b. Pemasaran

Banyak orang saat ini sulit membedakan antara fungsi humas dan fungsi pemasaran (*marketing*). Tawaran pekerjaan untuk posisi publik relation representative, misalnya, sering kali dalam prktiknya adalah melakukan kegiatan penjualan dari rumah ke rumah (*door to door sales representative*).



Humas pada organisasi yang bertujuan mencari keuntungan seperti perusahaan haruslah dapat bekerja secara efektif dan menjadi bagian dari tujuan perusahaan untuk memenangkan persaingan. Kondisi kompetitif yang terdapat pada perusahaan menjadikan tuntutan manajemen terhadap humas menjadi sangat besar.<sup>36</sup>

c. *Public Affairs*

Public affairs dapat didefinisikan sebagai: *A specialized part of publik relations that builds an maintains governmental and local community relations in order to influence public policy.* (Bidang khusus publik relations yang membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemerintah dan komunitas lokal agar dapat memengaruhi kebijakan publik). Definisi ini menunjukkan bahwa terdapat dua pihak yang menjadi fokus perhatian *public affairs*, yaitu pemerintah dan masyarakat lokal.<sup>37</sup>

d. Manajemen Isu

Manajemen isu (*issues management*) merupakan upaya organisasi atau perusahaan untuk melihat kecenderungan isu atau opini publik yang muncul di tengah masyarakat dalam upaya organisasi atau perusahaan untuk memberikan tanggapan atau respons yang sebaik-baiknya. Tanggapan yang baik diperlukan agar isu atau opini publik itu tidak berkembang secara negatif sehingga merugikan perusahaan atau agar isu tidak berkembang menjadi konflik yang tidak diinginkan.

<sup>36</sup> Morissan, *Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), hlm 15

<sup>37</sup> Morissan, *Strategi Menjadi Humas Profesional.....*, hlm. 16

Menurut Howard Chase, manajemen isu meliputi tindakan mengidentifikasi isu, menganalisis isu, menetapkan prioritas, menentukan strategi program, menetapkan program tindakan dan komunikasi serta melakukan evaluasi efektivitas kerja. Semua tindakan tersebut merupakan proses yang menggabungkan prinsip, kebijakan dan tindakan perusahaan dengan realita ekonomi politik yang tengah berkembang.<sup>38</sup>

e. Lobi

Setiap organisasi atau perusahaan berkepentingan terhadap hukum atau peraturan baru yang akan memengaruhi kehidupan organisasi bersangkutan, produk hukum baru seperti undang-undang atau peraturan lain adakalanya membawa perubahan situasi yang dapat merugikan organisasi. Suatu perubahan yang menguntungkan biasanya tidak menimbulkan keributan atau kegaduhan, namun perubahan yang dinilai merugikan akan menimbulkan reaksi.

Organisasi bisnis di negara maju seperti Amerika Serikat sudah lazim menunjuk suatu tim humas untuk melakukan pendekatan atau lobi (*lobbying*) dengan lembaga-lembaga yang bertanggungjawab terhadap pembentukan hukuman atau undang-undang baru dengan harapan undang-undang baru yang akan dikeluarkan itu tidak merugikan organisasi bersangkutan.

Kegiatan lobi sering mengundang kritik karena dinilai rawan dengan penyuapan. Undang-undang lobi di Amerika Serikat (*Federal*

---

<sup>38</sup> Morissan, *Strategi Menjadi Humas Profesional.....*, hlm. 25

*Regulation of Lobbying Act*) mewajibkan para lobyis untuk mendaftarkan setiap rencana mereka untuk melakukan lobi. Mereka diwajibkan untuk mengumumkan sumber pendapatan dan pengeluaran mereka selama melakukan lobi. Selain itu, publik diberi kesempatan untuk mengawasi kegiatan lobi.<sup>39</sup>

f. Hubungan Investor

Frank Jefkins dalam bukunya *Publik Relations* menyebutkan terdapat delapan khalayak utama humas, salah satunya adalah para investor pasar uang atau masyarakat keuangan. Dengan demikian, fungsi hubungan investor atau *investor relations* (IR) menjadi bagian dari fungsi humas.

Tugas hubungan investor sangat sering berkaitan dengan masalah-masalah keuangan sehingga bidang ini sering pula disebut dengan *Financial relations*. Masyarakat humas Amerika Serikat (*Publik Relations Society of Amerika*) mendefinisikan *financial relations* sebagai berikut: *The dissemination of information that affects the understanding of stakeholders and investors generally concerning the financial position and prospect of a company and includes among its objectives the improvement of relations between corporations and their stakeholders.* (Penyebaran informasi yang mempengaruhi pengertian pemegang saham dan investor secara umum mengenai posisi keuangan dan prospek

---

<sup>39</sup> Morissan, *Strategi Menjadi Humas Profesional.....*, hlm. 27

perusahaan, dan termasuk pula dalam tujuan *Financial relations* adalah perbaikan hubungan antara perusahaan dan pemegang saham).<sup>40</sup>

Hubungan investor merupakan hal penting yang masuk dalam ruang lingkup kerja humas. jika dikaitkan dengan humas di lembaga pendidikan, hubungan investor disini adalah ketika humas harus mampu untuk menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang mampu membantu keuangan di lembaga pendidikan.

#### 5. Tujuan Hubungan Masyarakat

Menurut Elsbree dan McNally, seperti yang dikutip oleh Ngalim Purwanto, ada tiga tujuan pokok *public relations* di lembaga pendidikan, yaitu.<sup>41</sup>

- a. Untuk mengembangkan mutu belajar dan pertumbuhan anak atau mahasiswa
- b. Untuk mempertinggi tujuan-tujuan dan mutu kehidupan masyarakat
- c. Untuk mengembangkan pengertian, antusiasme masyarakat, dalam membantu pendidikan yang diselenggarakan oleh pemerintah.

Sedangkan ditinjau dari kebutuhan masyarakat itu sendiri, tujuan hubungan masyarakat dengan seolah adalah untuk:

- a. Memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama dalam bidah mental spiritual

<sup>40</sup> Morissan, *Strategi Menjadi Humas Profesional.....*, hlm. 29

<sup>41</sup> Ngalim Purwanto, *Adminiatrasi dan Supervisi Pendidikan, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1995)*, hlm. 190

- b. Memperoleh bantuan seolah dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi
- c. Menjamin relevansi program sekolah dengan kebutuhan masyarakat
- d. Memperoleh kembali anggota-anggota masyarakat yang makin meningkat kemampuannya.<sup>42</sup>

Humas sangatlah penting dalam sebuah lembaga pendidikan. Humas di lembaga pendidikan tidak hanya memberikan mafaat sepihak, tetapi saling memberikan mafaat baik bagi lembaga pendidikan maupun masyarakat. Dengan adanya humas, masyarakat bisa memperoleh manfaat yaitu masyarakat akan terbantu terkait permasalahannya dalam dunia pendidikan. Ini adalah tujuan humas di lembaga pendidikan yang memberi pemahaman kepada masyarakat terkait dengan dunia pendidikan tersebut. Bagi lembaga pendidika, humas juga bertujuan untuk mengembangkan lembaga pendidikan yang bersangkutan agar lebih maju dan meningkatkan mutu lembaga pendidikan.

#### 6. Fungsi dan Peran Hubungan Masyarakat

Sebelum membahas lebih jauh mengenai fungsi an peran humas, kita pelajari dulu fungsi dan peran humas secara umum. Effendy, mengutip Betrand R. Cranfield menyebutkan fungsi humas adalah:

- a. Mengabdikan pada kepentingan umum
- b. Memelihara komunikasi yang baik

---

<sup>42</sup> Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan.....*, hlm. 189-190

- c. Menekankan pada moral dan perilaku yang baik.<sup>43</sup>

Memang apa yang diungkapkan Cranfield itu seolah-olah humas itu hanya penting dari perspektif organisasi. Padahal, sebenarnya publik pun membutuhkan kegiatan kehumasan. Lesty, menuliskan fungsi humas dari sudut pandang publik adalah:

- a. Sarana bagi publik untuk menyatakan hasrat dan kepentingannya sehingga bisa dirasakan oleh institusi-institusi yang ada dalam masyarakat. Humas menafsirkan dan berbicara pada publik atas nama organisasi.
- b. Sarana untuk saling menyesuaikan antara institusi dan kelompok-kelompok untuk menjalin hubungan baik yang memberi manfaat bagi publik.
- c. Katup pengaman bagi kebebasan. Dengan menyediakan sarana yang bisa mengakomodasi publik, tidak ada dasar untuk melakukan tindakan semena-mena atau koersi.
- d. Praktisi humas dapat membantu mendorong kesadaran sosial organisasi
- e. Humas (baik yang sistematis maupun yang tidak sistematis) merupakan kegiatan yang universal. Humas berfungsi dalam semua aspek kehidupan. Setiap publik menjalankan prinsip-prinsip humas untuk mendapatkan penerimaan, kerjasama, atau

---

<sup>43</sup> Yosai Iriantara, *Manajemen Humas Sekolah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), hlm. 24

memengaruhi orang lain maka ketika itu jugalah humas mulai berjalan.<sup>44</sup>

Secara substansial fungsi hubungan masyarakat sebagai berikut:

- a. Mampu sebagai motivator dalam menyampaikan komunikasi secara langsung dan komunikasi tidak langsung kepada pimpinan lembaga dan publik internal.
- b. Menunjang dan mendukung terhadap kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan publikasi pendidikan. Dimana hubungan masyarakat bertindak sebagai pengelola informasi terhadap publik internal maupun publik eksternal.
- c. Menciptakan image yang positif terhadap lembaga.<sup>45</sup>

Hubungan antara lembaga pendidikan dengan masyarakat merupakan bentuk hubungan eksternal yang dilakukan atas dasar kesamaan tanggung jawab dan tujuan.

#### 7. Strategi Operasional Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat mempunyai peran penting untuk membangkitkan iklim yang dapat mengembangkan tanggung jawab dan sasaran hubungan masyarakat dalam upaya mencapai tujuan yang diinginkan, menurut A. W. Widjaja strategi operasional yang dapat digunakan dalam menjalin hubungan masyarakat dalam membangun image positif sebagai berikut:

<sup>44</sup> Yosol Iriantara, *Manajemen Humas Sekolah*....., hlm. 25

<sup>45</sup> Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena, dan Aplikasi*, (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 11

a. Pendekatan kemasyarakatan

Program pelaksanaan hubungan masyarakat dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosial kultural. Ini berarti opini publik yang tersurat dalam berbagai media massa merupakan pencerminan dari pendapat dan kehendak masyarakat.

b. Pendekatan koordinatif dan integratif

Pendekatan ini dilakukan dengan koordinasi dan integrasi di dalam badan koordinasi terhadap hubungan kemasyarakatan untuk mempercepat tercapainya program hubungan masyarakat.

c. Pendekatan edukatif dan persuasif

Pendekatan edukatif dan persuasif ini mempunyai peranan penting untuk mencapai perubahan sikap mental yang negatif dari pasar sasaran hubungan masyarakat, terutama dari media massa, agar lebih berperan serta lebih positif dalam ikut mewujudkan tujuan pembangunan.

d. Penyelenggaraan sistem penerangan terpadu

Penerangan terpadu dan berkesinambungan dimaksudkan untuk meningkatkan gerak langkah operasional antara hubungan masyarakat dan petugas yang berkenaan dengan hubungan kemasyarakatan, sehingga terarah ke tercapainya tujuan hubungan kemasyarakatan.<sup>46</sup>

Pendekatan-pendekatan diatas merupakan langkah profesional yang dapat dilakukan oleh perguruan tinggi dalam menjalin hubungan dengan

---

<sup>46</sup> A. W. Widjadja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, hal. 60



masyarakat, melalui pendekatan kemasyarakatan perguruan tinggi mampu menjalin hubungan dengan masyarakat dengan melakukan analisis-analisis terhadap persoalan dan kondisi masyarakat yang berkaitan dengan pelaksanaan perguruan tinggi, sehingga adanya pendekatan tersebut perguruan tinggi dengan mudah menjawab persoalan dan tuntutan masyarakat terhadap perguruan tinggi yang nantinya berdampak pada image perguruan tinggi.

## **B Komunikasi**

### **1. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan proses pertukaran pesan dari komunikator terhadap komunikan. Proses komunikasi pada prinsipnya meliputi pengiriman dan penerimaan pesan-pesan di antara dua orang, kelompok kecil masyarakat, atau dalam satu lingkungan atau lebih dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku dalam suatu masyarakat. Dengan bahasa yang lebih sederhana, proses komunikasi dapat diartikan sebagai “transfer informasi” atau pesan-pesan (messages) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (feedback) untuk mencapai saling pengertian (mutual understanding) antara kedua belah pihak.<sup>47</sup>

Menurut terry yang dikutip oleh Nasution, bahwa komunikasi dalam manajemen terdapat lima jenis komunikasi, yaitu:<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup><http://www.kompasiana.com/affanputra/komunikasi-dalam-hubungan-masyarakat>, (diakses pada tanggal, 8 Juli 2020), pkl. 10.00 WIB

<sup>48</sup> Zulkarnain, Nasution. Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya, (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 19

- a. komunikasi formal, yaitu komunikasi yang dilakukan dalam jalur organisasi formal yang dimiliki wewenang dan tanggung jawab, misalnya, intruksi dalam bentuk tertulis dan lisan sesuai dengan prosedur secara fungsional yang berlaku dari atas kebawah atau sebaliknya.
- b. Komunikasi non formal, yaitu komunikasi yang dilakukan diluar jalur formal secara fungsional, misalnya: hubungan pribadi dengan orang lain.
- c. Komunikasi informal, yaitu komunikasi yang dilakukan karena terjadinya kontak hubungan antara manusia dominan yang terkait dengan aspek-aspek kejiwaan, sensitif, dan sentimental. Komunikasi informal ini banyak dipergunakan pihak bagian kepegawaian untuk mengetahui lebih mendalam mengenai aspek psikologi karyawan.
- d. Komunikasi teknik, yaitu komunikasi yang bersifat teknis yang dapat dipahami oleh tenaga kerja tertentu, misalnya: misalkan komunikasi bidang pekerjaan teknis mesin industri, program komputerisasi, internet, dan sebagainya.
- e. Komunikasi prosedural, yaitu komunikasi yang lebih dekat dengan komunikasi formal, misalnya: pedoman teknis, peraturan lembaga pendidikan dan sebagainya.

Sedangkan menurut onong komunikasi dalam manajemen itu dibagi menjadi dua yaitu:<sup>49</sup>

- a. Komunikasi internal, yaitu komunikasi yang berada di dalam organisasi secara timbal balik. Komunikasi internal ini dibagi menjadi tiga macam yaitu, 1) komunikasi vertikal, yaitu komunikasi dari bawahan ke pimpinan secara timbal balik; 2) komunikasi horizontal, yaitu komunikasi secara mendatar antara karyawan dengan karyawan, dosen dengan dosen dan mahasiswa dengan mahasiswa; 3) komunikasi diagonal, yaitu komunikasi dalam organisasi antara orang yang berbeda kedudukannya.
- b. Komunikasi eksternal, yaitu komunikasi dengan publik diluar organisasi. Dalam hal ini dibagi menjadi dua jalur yang berlangsung secara timbal balik yaitu komunikasi dari organisasi ke khalayak luar atau dari khalayak luar ke organisasi.

## 2. Fungsi Komunikasi

Menurut Mujamil komunikasi merupakan komponen yang sangat penting bagi seseorang dalam pergaulan sosial maupun dalam hubungan kerja, dari komunikasi dapat diperoleh suasana yang akrab dan harmonis, bahkan bisa mendamaikan dua pihak yang bertikai.<sup>50</sup> Dalam suatu organisasi

<sup>49</sup> Onong Uchjana, Human Relation dan Public Relation, (Bandung : Mandar Maju, 1993), hlm. 22

<sup>50</sup> Mujamil Qomar, Manajemen Pendidikan Islam Strategi baru Pengelolaan Pendidikan Islam (Jakarta:ERLANGGA, 2007), hlm. 251

baik yang berorientasi komersial maupun sosial, komunikasi dalam organisasi atau lembaga tersebut akan melibatkan empat fungsi, yaitu:<sup>51</sup>

a. Fungsi informatif

Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi (information-processing system). Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti informasi pada dasarnya dibutuhkan oleh semua orang yang mempunyai perbedaan kedudukan dalam suatu organisasi. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi. Sedangkan karyawan (bawahan) membutuhkan informasi tentang jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti dan sebagainya.

b. Fungsi regulatif

Setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (newsletter, buletin) dan laporan kemajuan organisasi; juga saluran komunikasi informal seperti perbincangan

---

<sup>51</sup> Kurnia El-Qorni, <http://manajemenkomunikasi.blogspot.co.id/2010/07/komunikasi-dalam-organisasi.html>, (diakses pada tanggal, 7 Juli 2029), pkl. 10.00 WIB

antar pribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

Dari itu komunikasi merupakan komponen penting bagi sebuah perguruan tinggi untuk dikelola dengan sebaik mungkin, fungsi-fungsi diatas menunjukkan bahwa pentingnya komunikasi yang dilakukan oleh setiap organisasi atau perguruan tinggi dalam meningkatkan kerjasama yang baik sehingga hubungan antar personal, organisasi akan menjadi harmonis.

### 3. Unsur-unsur komunikasi

Menurut Evreett M. Roger dan W. Floyd Shomaker dalam Mukarom bahwa unsur-unsur komunikasi terdiri dari lima unsur komunikasi:<sup>52</sup>

- a. *Sourc*, yaitu individu atau pejabat organisasi yang berinisiatif sebagai sumber atau menyampaikan pesan-pesannya.
- b. *Messege*, yaitu gagasan ide berupa pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan atau ungkapan yang akan disampaikan komunikator.
- c. *Recever*, yaitu pihak yang menerima pesan dari komunikator, receiver sering juga disebut sebagai komunikan.
- d. *Channel*, yaitu media, sarana, atau saluran yang dipergunakan oleh komunikator dalam mekanisme penyampaian pesan-pesan kepada khalayaknya.

---

<sup>52</sup> Zainal Mukarom, Manajemen Public Relation Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat, (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2015), hlm. 82

- e. *Effect*, yaitu dampak yang terjadi dalam proses penyampaian pesan-pesan tersebut, yang dapat berakibat positif ataupun negatif menyangkut tanggapan persepsi, dan opini dan hasil komunikasi tersebut.

#### 4. Prinsip-prinsip komunikasi

Menurut Jamal dalam Mujamil ada delapan prinsip yang perlu dilakukan agar komunikasi bisa dikerjakan dengan efektif, yaitu sebagai berikut<sup>53</sup>:

- a. Berpikir dan berbicara dengan jelas
- b. Ada sesuatu yang penting untuk disampaikan
- c. Ada tujuan yang jelas
- d. Penguasaan terhadap masalah
- e. Pemahaman proses komunikasi dan penerapannya dengan konsisten
- f. Selalu menjaga kontak mata, suara yang tidak terlalu keras tau lemah serta menghindari ucapan pengganggu.
- g. Komunikasi harus direncanakan (apa pesan yang ingin dikomunikasikan, siapa komunikan yang dituju, buatlah sekenaro yang jelas, dan hendaknya mempersiapkan diri agar menguasai masalah)

Prinsip-prinsip diatas merupakan suatu hal yang harus dimiliki oleh sumber daya manusia yang ada di dalam perguruan tinggi, adanya delapan prinsip komunikasi tersebut memberikan pemahaman bahwa komunikator

---

<sup>53</sup> Mujamil Qomar, Manajemen Pendidikan Islam, hlm. 256

harus benar-benar menguasai terhadap apa yang akan disampaikan, dengan siapa ia akan berkomunikasi dan apa yang menjadi tujuan dari apa yang dikomunikasikan, sehingga pesan yang disampaikan tepat sasaran dan mengarah kepada tujuan yang diinginkan.

## C Minat Masyarakat

### 1. Pengertian Minat Masyarakat

Secara umum minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk mencari ataupun mencoba aktivitas-aktivitas dalam bidang tertentu. Minat juga diartikan sebagai sikap positif seseorang terhadap aspek- aspek lingkungan. Ada juga yang mengartikan minat sebagai kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan menikmati suatu aktivitas disertai dengan rasa senang. Meichati, mengartikan minat adalah perhatian yang kuat, intensif dan menguasai individu secara mendalam untuk tekun melakukan suatu aktivitas. Minat terdiri dari kognitif dan afektif. Aspek kognitif berupa konsep positif terhadap suatu objek dan berpusat pada manfaat dari objek tersebut. Aspek afektif nampak dalam rasa suka atau tidak senang dan kepuasan pribadi terhadap objek tersebut.<sup>54</sup>

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah, keinginan. Minat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan suatu kegiatan tertentu diantara sejumlah kegiatan lain yang berbeda. Minat merupakan

---

<sup>54</sup> Ujang Didi Supriyadi, Jurnal Ilmu Pendidikan (Pelaksanaan BOS Dan Minat Masyarakat Mengikuti Pendidikan Dasar Gratis), Jilid 17, Nomor 1, Februari 2010, hlm. 80

kecenderungan afektif seseorang untuk membuat pilihan aktivitas, kondisikondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dapat dikatakan minat itu tidak stabil sifatnya. Sedangkan menurut Whiterington minat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih dan melakukan suatu kegiatan tertentu diantara sejumlah kegiatan lain yang tersedia.<sup>55</sup>

Selanjutnya Nasution dan kawan-kawan menjelaskan bahwa minat adalah sesuatu yang sangat penting bagi seseorang dalam melakukan kegiatan dengan baik. Sebagai suatu aspek kejiwaan, minat bukan saja dapat mewarnai perilaku seseorang, tetapi lebih dari itu minat mendorong orang untuk melakukan suatu kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian dan merelakan dirinya untuk terikat pada suatu kegiatan.<sup>56</sup>

Sesuai dengan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa minat adalah fungsi kejiwaan atau sambutan yang sadar untuk tertarik terhadap suatu objek baik berupa benda atau yang lain. Selain itu minat dapat timbul karena ada gaya tarik dari luar dan juga datang dari hati sanubari. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk mencapai tujuan yang diminati dalam hal ini berinvestasi terutama di sektor pasar modal.

---

<sup>55</sup> Lilis Yuliati, Jurnal Walisongo (Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat), Volume 19, Nomor 1, Mei 2011, hlm. 110

<sup>56</sup> Nasution, Minat Membaca Sastra Pelajar SMA Kelas III DKI Jakarta (Jakarta Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud, 1981), hlm. 1.



Masyarakat adalah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama.<sup>57</sup> Masyarakat dapat juga diartikan sebagai sekumpulan manusia yang saling berinteraksi.<sup>58</sup>

Menurut R. Linton, seorang ahli antropologi mengemukakan, bahwa masyarakat adalah setiap kelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerjasama, sehingga mereka ini dapat mengorganisasikan dirinya berfikir tentang dirinya dalam satu kesatuan sosial dengan batas-batas tertentu.<sup>59</sup>

Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan mengenai pengertian minat masyarakat yaitu kecenderungan atau dorongan yang kuat dari dalam hati sekelompok orang yang saling berinteraksi, untuk melakukan suatu hal atau perbuatan yang mereka sadar bahwa perbuatan atau hal itu memberikan manfaat positif bagi diri atau sekelompok orang tersebut.

## 2. Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Minat seseorang tidak timbul dengan sendirinya, harus ada unsur kebutuhannya. Minat ada karena pengaruh dari beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya minat adalah sebagai berikut :<sup>60</sup>

<sup>57</sup> Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 721

<sup>58</sup> Koentjaraningrat, Pengantar Antropologi I, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 120.

<sup>59</sup> H. Abu Ahmadi, Ilmu Sosial Dasar, (Cet. III. Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 225.

<sup>60</sup> Shaleh Abdul Rahman, Muhibb Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam), (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 263.

a. Diri Individu.

Diri individu merupakan minat yang berasal dari dalam individu itu sendiri, misalnya berat badan, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan lampau dan kepribadian.

b. Lingkungan.

Lingkungan merupakan minat yang berasal dari luar individu, misalnya lingkungan keluarga, lingkungan lembaga pendidikan dan lingkungan masyarakat.

3. Aspek-aspek Minat

Menurut Jefkin dalam Arief Kurniawan, beberapa aspek yang terdapat dalam minat, adalah .<sup>61</sup>

- a. Perhatian (attention), seseorang mengamati satu atau lebih pada obyek yang dianggapnya menarik, dalam hal ini perhatian seseorang akan obyek yang dianggap mampu menarik perhatian.
- b. Ketertarikan (interest), seseorang memperhatikan obyek yang menarik dengan usaha untuk berhubungan dan melakukan tindakan mendekati obyek tersebut, dalam hal ini bila obyek dianggap berhasil bila mampu menarik dan meraih rasa ketertarikan seseorang yang melihat atau memperhatikannya.
- c. Keinginan (desire), seseorang lebih dari sekedar tertarik dan terpikat pada suatu obyek tetapi mulai ingin mengetahui lebih

---

<sup>61</sup> Arief Kurniawan, Hubungan Antara Minat Terhadap Media Pornografi Dengan Intensi Pacaran Pada Siswa-Siswi SMP H.Isriati Semarang Tahun Ajaran 2008/2009, Skripsi Strata Satu, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2009), hlm. 33-34.

dalam dan melakukan kegiatan dengan obyek tersebut, dalam hal ini apa yang mendorong seseorang untuk menginginkan melihat, dan menonton obyek.

- d. Keyakinan (conviction), seseorang merasa lebih yakin bahwa hal yang berhubungan dengan yang diminatinya layak dilakukan dan akan memberikan kepuasan, dalam hal ini keyakinan akan obyek yang dilihat atau ditonton.

#### **D Humas Dalam Perspektif Islam**

Hubungan Masyarakat atau Hubungan Masyarakat dalam kacamata Islam disebut “*habl*” yang artinya “tali atau hubungan” atau *silaturrahmi* yang artinya menyambung persaudaraan. Setiap hubungan yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi kepada pihak lain disebut silaturrahim. Kata habl dalam Al-Qur’an telah dijelaskan dalam Surat Ali Imran (3) ayat 112:

*Artinya: “Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia, dan mereka kembali mendapat kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan. yang demikian itu karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh Para Nabi tanpa alasan yang benar. yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas.”<sup>62</sup>*

Hubungan masyarakat yang tersirat dalam ayat diatas adalah kata *hablu-minannas*, manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa

<sup>62</sup> Departemen Agama RI, Mushaf Al Qur’an Terjemah, (Jakarta: Al-Huda, 2005), hlm. 65

adanya bantuan orang lain, komunikasi yang dilakukan oleh setiap manusia merupakan proses hubungan manusia, komunikasi ada sejak manusia pertama ada, yaitu setelah diciptakannya Nabi Adam As, dan Siti Hawa, maka disinilah terjadi komunikasi. Maka proses hubungan masyarakat dalam islam merupakan konsep hubungan timbal balik antara antara lembaga pendidikan Islam dengan masyarakat.

Hubungan masyarakat juga di jelaskan dalam hadits riwayat Bukhari yang berbunyi sebagai berikut:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ عَلَيْهِ فِي رِزْقِهِ، وَأَنْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ، فَلْيَصِلْ رَجْمَهُ) أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ

Dari Abu Hurairah Radliyallaahu'anhu bahwa Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam bersabda: "Barangsiapa ingin dilapangkan rizqinya dan dipanjangkan umurnya, hendaknya ia menghubungkan tali kekerabatan." Riwayat Bukhari.

Kata *fal-yashil* dalam hadits diatas secara maknawi mempunyai arti menghubungkan, maka secara interpretatif hadits diatas memberikan penjelasan bahwa dalam lembaga pendidikan jika lembaga ingin tetap bertahan sebagai lembaga yang profesional maka seyogyanya ia melakukan hubungan dengan pihak lain, baik lembaga organisasi lain, pemerintah, dan masyarakat, esensi hadits diatas menggambarkan bahwa jika seseorang ingin dilapangkan rizqinya dan dipanjangkan umurnya maka hendaknya ia melakukan tali kekerabatan, kata dilapangkan rizqi, jika ditarik pada

lembagapendidikan adalah kesejahteraan dalam konteks pendanaan pendidikan, sedangkan berkaitan dengan umur adalah eksistensi lembaga, samapai kapan lembaga itu bertahan hidup detengah-tengah masyarakat. Maka tidak salah kemudian jika hadis diatas menganjurkan bahwa dalam mencapai kedua-duanya adalah dengan proses hubungan masyarakat.

Adanya hubungan masyarakat diharapkan sebagai mediasi untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul dalam masyarakat melalui pendekatan sosiologis dan ajakan yang komunikatif, sehingga akan menghasilkan: (1) saling mengerti; (2) adanya kesepakatan; dan (3) saling memberi manfaat bersama. Dalam konsep Islam kerja sama antar individu maupun lembaga dapat membentuk ukhuwah Islamiyah yang dapat terwujud dengan langkah-langkah sebagai berikut : (1) *ta'aruf* (saling mengenal) yaitu melaksanakan proses saling mengenal secara fisik, pemikiran dan kejiwaan, baik secara langsung maupun tidak langsung, (2) *tafahum* (saling memahami), yaitu melaksanakan proses saling memahami dengan menyatukan hati, menyatukan pemikiran dan menyatukan amal, (3) *tarahum* (saling mengasihi), yaitu melaksanakan proses saling mengasihi, baik secara lahir, batin, maupun pikiran, (4) *ta'awun* (saling kerjasama), yaitu melaksanakan proses saling menolong, baik secara hati (saling mendoakan), secara pikiran (berembung, berdiskusi, dan menasehati) serta dapat diwujudkan dalam bentuk amal saleh (bantu membantu), dan (5) *takaful* (saling menanggung), yaitu melaksanakan proses saling menanggung setelah

terjadinya proses ta'awun dalam bentuk hati saling menyatu dan saling percaya.<sup>63</sup>

Proses tersebut, akan menimbulkan kerjasama dan saling menguntungkan bahkan dalam lingkup yang luas muncul kesatuan barisan dan juga kesatuan yang kuat antara lembaga dengan masyarakat. Maka hubungan lembaga dan masyarakat adalah suatu kegiatan komunikasi yang lebih terarah sehingga proses komunikasi akan mengarah kepada komunikasi dua arah yang saling memberikan umpan balik.

---

<sup>63</sup> Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008), hlm. 207.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, obyek penelitian, serta sumber data yang akan dikumpulkan, maka dapat diketahui bahwa penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), hal ini mendasarkan dari pada penelitian di tengah kancah atau lapangan.<sup>64</sup> Maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, karena kegiatan penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Dalam pendekatan deskriptif, data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, dan dokumen resmi lainnya.

Menurut Robert . Bogdan dari Knopp Biklen mengatakan:

*We use qualitative reserach as an umbrella term torefer to several research strategies that share certain characteristic. The data collected have been termed soft, that is, rich in description of people,*

---

<sup>64</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Social*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), hal.

*places, and conversations, and not easily handled by statistical procedures.*<sup>65</sup>

Kutipan di atas sama dengan yang disampaikan dalam bukunya Lexy J. Moleong mendefinisikan bahwa: “metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”. Menurut mereka pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara *holistic* (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel dan hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan.<sup>66</sup>

Adapun obyek penelitian kualitatif adalah seluruh bidang kehidupan manusia dan segala sesuatu yang dipengaruhi manusia. Hal ini diungkapkan kondisinya sebagaimana mestinya atau dalam keadaan sewajarnya (*natural setting*) bisa berkenaan dengan ekonomi, kebudayaan, hukum, organisasi, agama dan sebagainya.<sup>67</sup>

Hal tersebut bisa mengungkapkan bahwa penelitian ini untuk mendapatkan data atau gambaran yang objektif, faktual, akurat dan sistematis, mengenai masalah yang akan dikaji oleh peneliti. Sehingga penelitian ini dapat dikatakan termasuk jenis penelitian *case study* yang bertujuan mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok,

<sup>65</sup> Robert C. Bogdan dan Sari Knopp Biklen, *Quality Research In ducation An Introduction to Theory and Methods*, (Boston, London, Toronto, Sidney, Tokyo, Singapore: Allyn and Bacon, 1998), hal. 2

<sup>66</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2002), hal. 3

<sup>67</sup> Hadari Nawawi, *Penelitian Terapan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press,tt), hal.



lembaga atau masyarakat. Hal ini seperti yang telah dikatakan Suharsimi Arikunto bahwa: “suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu”.<sup>68</sup>

Secara metodologis penelitian dengan menggunakan jenis *case study* ini penarikan kesimpulannya tidak hanya mendasarkan pada jumlah individu, akan tetapi pada ketajaman peneliti dalam melihat kecendrungan pola arah, interaksi banyak faktor dan hal-hal lain yang memicu dan menghambat perubahan berdasarkan atas pertimbangan tersebut.<sup>69</sup>

Dengan demikian diketahui bahwa pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, sebab dalam melakukan tindakan kepada obyek adalah untuk mengetahui makna dari manajemen humas dalam menarik minat masyarakat di IAIN Madura. Dalam hal ini menurut Bogdan dan Biklen yang dikutip Wahid Murni dan Nur Ali, mengatakan bahwa ciri-ciri pendekatan kualitatif ada lima macam yaitu:

- a. Menggunakan latar belakang alamiah, sebagai sumber data langsung dan peneliti merupakan instrumen kunci (*the key instrumen*).
- b. Bersifat deskriptif, data-data yang dikumpulkan, disajikan dalam bentuk kata-kata dan gambar-gambar. Data ini mencakup transkrip wawancara, catatan lapangan, foto video, dokumen dan data lainnya.
- c. Lebih mementingkan proses dari pada hasil, sesuai dengan latar yang bersifat alami, peneliti kualitatif lebih memperhatikan aktivitas-aktivitasnya sehari-hari, prosedur-prosedur dan interaksi yang terjadi.
- d. Analisis dalam penelitian kualitatif cenderung dilakukan secara induktif, penelitian kualitatif tidak mencari bukti untuk menerima

<sup>68</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 120

<sup>69</sup> Neong Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Reke Sarasian, 1994), hal.

atau menolak suatu hipotesis yang dirumuskan sebelum terjun ke lapangan.

- e. Makna merupakan hal yang esensial dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif mementingkan apa yang disebut perspektif partisipan (*participant perspective*), sehingga penelitian dapat menonjolkan situasi yang dinamik (*innerdynamic of situation*).<sup>70</sup>

Berdasarkan paparan di atas dapat dikatakan bahwa Penelitian Kualitatif mempunyai karakteristik pokok mementingkan makna, konteks, lebih bersifat siklus. Pengumpulan dan analisa data berlangsung secara simultan, lebih mementingkan kedalaman ketimbang keluasan penelitian.

Dalam penelitian yang dilakukan ini, peneliti menggunakan tindakan *kalaboratif partisipatoris* yaitu: peneliti bekerja sama dengan stakeholders kampus. Dalam hal ini peneliti terjun langsung dalam merencanakan, mengidentifikasi masalah sampai berakhirnya penelitian ini. Dengan demikian kehadiran peneliti dalam penelitian ini mutlak, karena semua kegiatan yang peneliti lakukan selalu bekerja sama dengan semua warga madrasah untuk menentukan langkah-langkah yang harus dilakukan demi lancar dan berhasilnya penelitian ini.

Pada penelitian ini, peneliti mengamati individu atau unit secara mendalam dan mencari faktor-faktor yang dapat menjelaskan kondisi obyek dan obyek yang diteliti. Penelitian kualitatif lebih mengehndaki arah bimbingan penyusunan teori subyektif berdasarkan data baik melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Jadi penelitian ini bertujuan untuk

---

<sup>70</sup> Wahid Murni dan Nur Ali, *Penelitian Tindakan Kelas, pendidikan Agama dan Umum, Disertai Contoh Hasil Penelitian*, (Malang: UIN Press, 2008), hal. 31

menyajikan uraian diskriptif tentang bagaimana “manajemen humas dalam menarik minat masyarakat”.

## **B. Kehadiran Peneliti**

Pada penelitian kualitatif, peneliti sendiri merupakan pengumpul data utama, hal ini sebagaimana dinyatakan oleh Lexy Moleong, bahwa:

Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif cukup rumit. Ia sekaligus merupakan perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsir data, dan pada akhirnya ia menjadi pelapor hasil penelitiannya. Pengertian instrumen atau alat penelitian disini tepat karena ia menjadi segalanya dari keseluruhan proses peneliti.<sup>71</sup>

Maksudnya kehadiran peneliti disamping sebagai instrumen juga menjadi faktor penting dalam seluruh kegiatan penelitian ini. Karena kedalaman serta ketajaman menganalisis data tergantung pada peneliti. Dengan demikian kehadiran peneliti dalam penelitian ini sangatlah mutlak, untuk semua kegiatan penelitian serta dalam bekerja sama dengan semua warga madrasah demi menentukan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk kelancaran dan berhasilnya penelitian ini, dan juga dapat memberikan sumbangan demi kemajuan madrasah yang diteliti.

Peneliti berada dilokasi penelitian pada tanggal 28 Juni 2020 sampai 8 Juli 2020, peneliti disambut dengan baik oleh pihak kampus terkait dengan menjadikan IAIN madura sebagai objek penelitian tugas akhir. Pada proses penelitian peneliti mendapatkan kontribusi dari para informan, yang sangat bermanfaat dalam penelitian ini.

---

<sup>71</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hal. 121

### C. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menjadikan Institut Agama Islam Negeri Madura sebagai objek penelitian yang terletak di Jln. Pahlawan NO. 04 Kabupaten Pamekasan Provinsi Jawa Timur yang merupakan satu-satunya perguruan tinggi Islam negeri yang ada di Madura.

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Wahid Murni dan Nur Ali, bahwa:

Pemilihan lokasi penelitian hendaknya didasarkan pada pertimbangan kemenarikan, keunikan dan kesesuaian dengan topik yang dipilih. Lokasi hendaknya diuraikan secara jelas, semisal: letak geografis (jika perlu disertakan peta lokasi), suasana sehari-hari lokasi penelitian dan informasi lain yang dianggap perlu untuk dikemukakan.<sup>72</sup>

### D. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti berperan sebagai perencana, pelaksana, pengumpul data, dan sekaligus melaporkan hasil penelitian. Untuk itu peneliti berusaha bersikap sebaik mungkin, hati-hati, jujur dan bersungguh-sungguh dalam menjangkau data sesuai dengan kenyataan di lapangan, sehingga data yang terkumpul benar-benar relevan dan terjamin keabsahannya. Menurut Moleong ciri-ciri umum manusia sebagai instrumen mencakup segi responsif, dapat menyesuaikan diri, menekankan keutuhan, mendasarkan atas pengetahuan, memproses data secepatnya, memanfaatkan kesempatan untuk mengklasifikasi, serta memanfaatkan kesempatan mencari respon yang tidak lazim.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Wahid Murni & Nur Ali, *penelitian Tindakan Kelas, Pendidikan Agama dan Umum: Disertai Contoh Hasil Penelitian*, (Malang: UIN Maliki Press, 2008), hal. 32

<sup>73</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2002), hal. 121

Karena peneliti berperan sebagai instrumen utama, maka penyesuaian diri dengan situasi dan kondisi latar penelitian sangat menentukan efektifitas, efisiensi bahkan keberhasilan penelitian. Untuk itu peneliti berusaha menciptakan kondisi yang baik dengan para personalia madrasah dengan cara bergaul secara aktif setiap hari, mengikuti peraturan atau norma atau hukum yang dibuat oleh mereka dan sebagainya.

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa penelitian ini, peneliti menjadi instrumen kunci, namun dalam pelaksanaannya, peneliti juga menggunakan instrumen tambahan, berupa pedoman wawancara, pedoman observasi dan pedoman dokumentasi.

Pedoman **wawancara** merupakan lembar acuan yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang dirancang oleh peneliti untuk mengetahui manajemen humas dalam menarik minat masyarakat. Pedoman tersebut secara garis besar berisi tentang pertanyaan seputar manajemen humas dalam proses perencanaan, strategi pelaksanaan, bentuk pengawasan dan evaluasi. Pedoman wawancara tersebut dapat berkembang sesuai situasi dan kondisi pada saat wawancara dilakukan.

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan terhadap informan yang diteliti dengan tujuan untuk mendapatkan suatu data yang jelas. Adapun untuk kelengkapan pedoman wawancara akan disertai dengan jawaban secara tertulis, hal ini bisa dilihat pada lampiran yang disediakan oleh peneliti.

Pedoman **observasi** merupakan alat untuk memudahkan peneliti dalam mengambil data secara lengkap pada waktu berlangsungnya proses

penelitian. Pedoman observasi peneliti gunakan untuk mengetahui obyek atau tempat berlangsungnya peristiwa, yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, seperti melalui foto.

Pedoman **dokumentasi** dihunakan untuk menggali data terkait dengan sejarah profil, program-program dan dokumen lain yang dianggap penting dan mendukung hasil penelitian, seperti: struktur organisasi madrasah, uraian tugas, dan mekanisme kerja (*job description*) pengelola dan tenaga administrasi dan hal-hal lain yang terkait dengan penelitian ini. Pedoman dokumentasi ini secara rinci diperoleh dari obyek penelitian meliputi: 1) sejarah berdirinya IAIN Madura, 2) visi-misi dan tujuan, 3) keadaan geografis, 4) budaya-budaya madrasah, 5) struktur organisasi, 6) kualifikasi dosen, 8) data jumlah dosen dan mahasiswa, 9) dan lain-lain yang memiliki hubungan dengan penelitian ini

#### **E. Data dan Sumber Data**

Sumber data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang sesuai dengan fokus penelitian tentang manajemen humas dalam menarik minat masyarakat di IAIN Madura.

Data yang dikumpulkan tersebut dapat bersifat *deksirptif* dalam bentuk kata atau gambar.<sup>74</sup> Data bisa didapat dari hasil interview, catatan lapangan, foto, dokumen dan data lainnya.<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Wahid Murni, *Menulis Proposal dan Laporan Penelitian Lapangan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, Skripsi, Tesis dan Disertasi* (Malang: UIN Program Pasca Sarjana, 2008), hal 31

<sup>75</sup> Robert Bogdam dan Sari R. Biklen, *Qualitative Resreach for ducation An Introduction to Theory and Methodes* (Boston: Allyn and Bacon, 1982), hal 2-3

Sehubungan dengan wilayah sumber data yang dijadikan sebagai subyek penelitian ini ada dua yaitu:

#### 1. Sumber Data Primer

Data yang diperoleh dari sumbernya secara langsung, diamati dan dicatat secara langsung, seperti, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam hal ini data primer merupakan data yang bersumber dari informan yang mengetahui secara jelas dan rinci mengenai masalah yang sedang diteliti. Kata-kata atau ucapan lisan dan perilaku manusia merupakan data utama atau data primer dalam suatu penelitian.

#### 2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari data yang sudah ada dan mempunyai hubungan masalah yang diteliti yaitu meliputi literatur-literatur yang ada.

Sumber sekunder dapat juga diartikan sumber dari bacaan. Maksudnya data yang digunakan untuk melengkapi data primer yang tidak diperoleh secara langsung dari kegiatan lapangan. Data ini biasanya dalam bentuk surat-surat pribadi, kitab harian, notulen rapat, samapi dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah.

Mengenai data sekunder yang diperkirakan ada kaitannya dengan fokus penelitian antara lain dokumen tentang humas, kemahasiswaan, sarana prasarana, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini informan ditetapkan sebagai berikut:

- a) Rektor IAIN Madura, b) Pembantu Rektor, c) Kasubag Humas, d) Dosen, e) Mahasiswa, d) Masyarakat.

## F. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan penelitian ini, yaitu pengambilan data dilakukan secara langsung di lapangan, maka penulis dalam mengungkapkan suatu data menggunakan teknik observasi, interview dan dokumentasi yang diuraikan sebagai berikut:

### 1. Observasi

Metode observasi merupakan metode pengumpulan data dengan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fakta-fakta yang diselidiki. Sutrisno Hadi mengatakan bahwa: “observasi adalah metode ilmiah yang diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis terhadap fenomena yang diselidiki.”<sup>76</sup> Sedangkan Suharsimi Arikunto mengemukakan bahwa: “observasi atau disebut juga dengan pengamatan meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan segala indra”.<sup>77</sup>

Mengenai observasi Sanafiah Faisal membaginya menjadi tiga bagian yaitu: observasi partisipasi (*partisipan observasi*), observasi yang secara terang-terangan dan tersamar (*over observation* dan *covert observation*), dan observasi yang tak berstruktur (*unstructured observation*).

<sup>76</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research II* (Jakarta: Andi Ofset, 1991), hal. 136

<sup>77</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka ipta, 2002), hal 158



- a. Observasi partisipasi, yakni peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber penelitian.
- b. Observasi terang dan tersamar, peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Tetapi dalam suatu waktu peneliti juga tersamar dalam observasi, ini dilakukan apabila suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan.
- c. Observasi tak berstruktur, observasi ini dilakukan karena fokus penelitian belum jelas. Observasi tidak berstruktur adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diteliti.

Dari tiga macam observasi tersebut, peneliti menggunakan observasi partisipan, ini karena observasi partisipan digunakan peneliti guna untuk mengumpulkan semua data yang berkaitan dengan penelitian. Sedangkan pada tahapan penelitian, peneliti menggunakan observasi terfokus dimana observasi telah dipersempit untuk memfokuskan aspek tertentu.

Adapun data yang didapatkan oleh peneliti antara lain adalah

- a. Kondisi IAIN Madura, mulai dari manajemen kehumasan sampai situasi lingkungan.
- b. Mengenai berbagai kegiatan humas IAIN Madura

## 2. Interview

Interview merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikondisikan makna dalam suatu topik tertentu. Susan Stainback mengemukakan bahwa: “dengan wawancara maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal tersebut tidak bisa ditemukan melalui observasi.

Berkaitan dengan model observasi penelitian, Esterbeg mengemukakan beberapa macam wawancara yang dapat dilakukan, yaitu:

### a. Wawancara terstruktur

Peneliti telah mempersiapkan beberapa instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya sudah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan peneliti mencatatnya.

### b. Wawancara semi terstruktur

Teknik wawancara dalam pelaksanaan yang lebih bebas dari pada wawancara terstruktur, dimana peneliti dalam melakukan wawancara penelitian perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan. Tujuannya adalah untuk menemukan permasalahan secara terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminati pendapat, dan ide-idenya.

c. Wawancara tak berstruktur

Wawancara tidak berstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Dari ketiga jenis tersebut, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua macam model wawancara, yaitu: wawancara terstruktur dan wawancara semi struktur dengan pertimbangan sebagai berikut:

- a. Dengan terstruktur dapat dipersiapkan sedemikian rupa pertanyaan-pertanyaan yang diperlukan agar hanya fokus mengulas pokok-pokok permasalahanyang akan diteliti.
- b. Dengan semi struktur diharapkan akan tercipta nuansa dialog yang lebih akrab dan terbuka sehingga diharapkan adat yang didapatkan valid dan mendalam.

Metode ini digunakan untuk mendapatkan data tentang manajemen humas dalam menarik minat masyarakat di IAIN Madura, serta sesuatu yang berhubungan dengan penelitian ini.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode penelitian untuk memperoleh keterangan dengan cara memeriksa dan mencatat laporan dokumen yang ada. Menurut Djumhur dan Muhammad Surya, mengatakan bahwa:

“dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang telah didokumentasikan dalam buku-buku yang telah tertulis seperti, buku induk, buku pribadi, surat keterangan dan sebagainya”.<sup>78</sup>

Metode dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan manajemen humas dalam menarik minat masyarakat di IAIN Madura, serta segala hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

### G. Analisis Data

Pada penjelasan sebelumnya peneliti mengemukakan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan demikian analisis dalam penelitian ini juga menggunakan jenis analisis data dengan pendekatan kualitatif. Dalam hal ini Wahid Murni mengatakan bahwa:

Analisis data dalam penelitian kualitatif, hendaknya diuraikan dengan proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip-transkrip wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain agar peneliti dapat menyajikan bahan temuannya. Analisis data ini melibatkan pengerjaan, pengorganisasian, pemecahan dan sintesis data serta pencarian pola, pengungkapan hal penting, dan penentuan apa yang dilaporkan. Dalam penelitian kualitatif analisis data dilakukan pada waktu selama dan setelah pengumpulan data.<sup>79</sup>

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa analisis data merupakan proses mencari dan mengatur secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain yang dipahami oleh peneliti. Kegiatan analisis dilakukan dengan menelaah data, menata data, membagi menjadi satuan-satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang bermakna dan apa yang

<sup>78</sup> Djumhur, *Bimbingan dan Penyuluhan di Sekolah* (Bandung CV Ilmu, 1975), hal. 64

<sup>79</sup> Wahid Murni, *Cara Mudah Menulis Proposal dan Laporan Penelitian Lapangan, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif (Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*, (Malang: UIN Press, 2008), hal 52

diteliti dan dilaporkan secara sistematis. Data itu sendiri terdiri dari deskripsi yang rinci mengenai situasi, peristiwa, orang, interaksi, dan perilaku. Dengan kata lain data merupakan suatu deskripsi dari pertanyaan-pertanyaan seseorang tentang persepektif, pengalaman suatu hal, sikap, keyakinan dan pikirannya serta petikan-petikan isi dokumen yang berkaitan dengan suatu program.

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, serta tranformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan, dan reduksi data berlangsung secara kontinu selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung.<sup>80</sup>

Awalnya data yang diperoleh di lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan terinci, selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi, selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, menulis memo). Reduksi data ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan sampai laporan akhir lengkap tersusun.

#### 2. Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman dalam Lexy J. Meloeng mengatakan bahwa: Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dalam penelitian ini juga

---

<sup>80</sup> Wahid Murni, *Cara Mudah Menulis Proposal dan Laporan Penelitian Lapangan, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif (Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*, (Malang: UIN Press, 2008), hal. 54

dimaksudkan untuk menemukan suatu makna dari data-data yang telah diperoleh, kemudian disusun secara sistematis dari bentuk informasi yang kompleks menjadi sederhana namun selektif.<sup>81</sup>

### 3. Verifikasi (Menarik Kesimpulan)

Setelah memadainya dokumen diskripsi yang akurat tentang fenomena sosial yang relevan, barulah peneliti dapat menghipotesiskan jalinan hubungan diantara fenomena-fenomena yang ada, kemudian mengujinya menggunakan versi data yang lain.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa verifikasi data dilakukan secara terus menerus sejak awal penelitian dan selama proses penelitian. Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan dalam memberi kesimpulan terhadap hasil penafsiran dan evaluasi dengan tujuan memberi jawaban terhadap permasalahan dengan didukung hasil temuan selama penelitian yang dilakukan melalui tahapan-tahapan yang telah ditentukan. Data-data hasil temuan yang telah direduksi, dibuat sebuah kesimpulan kemudian dilakukan pembahasan.

## H. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data sangat perlu dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dapat di pertanggung jawabkan secara ilmiah. Serta merupakan suatu langkah untuk mengurangi kesalahan dalam proses perolehan data penelitian yang tentunya akan berimbas terhadap hasil akhir dari suatu hasil penelitian.

---

<sup>81</sup> Lexy J. Meloeng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 45

Dalam proses pengecakan keabsahan data pada penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik pengujian data sebagai berikut:

#### 1. Perpanjangan Keikutsertaan

Dalam penelitian kualitatif, peneliti langsung terjun ke lapangan dan ikut serta dalam kegiatan-kegiatan subyek penelitian. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan waktu yang lebih lama dari sekedar untuk melihat dan mengetahui tentang subyek penelitian. Dengan perpanjangan keikutsertaan ini berarti peneliti tinggal di lapangan penelitian sampai data yang dikumpulkan banyak.<sup>82</sup>

Dengan demikian dapat diketahui bahwa perpanjangan keikutsertaan yang dimaksud adalah perpanjangan masa penelitian. Cara ini peneliti lakukan agar dapat memperoleh cukup waktu untuk melaksanakan observasi dan pengamatan secara terus menerus terhadap subyek penelitian guna mempertajam dan memperdalam pemahaman peneliti tentang data yang diperoleh melalui berbagai peristiwa yang terjadi. Cara ini sangat bermanfaat untuk memperoleh bukti yang lebih lengkap, terinci dan mendalam serta untuk memeriksa konsistensi dan tindakan atau motivasi para informan.

#### 2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan dimaksudkan untuk menentukan data dan informasi yang relevan dengan persoalan yang sedang dicari oleh peneliti, kemudian peneliti memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.

---

<sup>82</sup> Lexy J. Meloeng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 327

### 3. Triangulasi

Triangulasi dilakukan dengan cara membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari informan yang satu keinformasi lainnya. Misalnya dari rektor yang ke wakil rektor, dari rektor ke kasubag humas dan lain sebagainya.

Dalam pengecekan keabsahan data pada penelitian ini, penulis juga menggunakan triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut bagi keperluan pengecekan atau sebagai bahan perbandingan terhadap data tersebut. Untuk pengecekan data melalui perbandingan terhadap data dari sumber lainnya.<sup>83</sup>

Triangulasi teknik adalah triangulasi teknik untuk mengkaji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data dengan sumber yang sama. Dalam penelitian ini peneliti berusaha membuktikan data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.<sup>84</sup> Triangulasi dilakukan dengan maksud untuk mengecek kebenaran data tertentu dan membandingkannya dengan data yang diperoleh dari sumber lain pada berbagai fase penelitian lapangan pada waktu yang berlainan dan menggunakan teknik yang lain.

---

<sup>83</sup> Lexy J. Meloeng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hal.330

<sup>84</sup> Lexy J. Meloeng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hal.178



## BAB IV

### PAPARAN DAN HASIL PENELITIAN

#### A. Profil IAIN Madura

##### 1. Sejarah IAIN Madura

Secara historis, keberadaan IAIN Madura tidak bisa dipisahkan dari dua lembaga yang mendahului, yaitu Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel di Pamekasan (1966) dan STAIN Pamekasan (1997).

###### 1) Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel

Keinginan masyarakat Madura untuk memiliki perguruan tinggi Islam terjawab, dengan dibukanya Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI) Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel cabang Pamekasan, pada tanggal 20 Juli 1966 (bertepatan dengan tanggal 2 Rabi'ul Akhir 1386 Hijriyah) berdasar Keputusan Menteri Agama RI Nomor 39 Tahun 1966.

Pada awal berdiri sampai tahun 1977, kegiatan pendidikan menumpang di gedung Pendidikan Guru Agama Negeri/PGAN Pamekasan (sekarang Madrasah Aliyah Negeri/MAN 2 Pamekasan) di Jalan KH. Wahid Hasyim 28 Pamekasan. Mulai tahun 1977 Fakultas Tarbiyah Pamekasan ini memiliki gedung sendiri yang dibangun di atas tanah seluas ±5.000 m<sup>2</sup> yang berlokasi di Jalan Brawijaya Nomor 5 Pamekasan.

Sejak berdiri sampai awal tahun 1987, fakultas cabang ini hanya menyelenggarakan satu jurusan, yaitu Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI)

untuk Program Sarjana Muda, yang lulusannya bergelar Bachelor of Arts (BA). Kemudian, sejak 1988 program sarjana muda dihapus dan beralih ke Program Sarjana (S-1). Perubahan menjadi program sarjana dimaksudkan untuk meningkatkan mutu lulusan sesuai kebutuhan masyarakat dan tuntutan zaman.

## 2) STAIN Pamekasan

Setelah ± 31 tahun menjadi fakultas cabang IAIN Sunan Ampel, pemerintah mengubah status Fakultas Tarbiyah menjadi perguruan tinggi mandiri, dengan nama Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Pamekasan (STAIN Pamekasan). Perubahan status ini berdasar Keputusan Presiden RI Nomor 11 tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, tanggal 21 Maret 1997 bertepatan dengan 12 Dzulq'adah 1417 Hijriyah. Tugas pokok STAIN, menurut keputusan tersebut, adalah menyelenggarakan pendidikan tinggi, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat di bidang ilmu pengetahuan agama Islam sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Perubahan fakultas cabang menjadi STAIN tidak bisa dipisahkan dengan keluarnya Peraturan Pemerintah Nomor 30/1990 tentang Pendidikan Tinggi, yang tidak memberi ruang berdirinya fakultas cabang di daerah. Jenis perguruan tinggi menurut peraturan tersebut, berbentuk universitas, institut, sekolah tinggi, akademi, dan politeknik. Selain itu, selama menjadi fakultas cabang, ruang geraknya sangat terbatas karena sebagian besar kebijakan ditentukan IAIN induk. Maka, setelah menjadi lembaga mandiri, STAIN memiliki hak otonom lebih luas

dan lebih leluasa dalam merespon tuntutan masyarakat dan perkembangan zaman.

Terbukti, sejak menjadi lembaga mandiri, STAIN terus berkembang menjawab kebutuhan masyarakat dan tuntutan zaman. Jika selama menjadi fakultas cabang, hanya memiliki satu jurusan/program studi, maka secara bertahap dan pasti STAIN terus menambah jurusan dan program studi. Saat ini, satu-satunya perguruan tinggi Islam negeri di Pulau Madura ini telah memiliki tiga jurusan dan pascasarjana, dengan menyelenggarakan 18 program studi, sebagaimana akan diurai dalam tabel selanjutnya.

### 3) IAIN Madura

Usia STAIN telah berjalan  $\pm$  20 tahun (1997-2017). Selama menjadi STAIN, beragam upaya dan prestasi telah diraih, dan masyarakat pun terus merespon positif keberadaan STAIN Pamekasan. Akhirnya, keberadaan STAIN yang—menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi—bertugas menyelenggarakan pendidikan tinggi “dalam satu rumpun ilmu pengetahuan”, tidak memadai lagi untuk menjawab kebutuhan masyarakat, kebutuhan pembangunan nasional, pertumbuhan jumlah mahasiswa, dan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Atas dasar kebutuhan di atas, dilakukan ikhtiar alih status dari STAIN Pamekasan menjadi Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN Madura). Ikhtiar ini dilakukan agar kewenangan lembaga ini lebih luas. Jika STAIN hanya berwenang menyelenggarakan pendidikan tinggi dalam “satu rumpun ilmu pengetahuan tertentu”, maka ketika menjadi IAIN kewenangannya lebih luas,

yakni menyelenggarakan pendidikan tinggi dalam “sejumlah rumpun ilmu pengetahuan tertentu”. Berbagai upaya dilakukan untuk mewujudkan alih status tersebut.

Alhamdulillah, usul 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 & Hak Asasi Manusia Nomor 51 tahun 2018, pada tanggal 7 April 2018. Sejak diundangkan di lembaran negara, maka IAIN Madura resmi menggantikan STAIN Pamekasan.

#### 4) Fakultas dan Program Studi

Berdasar Peraturan Menteri Agama No. 34 tentang Ortaker IAIN Madura, jumlah fakultas dan program studi adalah sebagai berikut:

##### 1. Fakultas Tarbiyah

- PS. Pendidikan Agama Islam (S.Pd)
- PS. Pendidikan Bahasa Arab (S.Pd)
- PS. Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (S.Pd)
- PS. Pendidikan Islam Anak Usia Dini (S.Pd)
- PS. Manajemen Pendidikan Islam (S.Pd)
- PS. Bimbingan dan Konseling Pend. Islam (S.Pd)
- PS. Tadris Bahasa Inggris (S.Pd)
- PS. Tadris Bahasa Indonesia (S.Pd)
- PS. Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial (S.Pd)

##### 2. Fakultas Syariah

- PS. Hukum Keluarga Islam/Ahwal al-Syakhsyiyah (S.H)
- PS. Hukum Ekonomi Syariah (S.H)

### 3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- PS. Perbankan Syariah (S.E)
- PS. Ekonomi Syariah (S.E)
- PS. Akuntansi Syariah (S.Akun)

### 4. Fakultas Ushuludin dan Dakwah

- PS. Ilmu al-Qur'an dan Tafsir (S.Ag)
- PS. Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos)

### 5. Pascasarjana

- PS. Magister Pendidikan Agama Islam (M.Pd)
- PS. Magister Hukum Keluarga Islam (M.H)

Sejak awal pendiriannya hingga saat ini, STAIN telah mengalami delapan kali estafeta kepemimpinan, yaitu: 1) Drs. H. Munir S.A, 20 Juli 1966 sampai 1 Maret 1970; 2) Drs. H. Djawahir Syamsuri, 1 Maret 1971 sampai 12 Oktober 1983; 3) Drs. H. Bustami Said, 12 Oktober 1983 sampai 1 November 1991; 4) Drs. H. Dimjati, 1 November 1991 sampai 21 Agustus 1998; 5) Drs. H. Moh. Zaini, 21 Agustus 1998 sampai 24 Juli 2000; 6) Drs. H. Bustami Said, 24 Juli 2000 sampai 11 Agustus 2004; 7) Dra. Hj. Mariatul Q.H.A.R., M.Ag, 10 Agustus 2004 sampai 8 Agustus 2008; 8) Dr. Idri, M.Ag, 8 Agustus 2008 sampai dengan 16 Oktober 2012; 9) Dr. H. Taufiqurrahman, M.Pd, 16 Oktober 2012 sampai dengan 16 Oktober 2016; 10) Dr. H. Mohammad Kosim, M.Ag, 16 Oktober 2016 sampai sekarang.

## 2. Visi, Misi, dan Tujuan

Sebagai lembaga pendidikan tinggi, IAIN Madura dikelola dan dikembangkan atas landasan visi, misi, tujuan, dan strategi sebagai berikut:

### 1. VISI : Religius dan Kompetitif

### 2. MISI

a) menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran yang religius dan kompetitif guna menghasilkan lulusan yang islami, moderat, kompeten, mandiri, berdaya saing, dan cinta tanah air; b) menyelenggarakan penelitian dan pengkajian ilmu pengetahuan dan teknologi keagamaan Islam yang religius dan kompetitif, guna mewujudkan pengembangan ilmu, kemaslahatan umat, dan daya saing bangsa; c) menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi keagamaan Islam yang religius dan kompetitif, guna mewujudkan masyarakat yang mandiri, produktif, sejahtera, dan islami;

### 3. TUJUAN

a) menghasilkan lulusan yang religius, moderat, kompeten, mandiri, berdaya saing, dan cinta tanah air; b) menghasilkan karya ilmiah dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi keagamaan Islam yang religius dan kompetitif, guna mewujudkan pengembangan ilmu dan teknologi, serta untuk meningkatkan kemaslahatan umat dan daya saing bangsa; c) menghasilkan karya pengabdian kepada masyarakat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi keagamaan Islam yang religius dan kompetitif, guna mewujudkan masyarakat yang mandiri, produktif, sejahtera, dan islami;

## B. Paparan Data Penelitian

### 1. Fungsi Manajemen Hubungan Masyarakat di IAIN Madura

Manajemen hubungan masyarakat di sangat berperan penting dalam membangun komunikasi kepada publik. Sebuah proses manajemen tentu tidak terlepas dari serangkaian proses mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan juga evaluasi. Begitu juga yang dilakukan oleh humas IAIN Madura dalam kegiatan manajemennya.

Hubungan masyarakat di IAIN Madura bertugas bagaimana menjalin relasi yang baik dengan masyarakat dan berbagai instansi terkait, serta bertugas untuk melakukan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat terhadap IAIN Madura. Proses hubungan masyarakat yang dilakukan IAIN Madura dilakukan oleh KASUBAG bagian humas.

Sebagaimana penjelasan yang dikemukakan oleh Wakil Rektor III sebagaimana penjelasan berikut:

“Keberadaan humas disini dibidangi bagian Kasubag Humas, yang berfungsi sebagai wadah untuk membangun komunikasi antara kampus dan pihak luar kampus atau instansi terkait. Bidang humas melakukan relasi-relasi dengan baik dengan pihak luar kampus, jadi proses keberadaan humas disini secara fungsional sudah terlaksana dengan baik”<sup>85</sup>

Pernyataan diatas diperkuat oleh keterangan yang disampaikan oleh Wakil Rektor II sebagaimana berikut:

“ya, memang humas di kampus ini dibawah tanggungjawab Kasubag Humas, hubungan masyarakat yang kami maksud adalah proses hubungan yang dibangun kampus dengan masyarakat secara

---

<sup>85</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Hasan, (Pamekasan, 1 Juli 2020), pkl 10.00-11.00 WIB

baik, terjalinnya hubungan baik antara kampus dan masyarakat itulah merupakan fungsi dan peran hubungan masyarakat, melalui hubungan masyarakat yang telah kami bangun memiliki pengaruh terhadap kampus dengan banyaknya peminat dari masyarakat untuk memasukkan putra-putrinya untuk kuliah disini.”<sup>86</sup>

Kaberadaan hubungan masyarakat di IAIN Madura diperankan oleh bagian Kasubag humas dengan menjalin komunikasi dan kerjasama dengan pihak luar kampus, dengan masyarakat maupun instansi-instansi terkait, hubungan yang baik antara kampus dengan pihak luar kampus memberikan dampak positif terhadap hubungan masyarakat itu sendiri, hubungan masyarakat merupakan bagian penting dari sebuah organisasi. Meskipun keberadaan humas dan perannya harus lebih dioptimalkan, namun hubungan masyarakat yang dilakukan oleh bagian kasubag humas terjalin dengan baik dan harmonis dengan publik luar kampus.

Hubungan masyarakat juga berusaha untuk menjadi penghubung antara kampus dan masyarakat dengan sebaik. Humas harus selalu berusaha untuk selalu bersikap ramah dan baik terhadap masyarakat dan melayaninya dengan sebaik mungkin.

Keterangan yang sama juga dikemukakan oleh kasubag humas, berikut penjelasannya:

“hubungan masyarakat di IAIN Madura merupakan tanggungjawab bagian kasubag humas, hubungan masyarakat selama ini kami jalankan dengan baik, kami berkomitmen bahwa hubungan dengan masyarakat sangatlah penting dan harus dilakukan sebaik mungkin, karena sasaran kami adalah masyarakat dan pihak instansi terkait yang berada dilura kampus. Intinya kalau menurut saya

---

<sup>86</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Norhasan, (Pamekasan, 1 juli 2020), pkl 09.00-09.30



hubungan masyarakat harus memberikan timbal balik positif terhadap kampus dan juga masyarakat”<sup>87</sup>

Secara umum peran hubungan masyarakat yang dilakukan oleh bidang kasubag humas sebagaimana yang dikemukakan oleh Rektor IAIN

Madura bahwa:

“peran hubungan masyarakat yang ada disini adalah yang pertama menyampaikan informasi kepada publik atau masyarakat, dan juga sebagai fasilitator yang berkaitan dengan hubungan antara kampus dan masyarakat, baik itu masyarakat internal dan juga masyarakat eksternal”<sup>88</sup>

Pernyataan diatas juga diperkuat oleh kasubag bagian humas IAIN Madura sebagaimana penjelasan berikut:

“jadi kalau mengenai tentang peran hubungan masyarakat tentunya berkaitan dengan kinerja yang dilakukan oleh bidang kasubag humas, sejauh ini peran hubungan masyarakat yang dilakukan adalah memberi informasi kepada masyarakat, kemudian melakukan kerjasama serta menjadi fasilitator kampus untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat, seperti halnya mengadakan pertemuan-pertemuan”<sup>89</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diipahami bahwa peran hubungan masyarakat merupakan perilaku yang dilakukan berkaitan dengan hubungan kampus dan publik. Peran hubungan masyarakat di IAIN Madura adalah memberikan informasi kepada publik. Adanya hubungan masyarakat yang dilakan oleh kampus dan publik tentunya sudah terjadi proses penyampaian informasi, memberikan informasi kepada publik merupakan tindakan yang dilakukan untuk mendapatkan sebuah perhatian dari publik yang pada akhirnya akan meningkatkan minat dari masyarakat terhadap kampus.

<sup>87</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mustajab, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 09.00-10.00 WIB

<sup>88</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mohammad Kosim, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 08.00-09.00 WIB

<sup>89</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mustajab, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 09.00-10.00 WIB

Dengan demikian, dari hasil wawancara diatas peneliti simpulkan bahwa penyampaian informasi terhadap masyarakat merupakan peran dari hubungan masyarakat dalam menarik minat publik, segala bentuk informasi dan program tidak boleh bertentangan dengan nilai masyarakat, sehingga masyarakat akan mudah menerima dan melakukan kerjasama dengan baik, peran hubungan masyarakat di IAIN Madura terlihat dari informasi yang selalu aktif diberikan kepada masyarakat dengan berbagai media yang digunakan, dengan adanya informasi yang diberikan kepada masyarakat maka akan menimbulkan reaksi positif terhadap kampus.

a. Perencanaan Humas di IAIN Madura

Di IAIN Madura, dalam manajemen humas melakukan tahapan perencanaan sebagai langkah awal dalam setiap kegiatannya serta dalam menyusun programnya. Hal ini disampaikan oleh Kasubag humas IAIN Madura sebagai berikut:

“sebagai langkah awal dari manajemen humas disini, dalam bentuk rapat, yang mana rapat tersebut dilakukan dalam menyusun program, baik ditingkat pimpinan maupun jajaran senat, selain itu rapat juga dilaksanakan ditingkat fakultas dan program studi, kemudian mengenai waktunya ada yang dilaksanakan setiap bulan, ada setiap semester, serta ada yang dilakukan setiap tahun, biasanya dilaksanakan pada penerimaan mahasiswa baru”<sup>90</sup>

Hal yang sama juga dikemukakan oleh wakil rektor III bagian kerjasama dan kemahasiswaan sebagai berikut:

“sebagai bagian kerjasama dan kemahasiswaan warek III disamping melakukan rapat ditingkat pimpinan, fakultas dan prodi, kami bersama kasubag humas juga melibatkan mahasiswa untuk juga

<sup>90</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mustajab, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 09.00-10.00 WIB

memberikan pendapat terkait dengan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan, baik kegiatan-kegiatan yang ada diluar kampus maupun kegiatan yang ada didalam kampus”<sup>91</sup>

Yang menjadi alat untuk memberikan informasi dalam kegiatan rapat perencanaan yang dilakukan oleh IAIN Madura yaitu dengan menggunakan surat undangan, sebagaimana yang dikemukakan oleh bagian administrasi:

“setiap ada kegiatan rapat kami selalu diperintahkan untuk membuat surat undangan, kepada pihak-pihak yang diundang dalam rapat tersebut”

Perencanaan hubungan masyarakat yang dilakukan oleh IAIN Madura dilakukan secara musyawarah atau rapat baik ditingkat pimpinan, tingkat fakultas, tingkat prodi serta pada tingkat mahasiswa. Sedangkan mengenai waktu rapat mulai dari setiap bulan, semester, dan setiap tahunan. Dalam mengkomunikasikan informasi mengenai rapat media yang digunakan adalah surat undangan. Unsur penting dalam perencanaan ini adalah adanya musyawarah disetiap kegiatan rapat, dengan memberikan kesempatan kepada semua pihak untuk memberikan sumbangsih pendapat yang terbaai, sehingga dalam setiap kegiatan yang dilakukan terlaksan dengan baik.

Dalam melakukan perencanaan program humas dalam menarik minat masyarakat, IAIN Madura merencanakan program yang menarik dan dapat memberikan efek positif kepada publik. Adapun program humas IAIN Madura adalah seabagai berikut:

---

<sup>91</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mohammad hasan, (Pamekasan, 1 juli 2020), pkl 09.00-09.30

### 1) Menjalين kerjasama

menjalين kerjasama yang baik akan meningkatkan solidaritas antara kampus dengan publik. Dalam menarik minat masyarakat yang dilakukan IAIN Madura melalui kerjasama yang baik, adanya kerjasama yang baik dengan publik maka akan mendapatkan respon positif terhadap kampus, sebagaimana yang dikemukakan oleh Warek III sebagai berikut:

“Dalam menarik minat masyarakat, kami selalu melakukan kerjasama yang baik dengan pihak luar, kerjasama tersebut kami lakukan dengan pihak terkait, dari lembaga pemerintahan, lembaga pendidikan, sampai ke lembaga desa, dengan adanya kerjasama tersebut mendapat respon yang positif, misalnya dibidang pendidikan, mahasiswa yang semester tujuh melakukan praktik mengajar, dengan hal ini banyak lembaga yang mau bekerjasama dengan kami”<sup>92</sup>

Dari paparan tersebut diatas hubungan masyarakat yang dilakukan IAIN Madura melalui kerjasama dengan instansi diluar, kerjasama yang telah dibangun merupakan langkah untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat, menjallin kerjasama dengan lembaga pendidikan untuk mendapat kepercayaan terhadap IAIN Madura, namun tidak hanya itu kerjasama yang dikembangkan, kerjasama juga dibidang kesehatan, pengabdian masyarakat, keagamaan, dan juga keamanan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh kasubag humas IAIN Madura:

“Benar, kami selalu melakukan kerjasama yang baik dengan pihak luar, seperti lembaga pendidikan dan juga kesehatan, namun tidak hanya itu kami juga kerjasama rutin, yaitu kerjasama dengan desa-desa misalkan dalam penempatan peserta kuliah pengabdian masyarakat, kerjasama dengan tokoh agama, pertemuan rutin dengan wali mahasiswa, dengan adanya kerjasama tersebut mendapat respon yang positif, misalnya dibidang pendidikan, mahasiswa yang semester tujuh melakukan praktik

---

<sup>92</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mohammad hasan, (Pamekasan, 1 juli 2020), pkl 09.00-09.30

mengajar, dengan hal ini banyak lembaga yang mau bekerjasama dengan kami”<sup>93</sup>

Berdasarkan paparan tersebut, bahwa program humas dalam menarik minat masyarakat yang dilakukan IAIN Madura dengan memanfaatkan kerjasama dengan pihak luar kampus, kerjasama dibidang kesehatan, kerjasama keagamaan, kemudian kerjasama rutin antara kampus dan masyarakat seperti pertemuan wali mahasiswa, seperti kuliah pengabdian masyarakat. Hal tersebut sebagai upaya kampus untuk mempererat hubungan dengan pihak luar dengan harapan akan meningkatkan minat dari masyarakat.

Kerjasama yang dilakukan di IAIN Madura sebagaimana yang dipaparkan diatas dapat peneliti buktikan dengan hasil dokumentasi yang peneliti peroleh bahwa banyak kegiatan-kegiatan tentang kerjasama kampus dengan pihak luar, hal itu merupakan upaya yang digunakan IAIN Madura untuk membangun relasi dengan masyarakat.<sup>94</sup>

## 2) Promosi

Kemudian program humas yang kedua adalah promosi sebagai upaya menarik minat masyarakat terhadap kampus dan juga untuk memperkenalkan eksistensinya terhadap publik. Untuk dapat mempromosikan kampus dengan baik diperlukan diperlukan peran media yang akan membantu memberikan informasi-informasi kepada publik, media sangat penting dalam promosi, adanya media akan membantu dalam proses penyampaian informasi kepada publik.

---

<sup>93</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mustajab, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 09.00-10.00 WIB

<sup>94</sup> Penejelasan sebagaimana terlampir di lampiran

Memanfaatkan media merupakan upaya untuk menarik minat masyarakat, dengan melakukan kerjasama terlebih dahulu kepada media, media sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Sebagaimana penjelasan dari wark III sebagai berikut:

“kami melakukan kerjasama dengan media, bagi kami media merupakan salah satu langkah strategis untuk menarik minat masyarakat, dengan adanya publikasi media tentang program-program yang kami laksanakan, masyarakat mengetahui tentang IAIN Madura sehingga dengan sendirinya masyarakat akan memberikan penilaian sendiri, sementara saat ini publikasi yang kami lakukan melalui media cetak seperti koran, spanduk dan brosur. kalau media elektronik dan internet kami memanfaatkan website IAIN Madura sebagai sumber informasi”<sup>95</sup>

Pemanfaatan media sebagai sarana promosi di IAIN Madura dengan berkerjasama dengan berbagai media, namun tidak hanya itu sarana promosi di IAIN Madura tidak hanya mengandalkan media, akan tetapi juga memanfaatkan peran alumni karena alumni juga memiliki peran untuk mempromosikan kampus, peran alumni menjadi penting untuk mengangkat nama baik kampus. Sebagaimana yang dijelaskan oleh kasubag humas IAIN Madura sebagai berikut:

“memang benar, pemanfaatan media massa telah memberikan kontribusi terhadap minat masyarakat kepada IAIN Madura, kami selalu mengundang media ketika ada acara untuk meliput yang berkaitan dengan program kampus seperti media cetak dan internet, dan juga TV bekerjasama dengan madura channel. informasi yang kami sebar sebagai upaya untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap kampus, tidak hanya itu alumni juga berperan aktif dalam mempromosikan kampus dengan mengadakan acara rutin dibidang pendidikan, kesehatan, dan kemasyarakatan”

---

<sup>95</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mustajab, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 09.00-10.00 WIB

Dari beberapa pernyataan tersebut diatas program promosi hubungan masyarakat IAIN Madura dengan memanfaatkan peran media massa, baik media eletronik ataupun media cetak. Media merupakan bagian dari strategi IAIN Madura dalam menarik minat masyarkat, pemanfaatan media ini dilakukan dengan mengirimkan informasi yang berkaitan dengan kampus, baik media cetak ataupun media elektronik, sedangkan pada media online kerap kali digunakan oleh IAIN Madura untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, sebagaimana yang peneliti amati dalam beberapa media online jatim maupun lokal, ada informasi yang memuat tentang IAIN Madura misalnya seperti, dalam [www.timesindonesia.co.id](http://www.timesindonesia.co.id) memuat tentang “Rektor IAIN Madura keluarkan surat pemotongan UKT hingga 20 persen” berita tersebut merupakan bentuk pemanfaatan media massa yang dilakukan IAIN Madura untuk menarik perhatian dan minat dari masyarakat.

Kemudian, tidak hanya berfokus pada media dalam promosi akan tetapi juga memanfaatkan peran alumni, peran alumni IAIN Madura merupakan bagian dari upaya untuk menanamkan kepercayaan masyarakat terhadap IAIN Madura. Keterlibatan alumni sebagai upaya menarik perhatian masyarakat terlihat dari program yang dilaksanakan, adanya program tersebut menunjukkan akan peran alumni terhadap kampus cukup tinggi.

#### b. Pengorganisasian Program Humas di IAIN Madura

Pengorganisasian adalah proses pembagian tugas terhadap masing-masing komponen yang berkaitan dengan program humas sebagai upaya untuk

pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Dalam proses pengorganisasian yang dilakukan oleh humas di IAIN Madura sebagaimana yang dikemukakan oleh rektor IAIN Madura adalah sebagai berikut;

“dalam pembagian tugas kerjasama biasanya disesuaikan dengan divisi dan profesi yang sesuai dengan konteks kerjasama yang dilakukan, misalnya di fakultas tarbiyah melakukan kerjasama yang berkaitan dengan kemahasiswaan, maka yang bertanggungjawab adalah wakil dekan tiga fakultas tarbiyah begitu seterusnya”<sup>96</sup>

Hal tersebut diatas juga sejalan dengan pendapat Kasubag humas IAIN Madura sebagai berikut;

“betul, dalam proses pembagian tugas program humas kami selalu menyesuaikan dengan lembaga yang ingin bekerjasama, misalkan pada program yang bekerjasama dengan masyarakat seperti kuliah pengabdian masyarakat, maka yang bertanggungjawab adalah P3M karena kami di humas hanya sebagai fasilitator antara kampus dengan pihak luar”<sup>97</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas, maka pengorganisasian program humas di IAIN Madura disesuaikan dengan tugas masing-masing lembaga, sehingga dalam pelaksanaannya dapat dilakukan dengan mudah. Pada dasarnya humas di IAIN Madura adalah sebagai fasilitator demi lancarnya hubungan antara kampus dan pihak luar kampus.

c. Pelaksanaan Humas di IAIN Madura

Pelaksanaan merupakan tahap yang penting dalam manajemen humas. Dalam pelaksanaannya, hubungan masyarakat akan menjalankan

---

<sup>96</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mohammad Kosim, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 08.00-09.00 WIB

<sup>97</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mustajab, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 09.00-10.00 WIB



setiap program yang telah direncanakan. Karena dengan pelaksanaan yang baik, maka akan berpengaruh pada respon masyarakat.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Rektor IAIN Madura mengenai pelaksanaan humas terkait promosi dan penyampaian informasi kepada publik adalah sebagai berikut:

“dalam menyampaikan informasi kepada publik kami menggunakan media massa, media cetak dan media elektronik, jadi untuk memberikan informasi terkait dengan kampus, baik mengenai program, prestasi, program kemasyarakatan, penerimaan mahasiswa baru dan lain-lain. kami menggunakan brosur dan spanduk, sedangkan dalam hal promosi kami menggunakan website dan juga brosur, kemudian kami mengadakan pertemuan dengan mahasiswa setiap semester yang sifatnya terbuka”<sup>98</sup>

Pendapat ini juga diperkuta oleh kasubag humas IAIN Madura, sebagai berikut:

“ya benar, dalam pelaksanaan program kami disini menggunakan media massa, dan juga menggunakan website sebagai sumber informasi kampus, ada lagi bentuk komunikasi yang kami jalankan dengan pihak luar kampus, wali mahasiswa dengan mengadakan pertemuan terbuka, itu sebagai agenda rutin untuk menampung aspirasi masyarakat”<sup>99</sup>

Jadi berkaitan dengan pelaksanaan program humas yang dilakukan oleh IAIN Madura dilakukan dengan cara, memanfaatkan media massa, baik media elektronik maupun media cetak, brosur dan spanduk, dan melakukan pendekatan dengan masyarakat secara persuasif, dengan adanya pendekatan persuasif ini akan meningkatkan respon positif dari masyarakat terhadap

---

<sup>98</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mohammad Kosim, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 08.00-09.00 WIB

<sup>99</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mustajab, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 09.00-10.00 WIB

kampus, langkah tersebut dilakukan sebagai upaya untuk memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi, bagi masyarakat yang ingin mengetahui tentang kampus dengan mengunjungi website tanpa harus datang ke kampus.

Hal ini juga dapat dibuktikan dengan hasil observasi peneliti pada website IAIN Madura, dengan melihat pada penyampaian informasi dan program terbaru dari IAIN Madura. Kemudian dalam pelaksanaannya tentu ada penitia yang diberikan tugas untuk menyebarkan informasi melalui brosur, baliho atau iklan di berbagai media. Dengan pemanfaatan media inilah informasi mengenai kampus dapat tersampaikan kepada masyarakat umum mengenai kampus.<sup>100</sup>

d. Evaluasi Program Humas di IAIN Madura

Evaluasi adalah tahap akhir dari proses manajemen humas. Evaluasi sangat berguna demi tercapainya sebuah kesuksesan dari pelaksanaan kegiatan. Dengan adanya evaluasi, maka kegiatan akan dapat dilihat sejauh mana keberhasilan yang dicapai dan dilakukan perbaikan-perbaikan. Hal ini diperjelas oleh Rektor IAIN Madura:

“setiap pelaksanaan program tidak akan selalu berjalan dengan sempurna, pasti ada kesalahan-kesalahan meskipun sedikit, sehingga diperlukan adanya evaluasi sebagai momentum untuk mengukur sejauh mana keberhasilan yang dicapai dan apa saja yang harus diperbaiki”<sup>101</sup>

---

<sup>100</sup> Dokumentasi liha dilampiran

<sup>101</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mohammad Kosim, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 08.00-09.00 WIB

Evaluasi humas di IAIN Madura dilakukan setiap selesai kegiatan.

Sebagaimana penjelasan dari kasubag humas sebagai berikut:

“evaluasi terkait program kerja humas itu dilihat dari setiap kegiatan yang sudah dilaksanakan. untuk kedepannya, bagaimana kegiatan akan lebih baik. jadi dari setiap pelaksanaan, langsung di evaluasi. kita mengadakan rapat bersama dengan penanggungjawab kegiatan. disitulah kita akan memberikan evaluasi terhadap pencapaian sejauh mana kegiatan itu dilaksanakan. kekurangannya apa dan kelebihanannya, nanti akan kita jadikan bahan acuan untuk perbaikan terhadap kegiatan selanjutnya”<sup>102</sup>

Proses manajemen hubungan masyarakat di IAIN Madura meliputi proses perencanaan, yaitu humas melakukan perencanaan terhadap program yang akan dilaksanakan. Kemudian pada tahap pelaksanaan, hubungan masyarakat akan melaksanakan program kerja yang telah disusun. Dalam tahap pelaksanaannya, humas melakukan kerjasama dengan semua komponen yang ada dikampus. Selanjutnya dalam tahap evaluasi, humas melakukan evaluasi setiap akhir kegiatan.

Berdasarkan observasi peneliti, mengenai evaluasi humas dilakukan disetiap acara berakhir, namun dalam hal ini peneliti tidak mendapatkan dokumen analisis mengenai evaluasi program yang dilakukan. Akan tetapi menurut kasubag humas meskipun dalam evaluasi tidak dilakukan pencatatan secara administratif, namun setiap masukan dan kritikan didalam musyawarah dijadikan acuan perbaikan di acara selanjutnya. Hal inilah perlu kiranya setiap acara harus dialukan penulisan dan dokumentasi secara baik,

---

<sup>102</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mustajab, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 09.00-10.00  
WIB

agar setiap program humas di IAIN Madura dapat terbukti dilakukan secara baik.

## **2. Pola Komunikasai Hubungan Masyarakat di IAIN Madura**

Komunikasi merupakan salah satu komponen penting dalam perguruan tinggi, dimana perguruan tinggi merupakan suatu institusi yang mempunyai tantangan yang cukup besar dalam konteks persaingan global, perguruan tinggi yang mampu bertahan dan berkembang dipicu oleh faktor komunikasi, yang mana komunikasi tersebut tentunya sesuatu yang dapat dilakukan secara baik oleh perguruan tinggi, namun terlepas dari itu keberhasilan suatu komunikasi di perguruan tinggi tentunya diperoleh dengan beberapa cara dan metode. Komunikasi merupakan komponen penting dalam kaitannya dengan proses membangun image positif, dalam menjalin hubungan masyarakat, komunikasi adalah kunci dari kesuksesan sebuah hubungan dan kerjasama, adanya komunikasi pesan akan tersampaikan kepada publik atau masyarakat dengan baik.

Komunikasi yang baik akan menghasilkan sistem organisasi yang demokratis dan lebih menghargai antar pihak organisasi, setiap perguruan tinggi akan menjalankan fungsi hubungan masyarakat untuk kepentingan institusinya, baik komunikasi yang berkaitan dengan pihak internal maupun eksternal. Adapun komunikasi yang dijalankan IAIN Madura terdapat dua klasifikasi bentuk komunikasi, yaitu komunikasi internal kampus dan komunikasi eksternal kampus.

Komunikasi internal yang dijalankan IAIN Madura sebagaimana yang dikemukakan oleh Rektor IAIN Madura sebagai berikut:

“Kalau mengenai komunikasi internal yang kami jalankan disini, adalah berbentuk rapat, yang mana rapat tersebut dilakukan dalam rangka menyusun program dan evaluasi, baik ditingkat jajaran senat maupun ketua dan wakil ketua, selain itu komunikasi juga dilakukan ditingkat jurusan dan program studi, bentuknya juga sama yaitu berbentuk rapat, mengenai waktunya yaitu ada yang dilaksanakan setiap bulan, setiap semester, dan juga setiap tahun, biasanya pada penerimaan mahasiswa baru”<sup>103</sup>

Hal yang sama mengenai komunikasi internal yang dijalankan IAIN Madura juga dikemukakan oleh Kasubag humas sebagaimana berikut:

“Komunikasi internal disini secara implementasi itu beragam ada yang sifatnya hanya dikalangan struktural ketua, dosen dan karyawan, dan ada juga komunikasi yang bersifat lebih terbuka, seperti halnya, serap aspirasi mahasiswa, yang pada dasarnya memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk berpendapat sehingga mahasiswa merasa dilibatkan dalam persoalan kemajuan kampus, akan tetapi yang menjadi catatan terpenting dalam rapat, kami selalu mengedepankan sistem musyawarah tanpa harus bertindak yang tidak sopan, keharmonisan tetap kami jaga”<sup>104</sup>

Salah satu yang menjadi alat komunikasi yang dijalankan IAIN Madura dalam menyebarkan informasi yang berkaitan dengan rapat atau pertemuan menggunakan surat, sebagaimana yang dikemukakan oleh ketua bagian administrasi sebagaimana pernyataan berikut:

“ya setiap ada kegiatan rapat atau pertemuan kami selalu diperintahkan oleh pimpinan untuk membuat surat undangan, yang mana surat tersebut dibagikan kepada pihak-pihak yang di undang dalam rapat tersebut”<sup>105</sup>

<sup>103</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mohammad Kosim, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 08.00-09.00 WIB

<sup>104</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mustajab, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 09.00-10.00 WIB

<sup>105</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Farid wajdi, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 13.00-14.00

Komunikasi internal yang dibangun IAIN Madura mengarah kepada komunikasi yang sifatnya terbuka dan bersifat general yang disesuaikan dengan konteks kebutuhan, yang mana komunikasi tersebut terjadi di beberapa tingkatan baik tingkatan top management, middle management, sampai pada level bawah yaitu dilakukan dengan mahasiswa. Sedangkan mengenai waktu dari adanya komunikasi tersebut bertingkat mulai dari rapat bulanan, setiap semester dan juga rapat tahunan, dalam mengkomunikasikan informasi mengenai rapat media yang digunakan adalah surat undangan. Unsur penting dalam komunikasi yang dilakukan IAIN Madura adalah mengedepankan sistem musyawarah, dengan memberikan kesempatan kepada semua pihak untuk berpendapat dengan cara yang arif.

Sedangkan komunikasi eksternal IAIN Madura sebagaimana penjelasan yang dikemukakan oleh Rektor IAIN Madura sebagaimana berikut:

“Untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat kami menggunakan media massa yaitu media elektronik dan media cetak, jadi untuk mempublikasikan segala kegiatan atau program kampus baik berkenaan pendaftaran mahasiswa baru, kegiatan kemasyarakatan, dan juga kegiatan mahasiswa kami menggunakan brosur dan spanduk, sedangkan untuk promosi disini menggunakan website dan juga brosur, selain itu kampus juga mengadakan kegiatan pertemuan dengan mahasiswa yang mana agenda tersebut dilakukan pada setiap semester yang sifatnya terbuka”<sup>106</sup>.

Pendapat yang sama juga di kemukakan oleh wakil rektor tiga IAIN Madura, sebagaimana berikut:

---

<sup>106</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Mohammad Kosim, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 08.00-09.00 WIB

“Ya benar, komunikasi yang kami jalankan disini melalui media massa, dan juga website sebagai sumber informasi kampus, ada lagi bentuk komunikasi yang kami jalankan dengan pihak luar khususnya wali mahasiswa yaitu dengan sistem pertemuan terbuka yang dihadiri oleh wali mahasiswa, itu sebagai agenda rutin kami dalam meningkatkan nilai-nilai silaturahmi dan juga untuk menampung aspirasi wali mahasiswa”<sup>107</sup>

Jadi berkaitan dengan komunikasi eksternal yang dilakukan IAIN Madura itu dilakukan dengan cara, memanfaatkan media massa, baik media cetak maupu media elektronik, brosur dan spanduk, serta melakukan pendekatan persuasif dengan masyarakat, adanya proses komunikasi demikian dengan masyarakat tentunya akan memberikan sebuah kepercayaan tersendiri bagi stakholder kampus. Website juga merupakan bentuk sarana publikasi yang dilakukan IAIN Madura dengan masyarakat, langkah tersebut dilakukan untuk lebih mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang kampus, bagi masyarakat yang ingin mengetahui atau mengenal kampus bisa langsung mengakses website tersebut tanpa harus datang kekampus. Maka dari itu bentuk komunikasi yang terjadi di IAIN Madura dapat digambarkan sebagaimana grafik dibawah ini.

Dari dua komunikasi diatas tentunya secara implementatif mengalami sebuah proses yang mengarah kepada sistem komunikasi. Sistem komunikasi pada organisasi merupakan suatu hal yang terdiri dari beberapa komponen komunikasi, berkaitan dengan proses komunikasi yang terjadi di IAIN Madura adalah sebagaimana hasil wawancara dengan kasubag humas sebagai berikut:

---

<sup>107</sup> Hasil wawancara dengan bapak Mohammad Hasan, (Pamekasan, 2 Juli 2020), pk109.00-10.00 WIB

“Sebelum menyampaikan informasi kepada publik yang berkaitan dengan program atau kegiatan, kami disini selalu melakukan analisis dan menentukan terlebih dahulu apa yang akan disampaikan kepada publik, termasuk melihat apakah informasi yang disampaikan bermanfaat atau tidak, yaitu melalui proses musyawarah atau rapat dengan tujuan agar kegiatan-kegiatan dan informasi yang disampaikan kepada publik dapat diterima dengan baik dan direspon secara positif.”<sup>108</sup>

Penjelasan diatas diperkuat dengan apa yang dikemukakan oleh wark 3 sebagaimana berikut:

“ya benar, komunikasi disini dijalankan melalui beberapa proses, karena informasi yang akan kami berikan kepada masyarakat harus melalui beberapa pertimbangan-pertimbangan, makanya rapat atau pertemuan dengan berbagai pihak terkait dikampus selalu dilakukan, setelah dilakukan rapat tersebut baru informasi tersebut direalisasikan dengan berbagai media yang kami gunakan”.<sup>109</sup>

Media sebagai alat komunikasi patut dimanfaatkan secara baik untuk menyalurkan sebuah informasi kepada publik, penggunaan media dalam menyalurkan informasi di IAIN Madura terlihat dari apa yang kemukakan oleh kasubag humas, sebagaimana penjelasan berikut:

“Sekarang kan memasuki era modern, dimana masyarakat telah cerdas memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi, jadi kami disini tidak menyianiyakan hal itu, kerja sama dengan media telah kami bangun, supaya dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan program-program kampus bisa terpublikasi dengan baik, selama ini media yang kami gunakan meliputi media cetak elektronik dan internet, kalau tentang manfaatnya bagi kami cukup besar, contohnya adanya Website IAIN Madura masyarakat bisa melihat dan menggali informasi tentang kampus”.<sup>110</sup>

Pemanfaatan media dalam proses komunikasi yang dilakukan di Madura sebagaimana yang dipaparkan diatas dapat peneliti buktikan dengan

<sup>108</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mustajab, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 09.00-10.00 WIB

<sup>109</sup> Hasil wawancara dengan bapak Mohammad Hasan, (Pamekasan, 2 Juli 2020), pkl09.00-10.00 WIB

<sup>110</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Mustajab, (Pamekasan, 2 juli 2020), pkl 09.00-10.00 WIB



hasil dokumentasi yang peneliti peroleh dilapangan bahwa banyak kegiatan-kegiatan tentang kampus yang selalu dipublikasikan melalui media sosial, misalnya seperti kegiatan seminar, pelatihan, kerjasama dan lain-lain, hal itu merupakan channel communication yang digunakan IAIN Madura untuk menyampaikan informasi kepada publik

Dari beberapa hasil wawancara dan observasi diatas perlu digaris bawahi bahwa proses komunikasi yang berlangsung di IAIN Madura adalah mengarah kepada suatu proses dimana perguruan tinggi sebagai sumber informasi (komunikator) yang mengolah pesan informasi berdasarkan hasil musyawarah dan rapat bersama, yang selanjutnya dituangkan dalam bentuk program-program yang disampaikan melalui media kepada masyarakat. Masyarakat sebagai komunikan tentunya menerima informasi-informasi yang telah disampaikan oleh media, salah satu media yang digunakan adalah media cetak, elektronik dan internet, adanya suguhan informasi tersebut kepada masyarakat, maka sebagai feedback dari adanya informasi tersebut masyarakat akan mempresepikan terhadap apa yang IAIN Madura berikan kepada masyarakat.

### **3. Respon Stakeholders terhadap Humas di IAIN Madura**

Respon stakeholders terhadap peran humas di IAIN Madura sangat diperlukan sebagai sebuah testimoni yang berkaitan dengan kinerja humas di IAIN Madura. Mengingat peran humas ini sangat penting sebagai fasilitator yang memelihara komunikasi baik internal kampus maupun eksternal

kampus. Dalam hal ini peneliti mewawancarai respon yang diberikan oleh kalangan dosen IAIN Madura, mahasiswa, wali mahasiswa, serta tokoh masyarakat IAIN Madura.

a. Respon dari dosen IAIN Madura terhadap humas

Adapun respon dosen IAIN Madura terhadap kinerja humas sebagaimana yang dikemukakan oleh dosen program studi PAI (pendidikan agama islam) adalah sebagai berikut;

“kinerja humas di IAIN Madura saat ini cukup baik dalam membeikan informasi terkait dengan informasi yang bekaitan dengan kampus, namun perlu ditingkatkan lagi kinerjanya agar humas disini lebih baik kedepannya”<sup>111</sup>

Hal senada juga dikemukakan oleh dosen program studi MPI (manajemen pendidikan islam) adalah sebagai berikut;

“kalau humas dikampus ini dulu kan dibawah bagian kerjasama pada ketua tiga, sekarang sudah ada bagiannya tersendiri, yaitu bagian kasubag humas. kinerjanya saat ini menurut saya sudah cukup baik, dalam melakukan kerjasama dengan pihak luar serta dalam memberikan informasi baik melalui media ataupun melalui website kampus”

Kemudian, pernyataan terkait humas juga dikemukakan oleh staf bagian kasubag akademik terkait dengan kinerja humas adalah sebagai berikut:

“terkait dengan kinerja humas di IAIN Madura, kinerja humas saat ini masih lebih banyak berfokus pada kerjasama dengan pihak luar kampus, seperti dengan media, dengan sekolah-sekolah, dan dengan pemerintah setempat”

Berdasarkan respon kalangan dosen IAIN Madura terhadap kinerja humas diatas maka dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat di IAIN Madura sudah cukup baik terkait dengan penyebaran informasi terkait dengan

<sup>111</sup> Wawancara dengan Bapak Suwantoro (Pamekasan, 8 Juli 2020), pk1. 08.00-09.00 WIB

program yang berkaitan dengan kampus melalui media, serta dalam melakukan kerjasama dengan pihak sekolah serta instansi lainnya.

Berdasarkan hasil observasi peneliti terkait dengan respon dosen IAIN Madura mengenai peran humas yang masih lebih dominan berfokus diluar kampus sesuai dengan pernyataan wakil rektor dua IAIN Madura Bapak Norhasan, menurut beliau ketika ditemui diruangannya peran humas dalam perguruan tinggi tidak hanya berfokus diluar kampus akan tetapi internal kampus mengenai peran humas juga harus dimaksimalkan, Mengenai peran humas diperguruan tinggi itu, harus maksimal di internal dan eksternal guna sebagai fasilitator komunikasi kampus.<sup>112</sup>

b. Respon dari mahasiswa IAIN Madura

Respon terhadap kinerja humas juga disampaikan oleh mahasiswa IAIN Madura semester enam program studi manajemen pendidikan islam, sebagai berikut:

“bagi kami mahasiswa dengan adanya informasi terbaru terkait dengan program-program kampus seperti beasiswa dan terkait dengan program lainnya sangat membantu bagi kami para mahasiswa, dengan membaca di media massa atau internet seperti Facebook dan website kampus”<sup>113</sup>

Kemudian respon terhadap kinerja humas di IAIN Madura juga disampaikan oleh mahasiswa semester empat program studi ekonomi syariah IAIN Madura:

“peran hubungan masyarakat di IAIN Madura menurut saya sudah baik, terlihat dari kerjasama yang dibangun dengan pihak luar kampus, misalkan yang berkaitan dengan prodi saya dibidang ekonomi. kampus ini

WIB

<sup>112</sup> Observasi peneliti dengan wakil rektor dua IAIN Madura (10 Juli 2020), pkl. 10.00-10.30

<sup>113</sup> Wawancara dengan saudara Saiful Bahri , (8 Juli 2020), pkl 08.00-09.00 WIB

sudah banyak melakukan kerjasama bidang ekonomi misalnya dengan koperasi syariah di pamekasan”<sup>114</sup>

Berdasarkan respon mahasiswa IAIN Madura terhadap peran hubungan masyarakat saat ini peran humas di IAIN Madura memiliki dampak positif terhadap mahasiswa, mengingat informasi terkait program kampus sangatlah penting terhadap mahasiswa. Kemudian, jika dalam proses kerjasama hubungan masyarakat di IAIN Madura dengan pihak instansi luar kampus cukup baik misalnya kerjasama dengan koperasi syariah BMT di pamekasan.

c. Respon dari tokoh masyarakat

Tokoh masyarakat yang memberikan respon terhadap kinerja hubungan masyarakat di IAIN Madura, hal ini disampaikan oleh kepala desa Tlesah Tlanakan Pamekasan:

“IAIN Madura melakukan kerjasama dengan desa kami setiap tahun program pengabdian masyarakat, mahasiswa IAIN Madura sudah stiap tahun mengabdikan disini membantu masyarakat baik dalam bidang pendidikan atau membantu masyarakat dibidang ekonomi”<sup>115</sup>

Respon tokoh masyarakat juga disampaikan oleh tokoh masyarakat terkait dengan kinerja humas IAIN Madura:

“terkait dengan hubungan masyarakat IAIN Madura menurut saya hubungannya bagus dalam menyampaikan informasi terkait informasi kampus, dan juga saya sering diundang pada acara-acara keagamaan”

Mengenai respon masyarakat ini, ketua P3M Bapak Nasar juga menegaskan dalam keterangannya diruangan P3M, mengenai kerjasama di bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat sebagai berikut.

<sup>114</sup> Wawancara dengan Ahmad Syauqi (8 Juli 2020), pk1. 10.00-11.00 WIB

<sup>115</sup> Wawancara dengan Bapak Hadi kepala desa Tlesah Tlanakan Pamekasan (6 Juli 2020), pk1. 08.00-09.00 WIB

Tugas perguruan tinggi, mengenai pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat. “Untuk pendidikan kegiatan ini rutin dilakukan dan terlaksana dengan baik, penelitian itu lebih pada pengembangan ilmu pengetahuan. dan untuk pengabdian masyarakat perguruan tinggi harus melakukan kerjasama dengan pemerintah kab. pamekasan serta dengan masyarakat.<sup>116</sup>

Berdasarkan respon tokoh masyarakat yang ada di Pamekasan terkait dengan kinerja hubungan masyarakat IAIN Madura hubungannya terkait dengan pengabdian masyarakat dan kegiatan keagamaan. Hal tersebut menunjukkan adanya peran serta masyarakat pada kegiatan yang diselenggarakan oleh kampus.

### **C. Temuan Hasil Penelitian**

Pada bagian temuan penelitian ini akan dibahas secara singkat mengenai temuan-temuan penelitian berdasarkan paparan data penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya. Adapun temuan pada penelitian akan dibahas dengan menyesuaikan pada fokus penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Fungsi manajemen hubungan masyarakat dalam menarik minat masyarakat yang dilakukan IAIN Madura adalah mengupayakan setiap fungsi-fungsi humas berjalan dengan baik, peran humas dalam menarik minat masyarakat meliputi: a) memberikan informasi kepada publik atau masyarakat. b) sebagai fasilitator komunikasi antara kampus dengan pihak internal dan pihak

---

<sup>116</sup> Data Observasi dengan Bapak Nasar Ketua P3M (13 Juli 2020), pkl 09.00-10.00 WIB

eksternal. Adapun fungsi manajemen hubungan masyarakat di IAIN Madura adalah sebagai berikut;

a. Perencanaan Humas

Proses perencanaan kegiatan humas dilaksanakan ada yang setiap semester ada yang setiap tahun. Diantara program humas yaitu 1) program kerjasama, meliputi, Pengabdian kepada masyarakat, mengadakan kegiatan keagamaan, mengadakan pertemuan dengan wali mahasiswa, 2) Promosi, meliputi pemanfaatan media massa, pemanfaatan peran alumni.

b. Pengorganisasian Humas

Pada proses pengeorganisasian di IAIN Madura disesuaikan dengan tugas masing-masing lembaga kampus, sehingga dalam melakukan kerjasama dapat terlaksana secara efektif dan efisien.

c. Pelaksanaan Humas

Dalam pelaksanaan program humas yaitu dengan, 1) memanfaatkan media massa dengan menyajikan informasi-informasi tentang kegiatan kampus, 2) melakukan pertemuan kerjasama dengan pihak instansi terkait, 3) melakukan kerjasama dengan stakeholders kampus dalam setiap kegiatan

d. Evaluasi humas

Evaluasi humas di IAIN Madura dilaksanakan setiap selesai kegiatan. Evaluasi ini berguna dalam memperbaiki program kerja humas dan kemudian akan dilakukan tindak lanjut.

2. Pola komunikasi dalam hubungan masyarakat di IAIN Madura, sesuai dengan hasil temuan peneliti bahwa sistem komunikasi yang terjadi di IAIN Madura adalah Sistem komunikasi yang terjadi di IAIN Madura adalah a) penyampaian pesan dilakukan atas dasar hasil kebijakan pimpinan kampus melalui musyawarah, b) pesan disampaikan dengan melalui brosur, spanduk, dan media lainnya seperti surat menyurat, media koran, media online dan website IAIN Madura, c) pihak yang menerima pesan atau informasi adalah publik internal dan eksternal IAIN Madura.
3. Respon stakeholders terhadap humas di IAIN Madura diantaranya adalah respon dari a) dosen IAIN Madura, humas dalam menyampaikan informasi terkait program dan layanan kampus sudah berjalan sesuai fungsinya, b) mahasiswa IAIN Madura, adanya humas sangat memberikan hal positif bagi mahasiswa karena mahasiswa dapat membaca informasi baik di media massa atau media online, c) tokoh masyarakat, kerjasama yang dilakukan bidang pengabdian masyarakat dan kegiatan keagamaan.

NO	Fokus Penelitian	Hasil Temuan
1	Manajemen Humas di IAIN Madura dalam Menarik Minat Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perencanaan Humas</li> </ul> Proses perencanaan kegiatan humas dilaksanakan ada yang setiap semester ada yang setiap tahun. Diantara program humas yaitu 1) program kerjasama, meliputi, Pengabdian kepada masyarakat, mengadakan kegiatan keagamaan, mengadakan pertemuan dengan wali mahasiswa, 2) Promosi, meliputi pemanfaatan media massa, pemanfaatan peran alumni.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengorganisasian Humas Pada proses pengeorganisasian di IAIN Madura disesuaikan dengan tugas masing-masing lembaga kampus, sehingga dalam melakukan kerjasama dapat terlaksana secara efektif dan efisien.</li> <li>• Pelaksanaan Humas Dalam pelaksanaan program humas yaitu dengan, 1) memanfaatkan media massa dengan menyajikan informasi-informasi tentang kegiatan kampus, 2) melakukan pertemuan kerjasama dengan pihak instansi terkait, 3) melakukan kerjasama dengan stakeholders kampus dalam setiap kegiatan</li> <li>• Evaluasi humas Evaluasi humas di IAIN Madura dilaksanakan setiap selesai kegiatan. Evaluasi ini berguna dalam memperbaiki program kerja humas dan kemudian akan dilakukan tindak lanjut.</li> </ul>
2	Pola Komunikasi Humas di IAIN Madura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyampaian pesan dilakukan atas dasar hasil kebijakan pimpinan kampus melalui musyawarah.</li> <li>• Pesan disampaikan dengan melalui brosur, spanduk, dan media lainnya seperti surat menyurat, media koran, media online dan website IAIN Madura,</li> <li>• Pihak yang menerima pesan atau informasi adalah publik internal dan eksternal IAIN Madura.</li> </ul>
3	Respon stakeholders terhadap humas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dosen IAIN Madura,</li> </ul>



di IAIN Madura	<p>humas dalam menyampaikan informasi terkait program dan layanan kampus sudah berjalan sesuai fungsinya,</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mahasiswa IAIN Madura, adanya humas sangat memberikan hal positif bagi mahasiswa karena mahasiswa dapat membaca informasi baik di media massa atau media online,</li><li>• Tokoh masyarakat, kerjasama yang dilakukan bidang pengabdian masyarakat dan kegiatan keagamaan.</li></ul>
----------------	--

## BAB V

### PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

#### A Fungsi Manajemen Hubungan Masyarakat di IAIN Madura

Hubungan masyarakat adalah bidang dan fungsi tertentu yang diperlukan oleh organisasi, baik organisasi institusi maupun organisasi non institusi. Mulai dari perguruan tinggi, yayasan, sampai ke lembaga-lembaga pemerintahan. Kebutuhan terhadap hubungan masyarakat tidak dapat dipungkiri, karena humas adalah salah satu elemen yang menentukan keberlangsungan organisasi secara positif. Arti penting hubungan masyarakat sebagai sumber informasi dapat kita rasakan pada era digital seperti saat ini. Hubungan masyarakat adalah istilah dari *public relation*, kedua istilah tersebut dipakai secara bergantian, yang didalamnya terdiri dari berbagai bentuk komunikasi yang dilakukan oleh organisasi dengan publiknya dan yang memiliki kepentingan dengannya. Setiap individu pada dasarnya sudah melakukan kegiatan hubungan masyarakat, karena manusia merupakan makhluk sosial yang selalu melakukan interaksi dengan lingkungannya. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Harlow yang telah mendefinisikan kegiatan hubungan masyarakat sebagai kegiatan komunikasi antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka untuk

mendukung fungsi dari tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaankerjasama serta pemenuhan kepentingan bersama.<sup>117</sup>

Sesuai dengan kasus yang telah didapat di lapangan bahwa keberadaan hubungan masyarakat di IAIN Madura berjalan sesuai dengan peran dan fungsi humas secara umum, adanya hubungan yang baik yang telah dilakukan oleh semua sumber daya manusia yang ada di IAIN Madura telah menunjukkan bahwa hubungan masyarakat merupakan upaya untuk menjalin kersama yang baik dengan pihak internal atau eksternal kampus.

Adapun secara implementasi hubungan masyarakat yang dilakukan oleh IAIN Madura mengarah pada istilah yang dibangun oleh Harlow, yang mana humas dibangun atas dasar dan tujuan manajemen untuk membangun kerjasama yang baik serta adanya timbal balik antara masyarakat dan perguruan tinggi. Terjadinya komunikasi dua arah sehingga adanya hubungan tersebut dapat mengubah persepsi masyarakat terhadap keberadaan perguruan tinggi.

Peran hubungan masyarakat dalam menarik minat masyarakat di IAIN Madura sebagaimana temuan dilapangan adalah sebagai berikut: a) memberikan informasi kepada publik, peran tersebut merupakan kegiatan yang mengarah kepada proses menyampaikan informasi publikasi sehingga publik mendapatkan informasi tentang IAIN Madura, b) sebagai fasilitator komunikasi, dalam humas adanya komunikasi merupakan hal yang sangat

---

<sup>117</sup> Ruslan Rosady, *Manajemen Humas dan manajemen Komunikasi* (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2002), hlm. 102

penting karena bagian dari upaya memahami rekasi publik terhadap IAIN Madura.

#### 1. Perencanaan Program Humas di IAIN Madura

Perencanaan bisa diartikan sebagai cara atau hasil kerja merencanakan.<sup>118</sup> Perencanaan adalah penentuan yang dilakukan secara matang, melakukan apa yang dilakukan di masa yang akan datang dalam rangka untuk mencapai dengan baik. Anderson dan Bowman mengatakan tentang perencanaan adalah proses untuk mempersiapkan seperangkat keputusan bagi perbuatan dimasa yang akan datang.<sup>119</sup>

Ada beberapa kategori perencanaan yang perlu diketahui diantaranya: 1) Perencanaan fisik, perencanaan fisik adalah perencanaan yang hubungannya sifat-sifat dan peraturan material gedung dan alat-alat. Misalkan perencanaan kampus dan sebagainya. 2) Perencanaan Fungsional, adalah perencanaan yang berhubungan dengan fungsi tugas-tugas tertentu. 3) Perencanaan secara luas, yaitu perencanaan yang mencakup kegiatan secara keseluruhan yang mencakup faktor-faktor internal dan eksternal. 4) Perencanaan yang dikombinasikan, adalah perencanaan meliputi berbagai unsur yang dibangun dan dikombinasikan sedemikian rupa menjadi pola yang sempurna.<sup>120</sup>

Berdasarkan hasil penelitian, perencanaan humas di IAIN Madura adalah sebagai berikut:

---

<sup>118</sup> Poerwa Darminta, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm 987  
<sup>119</sup> Marno dan Trio Supriatno, *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2008), hlm. 13  
<sup>120</sup> Marno dkk, *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan.*, hlm.15

- a. Perencanaan fisik. Hubungan masyarakat IAIN Madura melakukan persiapan-persiapan fisik contohnya, surat undangan, tempat rapat dan peralatan yang digunakan dalam proses perencanaan. Perlengkapan fisik ini yang menjadi penunjang dalam proses perencanaan berlangsung.
  - b. Perencanaan fungsional, hubungan masyarakat IAIN Madura menyusun tugas kerja yang nantinya akan diberi tanggungjawab masing-masing dalam menjalankan tugasnya.
  - c. Perencanaan secara luas, humas IAIN Madura mempunyai program yaitu kerjasama dan promosi.
  - d. Perencanaan yang dikombinasikan, adalah humas IAIN Madura mengkombinasikan unsur-unsur dari perencanaan semuanya harus dikerjakan secara lengkap dan sempurna.
2. Pengorganisasian Program Humas di IAIN Madura

Pengorganisasian diartikan sebagai kegiatan membagi tugas-tugas kepada orang lain yang terlihat dalam lembaga pendidikan.<sup>121</sup> Zulkarnain mendefinisikan pengorganisasian sebagai kegiatan membagi tugas-tugas pada orang yang terlibat dalam kerjasama di lembaga pendidikan.<sup>122</sup> Ilham menyatakan bahwa pengorganisasian adalah penentuan, pengelompokan, dan pengaturan berbagai kegiatan yang perlu, menetapkan struktur formal dari kewenangan di mana pekerjaan dibagi-bagi sedemikian rupa,

---

<sup>121</sup> George Terry R, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hlm. 9.

<sup>122</sup> Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2010), hlm 12.

ditentukan, dan dikoordinasikan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>123</sup>

Pengorganisasian merupakan hal yang harus dilakukan, karena pengorganisasian menjembatani kegiatan perencanaan dengan pelaksanaannya, maka di dalam pengorganisasian adanya pendelegasian dan diberikan tugas untuk bertanggung jawab terhadap tugas yang diembannya. Misalnya pembagian tugas ada yang sebagai koordinator program, masing-masing individu secara tidak langsung mempunyai kewajiban dan terlibat untuk mensukseskan program-program humas yang telah direncanakan.

Pengorganisasian program humas di IAIN Madura sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Zulkarnain diatas karena dalam prosesnya pembagian tugas dan pengelompokan dilakukan oleh humas IAIN Madura sesuai dengan bidang kerjasama yang dilakukan.

### 3. Pelaksanaan Program Humas di IAIN Madura

Pelaksanaan merupakan kegiatan menggerakkan orang-orang agar mau melakukan tugasnya dengan penuh kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan secara efektif.<sup>124</sup> Dalam kaitannya dengan manajemen hubungan masyarakat, pelaksanaan merupakan tindakan untuk mengusahakan seluruh program kerja dapat terlaksana secara efektif dan efisien. Lebih lanjut Siagian mengemukakan bahwa pentingnya

<sup>123</sup> Ilham, *Jurnal Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah (Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen dalam Bimbingan dan Konseling Agama Islam)* Vol.13 No.25, Januari-Juni 2014, hlm 41.

<sup>124</sup> Imam Soepardi, *Dasar-dasar Administrasi Pendidikan*, (Jakarta: Ditjen Dikti, 1998), hlm.

pelaksanaan dengan melakukan motivasi bawahan untuk bekerja adalah sebagai berikut;

- a. Motivasi secara implisit, bahwa pimpinan dalam organisasi memberikan bimbingan, intruksi, nasihat dan koreksi jika ini diperlukan.
- b. Secara implisit pula motivasi lebih mencakup adanya upaya untuk mensinkronkan tujuan organisasi dengan tujuan pribadi dari para anggota dalam organisasi.
- c. Secara eksplisit dalam pengertian ini terlihat para pelaksana dalam organisasi ketika memberikan jasa-jasanya memerlukan beberapa rangsangan atau insentif.<sup>125</sup>

Berdasarkan hasil penelitian, Peneliti menemukan bahwa pelaksanaan manajemen humas di IAIN Madura sejalan dengan pendapat diatas, dimana humas bertanggungjawab kepada pimpinan, yang memperoleh tugas untuk melakukan kerjasama dengan pihak luar demi tercapainya tujuan secara efektif dan efisien.

Dalam upaya menarik minat masyarakat, humas IAIN Madura melakukan kegiatan berikut;

- 1) Melakukan kerjasama
  - a) Kerjasama dengan instansi pendidikan
  - b) kerjasama dengan lembaga kesehatan
  - c) Kerjasama dengan masyarakat

---

<sup>125</sup> Marno dkk, *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan.*, hlm.21

- d) kerjasama dengan media massa (media cetak dan media elektronik)
- 2) Promosi
- a) Promosi melalui media cetak (Brosur, spanduk, dan koran)
  - b) promosi melalui media elektronik (Website dan berita online)
  - c) Promosi melalui peran alumni
4. Evaluasi Program Humas di IAIN Madura

Fungsi pengawan dapat diartikan sebagai kegiatan untuk mengetahui realisasi lembaga pendidikan secara umum, pengawasan diartikan sebagai pengendalian, pembinaan dan pelurusan sebagaiupaya pengendalian kualitas pendidikan secara sistematis.<sup>126</sup>

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa evaluasi manajemen hubungan masyarakat di IAIN Madura sesuai dengan fungsi pengawasan yang dikemukakan oleh Fatah Yasin. Evaluasi manajemen dilakukan disetiap akhir kegiatan. Evaluasi humas di IAIN Madura bertujuan untuk melihat tingkat keberhasilan program kerja, dan kemudian diadakan tindak lanjut.

Manajemen humas meliputi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Sebagaimana konsep manajemen, maka dari itu tida hal tersebut adalah hal penting yang harus dilaksanakan semua. Apabila ada proses yang tidak dilaksanakan maka fungsi humas tidak akan berjalan secara efektif dan efisien.

---

<sup>126</sup> Ahmad Fatah Yasin, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Malang:UIN-Maliki Press, 2012), hlm. 25



## B Pola Komunikas Hubungan Masyarakat Di IAIN Madura

Setiap organisasi atau lembaga pendidikan sudah dipastikan mengalami proses komunikasi, komunikasi merupakan bagian terpenting dalam menjalankan roda organisasi kedepan, komunikasi organisasi dapat dipahami sebagai proses interaksi dari organisasi kepada publiknya. Secara teoritis komunikasi menurut Jackson dalam bukunya *Corporate Communication for Managers* yang dikutip Hardjana<sup>127</sup> memberikan pengertian dari „komunikasi korporasi“ sebagai berikut: *”Corporate communication is the total communication activity generated by a company to achieve its planned objectives”*. Jadi komunikasi korporasi adalah keseluruhan kegiatan komunikasi dari institusi yang dilakukan demi tercapainya tujuan-tujuan yang sudah direncanakan. Pengertian tersebut ketika ditarik pada lembaga perguruan tinggi, maka komunikasi perguruan tinggi adalah keseluruhan bentuk komunikasi yang dilakukan, baik komunikasi dengan pihak internal maupun eksternal untuk mencapai sebuah tujuan.

Sistem komunikasi merupakan suatu proses komunikasi yang terdiri dari beberapa unsur-unsur komunikasi, dalam sebuah organisasi akan bubar karena ketiadaan komunikasi. Tidak dapat kita bayangkan jika dalam suatu organisasi tidak terjadi sebuah proses komunikasi maka dapat dipastikan bahwa sumber daya manusianya tidak akan tahu apa yang akan dikukannya dan apa yang dikerjakan rekannya. Pemimpin tidak bisa memberikan instruksi dan menerima masukan dari bawahannya. Koordinasi tidak berjalan,

---

<sup>127</sup> Andre A. Hardjana, *Komunikasi dalam Manajemen Reputasi Korporasi*, (Jurnal Ilmu Komunikasi, VOLUME 5, NOMOR 1, JUNI 2008), hlm. 03

kerja sama tidak terjadi, masing-masing orang tidak dapat mengkomunikasikan perasaannya, kebutuhannya, dan masalah yang dihadapinya sehingga komunikasi dalam suatu organisasi mutlak harus ada.

Terlepas dari pemahaman diatas, berdasarkan temuan kasus dilapangan dapat dijelaskan bahwa proses komunikasi yang dijalankan oleh IAIN Madura adalah a) penyampaian pesan yang dilakukan atas dasar hasil kebijakan pimpinan kampus melalui musyawarah. b) pesan disampaikan dengan melalui brosur, spanduk, dan media lainnya seperti surat menyurat, media koran, media online dan website IAIN Madura. c) pihak yang menerima pesan atau informasi adalah publik internal dan eksternal IAIN Madura yang juga sebagai publik yang merespon terhadap apa yang ia terima. Temuan tersebut sesuai dengan teori Evreett dan W. Floyd Shomaker dalam Mukarom<sup>128</sup> bahwa unsur-unsur komunikasi terdiri dari lima unsur komunikasi:

- f. *Sourc*, yaitu individu atau pejabat organisasi yang berinisiatif sebagai sumber atau menyampaikan pesan-pesannya.
- g. *Messege*, yaitu gagasan ide berupa pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan atau ungkapan yang akan disampaikan komunikator.
- h. *Recever*, yaitu pihak yang menerima pesan dari komunikator, recever sering juga disebut sebagai komunikan.

---

<sup>128</sup> Zainal Mukarom, Manajemen Public Relation Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat, (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2015), hlm. 82

- i. *Channel*, yaitu media, sarana, atau saluran yang dipergunakan oleh komunikator dalam mekanisme penyampaian pesan-pesan kepada khalayaknya.
- j. *Effect*, yaitu dampak yang terjadi dalam proses penyampaian pesan-pesan tersebut, yang dapat berakibat positif ataupun negatif menyangkut tanggapan persepsi, dan opini dan hasil komunikasi tersebut.

Lima unsur komunikasi diatas tentunya merupakan suatu sistem satu kesatuan yang terjadi pada proses komunikasi dalam sebuah organisasi, sebagaimana temuan peneliti dilapangan diatas bahwa proses komunikasi yang terjadi di IAIN Madura sangat relevan dengan teori tersebut, kebijakan pimpinan yang didasarkan pada hasil musyawarah merupakan suatu sumber informasi yang akan disampaikan kepada publik dalam teori dikenal dengan messege, sedangkan brosur, spanduk, dan surat menyurat, media koran, media online dan website IAIN Madura adalah merupakan media atau dalam bahasanya Everett disebut channel, menurut Effendi channel adalah sarana untuk menyalurkan pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan<sup>129</sup>. Media yang digunakan IAIN Madura terdiri dari media cetak elektronik dan internet, hal tersebut sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh hidayat dalam Sofiyana<sup>130</sup> bahwa media yang dapat digunakan antara lain adalah media cetak yang biasa menggunakan brosur, koran, spanduk

<sup>129</sup> Onong Uchjana Effendy, *Human Relation dan Public Relation*, (Bandung : Mandar Maju, 1993), hlm. 14

<sup>130</sup> Sofiyana, Peran Hubungan Masyarakat Dalam Menjalin Hubungan Kerjasama Guna Membangun Citra Sekolah Studi Kasus di MAN DenanyarJombang , (JURNAL MAHASISWA TEKNOLOGI PENDIDIKAN, 2016),hlm. 06

papan reklame, dan lain-lain, serta dapat juga menggunakan media elektronik, seperti televisi dan radio, melalui media sosial dengan menggunakan website.

Maka dari itu media komunikasi adalah unsur yang akan menyampaikan informasi kepada publik. Adapun publik sebagai penerima informasi terdiri dari publik internal dan eksternal, yang mana publik sebagai receiver atau orang yang menerima informasi akan menilai dan menanggapi terhadap pesan atau informasi yang disampaikan melalui media tersebut. Tanggapan dari masyarakat yang berupa persepsi akan dan opini adalah sebagai effect dari adanya komunikasi.

Namun secara teoritis semua bentuk proses komunikasi diatas itu terjadi pada dua publik, yang mana menurut Onong<sup>131</sup> komunikasi dalam organisasi terjadi pada: a) Komunikasi internal, yaitu komunikasi yang berada di dalam organisasi secara timbal balik. Komunikasi internal ini dibagi menjadi tiga macam yaitu, 1) komunikasi vertikal, yaitu komunikasi dari bawahan ke pimpinan secara timbal balik; 2) komunikasi horizontal, yaitu komunikasi secara mendatar antara karyawan dengan karyawan, dosen dengan dosen dan mahasiswa dengan mahasiswa; 3) komunikasi diagonal, yaitu komunikasi dalam organisasi antara orang yang berbeda kedudukannya. Sedangkan b) Komunikasi eksternal, yaitu komunikasi dengan publik diluar organisasi. Dalam hal ini dibagi menjadi dua jalur yang berlangsung secara

---

<sup>131</sup> Onong Uchjana, Human Relation dan Public Relation, (Bandung : Mandar Maju, 1993), hlm. 22

timbang balik yaitu komunikasi dari organisasi ke khalayak luar atau dari khalayak luar ke organisasi.

Teori diatas sesuai dengan komunikasi yang yang terjadi di IAIN Madura yang mana publik komunikasi terdiri dari publik internal dan eksternal, dalam komunikasi internal yang dilakukan oleh IAIN Madura dapat dilihat dari bagaimana proses terjadinya komunikasi, proses interaksi yang dilakukan di IAIN Madura dilakukan oleh pimpinan kepada bawahannya, baik staf, karyawan, dosen maupun mahasiswa, dan juga komunikasi antara bawahan dengan bawahan. adanya kegiatan rapat yang diselenggarakan dikampus untuk menyusun program dan mengevaluasinya serta proses koordinasi yang dilakukan pimpinan kepada bawahannya, maka dari itu dapat dipastikan bahwa konsistensi komunikasi berjalan dengan baik. Sedangkan komunikasi eksternal yang terjadi di IAIN Madura adalah sebuah proses komunikasi dengan pihak luar, baik yang dilakukan dengan pemerintah, tokoh masyarakat, maupun masyarakat umum (stakholder) perguruan tinggi yang sifatnya timbal baik antara perguruan tinggi dengan masyarakat.

### **C Respon Stekeholders Terhadap Humas di IAIN Madura**

Adanya respon dari stakeholders di IAIN Madura karena adanya komunikasi yang dibangun oleh humas IAIN Madura, menurut onong komunikasi dalam manajemen itu dibagi menjadi dua yaitu:<sup>132</sup>

---

<sup>132</sup> Onong Uchjana, Human Rektion dab Public Relation, (Bandung : Mandar Maju, 1993), hlm. 22

- a. Komunikasi internal, yaitu komunikasi yang berada di dalam organisasi secara timbal balik. Komunikasi internal ini dibagi menjadi tiga macam yaitu, 1) komunikasi vertikal, yaitu komunikasi dari bawahan ke pimpinan secara timbal balik; 2) komunikasi horizontal, yaitu komunikasi secara mendatar antara karyawan dengan karyawan, dosen dengan dosen dan mahasiswa dengan mahasiswa; 3) komunikasi diagonal, yaitu komunikasi dalam organisasi antara orang yang berbeda kedudukannya.
- b. Komunikasi eksternal, yaitu komunikasi dengan publik diluar organisasi. Dalam hal ini dibagi menjadi dua jalur yang berlangsung secara timbal balik yaitu komunikasi dari organisasi ke khalayak luar atau dari khalayak luar ke organisasi.

Dengan demikian, respon yang diberikan stakeholders di IAIN Madura sesuai dengan pendapat di atas dikarenakan respon terhadap humas IAIN Madura dari dua sisi, yaitu respon internal dan respon eksternal. Respon stakeholders terhadap humas di IAIN Madura diantaranya adalah respon dari a) dosen IAIN Madura, humas dalam menyampaikan informasi terkait program dan layanan kampus sudah berjalan sesuai fungsinya, b) mahasiswa IAIN Madura, adanya humas sangat memberikan hal positif bagi mahasiswa karena mahasiswa dapat membaca informasi baik di media massa atau media online, c) tokoh masyarakat, kerjasama yang dilakukan bidang pengabdian masyarakat dan kegiatan keagamaan.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian yang berjudul “manajemen humas dalam menarik minat masyarakat di IAIN Madura”. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen humas dalam menarik minat masyarakat di IAIN Madura, yaitu sebagai berikut

1. Manajemen humas dalam menarik minat masyarakat di IAIN Madura. Perencanaan program humas yang meliputi, perencanaan fisik, fungsional, perencanaan secara luas, serta perencanaan yang dikombinasikan. Pengorganisasian disesuaikan dengan bidang kerjasama yang dilakukan disetiap devisi. Pelaksanaan program humas meliputi, menjalin kerjasama dengan pihak internal dan eksternal kampus demi tercapinya program humas. Evaluasi humas, dilakukan setiap akhir kegiatan.
2. Adapun pola komunikasi yang dilakukan di IAIN Madura dalam hubungan masyarakat melalui unsur-unsur komunikasi, yang mana penyampaian pesan yang dilakukan atas dasar hasil kebijakan pimpinan kampus melalui musyawarah. Pesan disampaikan dengan melalui brosur, spanduk, dan media lainnya seperti surat menyurat, media koran, media online dan website IAIN Madura sebagai media komunikasi. Pihak yang menerima pesan atau informasi adalah publik internal dan eksternal IAIN Madura

yang juga sebagai publik yang merespon terhadap apa yang ia terima dari organisasi atau perguruan tinggi.

3. Respon stakeholders terhadap humas di IAIN Madura diantaranya adalah respon dari a) dosen IAIN Madura, humas dalam menyampaikan informasi terkait program dan layanan kampus sudah berjalan sesuai fungsinya, b) mahasiswa IAIN Madura, adanya humas sangat memberikan hal positif bagi mahasiswa karena mahasiswa dapat membaca informasi baik di media massa atau media online, c) tokoh masyarakat, kerjasama yang dilakukan bidang pengabdian masyarakat dan kegiatan keagamaan.

## **B Saran**

1. Bagi Rektor IAIN Madura

Memberikan dukungan kepada seluruh *stakeholders* kampus, untuk menjalankan tugas sesuai dengan programnya masing-masing, sehingga dalam upaya menyatukan visi dan misi akan mudah dicapai, khususnya dalam menarik minat masyarakat.

2. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat melakukan analisis dan kajian lebih mendalam yang berkaitan tentang manajemen humas dalam menarik minat masyarakat di perguruan tinggi sehingga mampu mengembangkan apa yang sudah peneliti temukan di lapangan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Andreas Wato, 2010, Manajemen Hubungan Masyarakat pada Sekolah Inklusi. Studi Multi Kasus pada SMPN 18 dan SMPK Bhakti Luhur Malang, Tesis. Malang, UM.
- Arief Kurniawan, 2009, Hubungan Antara Minat Terhadap Media Pornografi Dengan Intensi Pacaran Pada Siswa-Siswi SMP H.Isriati Semarang Tahun Ajaran 2008/2009, Skripsi Strata Satu, Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- B.Suryosubroto, 2012, Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Realtions). Jakarta: Rineka Cipta..
- Departemen Pendidikan Nasional, 2007, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka
- Djumhur, 1975, *Bimbingan dan Penyuluhan di Sekolah*. Bandung: CV Ilmu.
- H. Abu Ahmadi, 2003, Ilmu Sosial Dasar, Cet. III. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hadari Nawawi, tt, *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Hani Handoko, 2003., Manajemen, Yogyakarta: PT. BPFEE.
- Kartini Kartono, 1996, *Pengantar Metodologi Riset Social*. Bandung: Mandar Maju.
- Koentjaraningrat, 2003, Pengantar Antropologi I, Jakarta: Rineka Cipta.
- Lexy J. Meloeng, 2005, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lilis Yuliati, 2011,, Jurnal Walisongo (Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat), Volume 19, Nomor 1, Mei.

- Morissan, 2008, *Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nasution, 1981, *Minat Membaca Sastra Pelajar SMA Kelas III DKI Jakarta*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud.
- Neong Muhajir, 1994, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Reke Sarasian.
- Ngalim Purwanto, 1995, *Ngalim Purwanto, Adminiatrasi dan Supervisi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Robert Bogdam dan Sari R. Biklen, 1982, *Qualitative Resreach for ducation An Introduction to Theory and Methodes*. Boston: Allyn and Bacon.
- Shaleh Abdul Rahman, Muhibb Abdul Wahab, 2004, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta: Prenada Media.
- Shintia Sabrina, 2014, *Pengelolaan Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (Husemas) di SMA Negeri 2 x11 Enam Lingkungn Kabupaten Padang Pariaman*, “, *Jurnal Administrasi Pendidikan*” Volume 2 Nomor 1, Juni.
- Suharsimi Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Susana Aliyannata, 2016, *Manajemen Strategi Humas Dalam Promosi Penerimaan Siswa Baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 Simo Tahun Pelajaran 2015/2016*, Tesis. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Sutrisno Hadi, 1991, *Metodologi Research II*. Jakarta: Andi Ofset.
- Ujang Didi Supriyadi, 2010, *Jurnal Ilmu Pendididkan (Pelaksanaan BOS Dan Minat Masyarakat Mengikuti Pendidikan Dasar Gratis)*, Jilid 17, Nomor 1, Februari.

Undang-Undang Dasar Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Wahid Murni & Nur Ali, 2008, *Penelitian Tindakan Kelas, Pendidikan Agama dan Umum: Disertai Contoh Hasil Penelitian*. Malang: UIN Maliki Press.

Wahid Murni, 2008, *Cara Mudah Menulis Proposal dan Laporan Penelitian Lapangan, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif (Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*. Malang: UIN Press.

Wahid Murni, 2008, *Menulis Proposal dan Laporan Penelitian Lapangan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Malang: UIN Program Pasca Sarjana.

Yosal Iriantara, 2013, *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Zulkarnain Nasution, 2010, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA  
JURUSAN TARBİYAH**

Jln. Raya Panglegur Km. 4 Telp (0324) 327248 Fax. (0324) 322551 Pamekasan 69371  
Website: tarbiyah.stainpamekasan.ac.id E-mail: tarbiyah@iainmadura.ac.id

Pamekasan, 10 Juli 2020

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: /In. 38/FT/TL.00./07/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mustajab, S.Ag, S.IPI, M.Pd  
NIP : 197606052005011006  
Jabatan : Kasubag Hubungan Masyarakat  
Unit Kerja : Institut Agama Islam Negeri Madura

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : Imam Basofi  
NIM : 18710038  
Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam UIN Maliki Malang

Mahasiswa yang tersebut diatas benar-benar melaksanakan kegiatan penelitian dengan judul Manajemen humas dalam menarik minat masyarakat pelaksanaan mulai tanggal 28 Juni s.d 8 Juli 2020. Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pamekasan, 10 Juli 2020

Kasubag Humas IAIN Madura,



**Mustajab, S.Ag, S.IPI, M.Pd**  
NIP. 197606052005011006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133  
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: [pps@uin-malang.ac.id](mailto:pps@uin-malang.ac.id)

Nomor : B-060/Ps/TIM.01/06/2020  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

09 Juni 2020

Kepada  
Yth. Rektor IAIN Madura  
  
di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

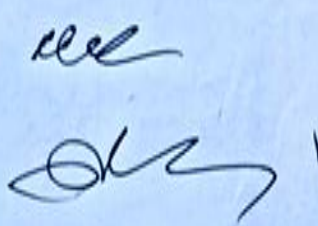
Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Imam Basofi  
NIM : 18710038  
Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam  
Dosen Pembimbing : 1. Dr. H.Sugeng Listyo Prabowo, M.Pd  
2. Dr. H.Ahmad Barizi, M.A  
Judul Tesis : Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Masyarakat Di Institut Agama Islam Negeri Madura

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Direktur,  
  
Umi Sumbulah



**INFORMAN : MAHASISWA**

1. Apa yang menjadikan Anda tertarik untuk masuk di IAIN Madura?
2. Apa yang Anda ketahui tentang IAIN Madura?
3. Dari manakah Anda mendapat info tentang IAIN Madura?
4. Bagaimana tanggapan orang tua Anda tentang Anda kuliah di IAIN Madura?
5. Jurusan apa yang Anda ambil?
6. Sebagai mahasiswa, apa tanggapan Anda tentang IAIN Madura?
7. Menurut Anda, apakah humas di IAIN Madura sudah berfungsi dengan baik?

**INFORMAN : MASYARAKAT/ ORANG MAHASISWA**

1. Bagaimana tanggapan Anda tentang IAIN Madura?
2. Bagaimana tanggapan Anda ketika putrid/ putra Anda ingin kuliah di IAIN Madura?
3. Mengapa Anda menaruh kepercayaan terhadap IAIN Madura?
4. Menurut Anda , bagaimana kinerja humas IAIN Madura?
5. Apakah bapak/ ibu yakin bahwa anak nya akan mempunyai skill yang mumpuni ketika lulus?

**INFORMAN: HUMAS****A. Perencanaan Manajemen Humas**

1. Bagaimana gambaran umum humas di IAIN Madura?
2. Apa tujuan utama dari keberadaan humas di IAIN Madura?
3. Bagaimana proses perencanaan manajemen humas ?
4. Apa saja program yang yang direncanakan ? Adakah program rutin maupun program insidental?
5. Kapan pelaksanaan perencanaan manajemen humas?
6. Dimana biasanya pelaksanaan perencanaannya?
7. Apakah proses perencanaan manajemen humas melibatkan pihak luar kampus seperti masyarakat (orang tua) dan lainnya?
8. Dalam kategori apa saja yang masuk dalam program kerja humas?

9. Apakah faktor penghambat dalam proses perencanaan program humas dan bagaimana mengatasi kendala tersebut?
10. Apa saja faktor pendukung dalam perencanaan humas?
11. Bagaimana rencana ke depan dalam pengembangan manajemen humas guna meningkatkan fungsi humas?
12. Dukungan apa saja yang diberikan oleh lembaga, untuk menguatkan organisasi humas? (Pendanaan, kerjasama dengan lembaga lain, dll)

### **B. Pelaksanaan Manajemen Humas**

1. Seberapa berhasilkah program humas selama ini dalam menarik minat masyarakat?
2. Untuk mempromosikan Kampus ke masyarakat, humas menggunakan cara apa saja?
3. Untuk menyampaikan informasi-informasi ke wali murid, humas menggunakan alat apa saja?
4. Apakah ada fasilitas khusus yang menghubungkan dengan masyarakat sekitar terkait dengan penyumbangan ide, masukan dan kritikan untuk kemajuan Kampus?
5. Fasilitas IT. Apakah humas memanfaatkannya dengan maksimal fasilitas IT dalam proses manajemennya?
6. Humas bertugas untuk mengkomunikasikan informasi baik dengan pihak internal maupun eksternal. Unit internal apa saja yang menjadi mitra kerja humas?
7. Bentuk kerjasama seperti apa yang humas jalin dengan unit tersebut?
8. Apakah cara khusus dari humas untuk menarik minat masyarakat agar masuk ke IAIN Madura?
9. Bagaimana keterlibatan team work, pengurus Kampus, dan guru dalam pelaksanaan program humas?
10. Bagaimana strategi manajemen humas agar program-program humas dapat berjalan dengan baik dan efektif?
11. Media (web, brosur, bulletin, papan nama, siaran, pameran, dll) apa saja yang dimiliki dan dilakukan oleh lembaga?

12. Adakah pihak eksternal yang bekerja sama dalam pelaksanaan program humas?
13. Peralatan (camera, LCD, monitor, dll) apa saja yang digunakan untuk menunjang program humas?
14. Bagaimana kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan manajemen humas?
15. Apa saja faktor pendukung pelaksanaan manajemen humas?
16. Bagaimana strategi humas dalam menarik minat masyarakat?
17. Bagaimana cara humas dalam membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan pemerintah maupun lembaga-lembaga lain? (bisa juga dunia industri)

### **C. Evaluasi Manajemen Humas**

1. Bagaimana pelaksanaan evaluasi program humas ?
2. Bagaimana bentuk evaluasi dalam setiap kegiatannya? (observasi, perekaman, diskusi, kuisioner, pendapat, dll)
3. Bagaimana keterlibatan pihak internal (guru dan karyawan) dan eksternal (masyarakat) dalam pelaksanaan evaluasi program humas?
4. Bagaimana pengawasan/ pengendalian dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasinya?
5. Apa rencana ke depan guna mengembangkan manajemen humas dari hasil selama ini?

### **INFORMAAN : REKTOR/WAREK**

1. Menurut bapak, makna humas di Kampus ini bagaimana?
2. Semakin berkembangnya Kampus, peminat yang banyak, apakah itu suatu bentuk dari kerja keras humas?
3. Menurut bapak, seberapa besar peran humas dalam menarik minat masyarakat?
4. Kampus ini memiliki manajemen yang bagus. Tentu tidak terlepas dari manajemen humas yang berjalan cukup baik. Menanamkan kepercayaan kepada masyarakat tentunya bukan suatu hal yang mudah. Lalu apakah dalam

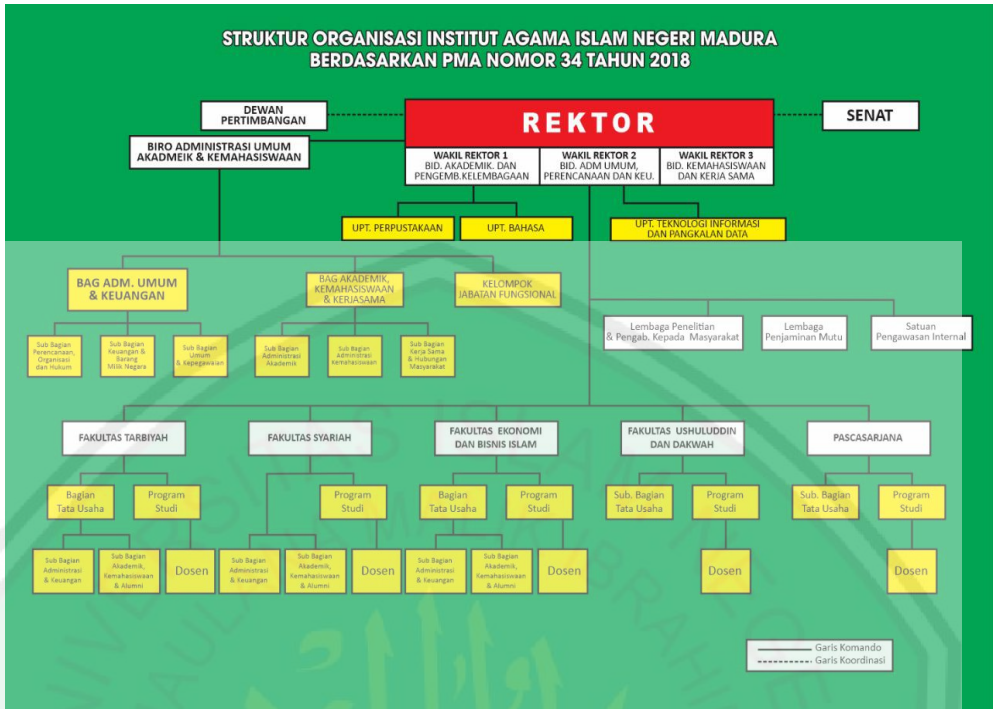


perencanaan, pelaksanaan serta evaluasinya, apakah kepala Kampus juga ikut terlibat?

5. Dalam pengevaluasian program humas, tentu dalam evaluasi kita masih menemukan kekurangan. Lalu bagaimana tindak lanjut dari evaluasi tersebut. Contohnya apa?
6. Apa prinsip utama dari IAIN Madura?
7. Apa saja program Kampus yang menjadi ciri khas Sehingga sampai saat ini IAIN Madura tetap mempunyai tempat istimewa di hati masyarakat?
8. Dalam mempromosikan, tentunya Rektor juga berperan penting dalam mengemas agar kampus ini mendapatkan image yang baik di mata masyarakat. Itu bagaimana pak?
9. Terkait dengan evaluasi proker seluruh unit di kampus ini khususnya humas, apakah ada tindak lanjut dari hasil evaluasi tersebut yang khusus dilakukan oleh pihak pimpinan/rektor?

#### **INFORMAN : STAKEHOLDERS**

1. Bagaimana kinerja humas di IAIN Madura
2. Menyebarkan brosur, memasang spanduk, sebagai bentuk promosi itu tugas siapa pak?
3. Perencanaan program kegiatan kesiswaan itu apakah dibentuk khusus oleh pokja atau kemahasiswaan sendiri? Serta evaluasinya seperti apa?
4. apakah stakeholders ikut aktif dalam program humas?



Struktur Organisasi IAIN Madura



WEBSITE IAIN Madura



KPM (Kuliah Pengabdian Masyarakat)



Kegiatan Ikatan Alumni IAIN Madura



Kerjasama Dengan Koperasi Syariah Se Pamekasan



Kerjasama ISO IAIN Madura bersama UIN Maliki Malang

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**Nama** : Imam Basofi  
**NIM** : 18710038  
**Alamat** : Dsn. Pancor Ds. Ambender, Kec. Pegantenan, Kab. Pamekasan, Madura

**Tempat Tanggal Lahir** : Pamekasan, 20 Juli 1997

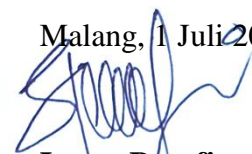
**Program Studi** : Magister Manajemen Pendidikan Islam

**No. Telp/Hp** : 0859-6721-1560

**Riwayat Pendidikan** :

1. MI Darul Ulum Sumber Lompang : 2008
2. MTs Negeri Model Sumber Bungur Pakong : 2011
3. MAS Sumber Bungur Pakong : 2014
4. S1 Manajemen Pendidikan Islam STAIN Pamekasan : 2018
5. S2 Manajemen Pendidikan Islam UIN Maulana Malik Ibrahim Malang : 2020

Malang, 1 Juli 2020

  
**Imam Basofi**  
**NIM: 18710038**