

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan salah satu sudut penting untuk membentuk sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas agar tetap sadar akan perkembangan zaman yang semakin maju.

Sesuai yang tertera dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 31 Ayat (3) :

“Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional, yang meningkatkan keimanan dan ketakwaan serta akhlak mulia dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, yang diatur dengan undang-undang. Pengetahuan keterampilan, sikap dan nilai-nilai sosial merupakan aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai upaya meningkatkan kualitas manusia. Dengan terpenuhinya aspek-aspek tersebut maka diharapkan dapat menunjang peningkatan pengembangan sumber daya manusia (SDM) melalui *life skill* yang akan menjadi bekal menyesuaikan diri untuk bertahan hidup di masa yang akan datang”

Kehidupan seorang anak tidak hanya dibentuk oleh rumah dan komunitas mereka, tetapi juga oleh institusi pendidikan yang mereka hadiri. Umumnya, organisasi pendidikan adalah tempat siswa didorong untuk berkonsentrasi di bawah pengawasan dan persiapan seorang pendidik. Siswa juga menggunakan lembaga pendidikan sebagai lokasi utama mereka selama tahap pengembangan sikap, keterampilan, dan pengetahuan.¹

Peran orang tua dan peserta didik dalam membantu terselenggaranya proses pendidikan sangat menentukan perkembangan pendidikan, maka partisipasi

¹Juhji, Bernadheta Nadeak, Opan Arifudin dkk, *Manajemen Humas Pada Lemabaga Pendidikan*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020), 5

masyarakat juga tidak terlepas dari perkembangannya. Pikiran akan mengembangkan rasa tanggung jawab yang lebih besar untuk membangun generasi penerus melalui proses pendidikan siswa semakin banyak masyarakat mendukung dan berpartisipasi dalam pendidikan. Manajemen yang baik diperlukan untuk memperkenalkan masyarakat kepada lembaga pendidikan melalui pengelolaan humas sebagai pusat informasi yang dikelola melalui program sosialisasi guna meningkatkan minat partisipasi masyarakat terhadap pendidikan. Para eksekutif periklanan merupakan tempat yang harus ada dalam sebuah organisasi pendidikan, saat ini banyak yayasan pendidikan yang dapat dengan cepat menumbuhkan organisasi yang hebat, khususnya dalam bidang humas.

Oleh karena itu, humas di lembaga pendidikan dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan secara sengaja, terencana, dan berkesinambungan yang bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan positif dengan orang tua siswa sebagai pengguna. Masyarakat umum (pengguna) dapat memahami, mempercayai, dan mendukung program-program yang diselenggarakan lembaga pendidikan dengan memberikan penjelasan yang memadai sesuai dengan kebijakan dan prosedur tersebut.²

Kegiatan humas (*public relation*) pada hakekatnya adalah komunikasi. Tindakan menyampaikan pesan kepada orang lain dengan maksud mempengaruhi pikiran, keyakinan, atau tindakan mereka baik secara lisan maupun tulisan dikenal sebagai komunikasi. Namun, komunikasi PR berbeda dari bentuk komunikasi

² Juhji, Bernadheta Nadeak, Opan Arifudin dkk, *Manajemen Humas.....*. 6

lainnya. Dalam hubungan masyarakat, komunikasi berbentuk komunikasi timbal balik (*two way traffi*). Dengan komunikasi yang sesuai ini, sekolah mendapat manfaat dengan memperoleh kepercayaan dari daerah setempat, dan daerah setempat mendapat manfaat dengan benar-benar yakin menyekolahkan anak-anak mereka ke sekolah yang tepat.

Kemampuan humas untuk memupuk hubungan yang baik antara semua bagian dalam landasan instruktif untuk memberikan pemahaman, mendorong dan menumbuhkan kebaikan dan kebaikan orang pada umumnya dan mendapatkan penilaian populer yang positif atau untuk berpartisipasi dalam terang hubungan baik dengan orang pada umumnya.

Seiring perkembangan zaman pada saat ini daya saing pada lembaga pendidikan semakin pesat, maka diperlukanlah pengelolaan humas yang baik. Bagaimana kita terus membangun citra untuk menjual produk dan tetap kompetitif akan ditentukan oleh manajemen hubungan masyarakat yang efektif. Kita bisa mengembangkan kemitraan dengan berbagai pihak dengan mengelola kehumasan. Dengan demikian, kita dapat meningkatkan kemampuan mengiklankan dewan dalam landasan pendidikan, sebagai upaya untuk membangun asosiasi dengan berbagai pihak seperti lingkungan sekitar, organisasi administrasi, tokoh masyarakat, dll. Hal ini tertuang dalam Q. S. Al-Hujurat/49 :13

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ۝ ١٣

Menurut Tafsir Al-Misbah pada surah Al-Hujurat ayat 13 yaitu tentang prinsip dasar hubungan antar manusia. Yang dimana pada ayat ini tidak lagi

menggunakan panggilan yang ditujukan kepada orang-orang beriman, tetapi kepada jenis manusia.

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap manusia memiliki derajat kemanusiaan yang sama di mata Allah, tanpa memandang sukunya. Karena segala sesuatu diciptakan oleh laki-laki dan perempuan, maka tidak ada perbedaan nilai kemanusiaan antara laki-laki dan perempuan.

Pengantar tersebut mengantar pada kesimpulan yang disebut oleh penggalan terakhir ayat ini yakni *“Sesungguhnya yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah ialah yang paling bertakwa”*. Oleh karena itu, berusaha untuk meningkatkan ketakwaan untuk menjadi yang paling agung dalam melihat Allah. Dengan menunjukkan persamaan derajat manusia, ayat ini menekankan kesatuan asal usul manusia. Tidaklah wajar seseorang bangga terhadap dirinya sendiri dan merasa lebih unggul dari orang lain, baik berbeda bangsa, suku, warna kulit, dll, maupun sesama jenis.

Semakin kuat pengenalan satu pihak kepada selainnya, semakin terbuka peluang untuk saling memberi manfaat. Karena itu, ayat di atas menekankan perlunya saling mengenal. Perkenalan itu dibutuhkan untuk saling menarik pelajaran dan pengalaman pihak lain guna meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT. Yang dampaknya tercermin pada kedamaian dan kesejahteraan hidup duniawi dan kebahagiaan ukhrawi. Manusia yang baik dan istimewa adalah yang memiliki akhlak yang baik terhadap Allah dan terhadap sesama makhluk.³

³ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah cet ke-5*, (Jakarta: Lentera Hati, 2012), 615-618

Dari pemaparan di atas dapat diketahui secara sederhana bahwa hubungan yang harmonis antara sesama manusia amat sangat penting keberadaannya. Adapaun keterkaitannya dalam pengelolaan manajemen humas peneliti beranggapan bahwa dengan semakin baiknya pihak lembaga pendidikan melakukan manajemen humas yang bersifat persuasif dengan memanfaatkan berbagai macam media sosial yang ada secara tidak langsung akan meningkatkan keterkaitan masyarakat untuk menempatkan anak-anak mereka pada lembaga pendidikan yang bersangkutan. Lebih dari itu manajemen humas juga berperan dalam membentuk agar bagaimana sekolah atau lembaga pendidikan memiliki citra yang baik dimata masyarakat dengan tetap mengedepankan prinsip objektivitas. Oleh karena itu penting bagi pihak sekolah selaku penyedia jasa pendidikan untuk selalu menjaga agar hubungannya dengan masyarakat tetap berjalan harmonis.

Oleh karena itu dapat dipahami dengan baik bahwa humas suatu yayasan pendidikan adalah gerakan yang dilakukan oleh organisasi pendidikan dengan tujuan, rencana dan perkembangan untuk mengatur dan mendorong hubungan yang menyenangkan dengan para wali. penjelasan tentang kebijakan dan tindakan lembaga agar masyarakat (pengguna) memahami, meyakini, dan mendukung program-program yang ditawarkan lembaga.

Pada fungsinya, manajemen humas juga perlu meningkatkan kemampuan komunikasi dalam penyampaian informasi, karena komunikasi bersifat sebagai proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol, kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dll. Bagian humas selain harus menguasai komunikasi juga harus menyeimbangkan

penguasaan teknologi informasi dengan penguasaan komunikasi. sehingga fungsi humas pusat informasi dapat berjalan efektif dan efisien.

Bagian humas juga harus mengurus aspek pemasaran selain melayani media. Di sinilah peran humas dalam membuat kegiatan lembaga diketahui. Analisis dilakukan sebagai bagian dari fungsi manajemen pemasaran untuk memastikan pasar dan lingkungan pemasarannya, serta peluang penguasaan pasar dan ancaman yang akan dihadapi. Teknik dalam bidang periklanan sangat vital, agar pekerjaan periklanan luar dapat berjalan dengan baik. Situs web dan media sosial kini semakin memudahkan pengembangan strategi pemasaran modern yang dapat dimanfaatkan kapan saja dan dari lokasi mana saja. Namun, juga harus diimbangi dengan media cetak seperti majalah, brosur, spanduk, dan sebagainya.

Dalam hal ini, pengelolaan humas pusat informasi dan pemasaran memiliki dampak yang signifikan terhadap lembaga pendidikan.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di MAN 2 Hulu Sungai Utara menunjukkan bahwa pengelolaan manajemen humasnya sebagai pusat informasi dan pemasaran sudah berkembang dengan baik. Maka dari itu penulis ingin memfokuskan penelitian pada pengelolaan manajemen humas sebagai pusat informasi dan pemasaran.

B. Definisi Operasional

1. Pengelolaan Humas

Pengelolaan humas adalah jalannya pemeriksaan, penataan, pelaksanaan, dan penilaian suatu gerakan korespondensi yang didukung oleh asosiasi. Dimana seorang praktisi dalam kegiatan kehumasan dapat melakukan proses manajemen kehumasan.

Fungsi atau tahapan-tahapan dalam manajemen humas merupakan proses yang meliputi hal-hal berikut; Perencanaan (*planning*) meliputi: membuat rencana, memprediksi apa yang akan terjadi, menetapkan standar, tujuan, dan prosedur, pengorganisasian (*organizing*) meliputi; mendelegasikan dan menugaskan wewenang, membentuk bagian-bagian, penyusunan formasi (*staffing*) meliputi; memutuskan kebutuhan manajemen yang harus ditangani, memimpin (*leading*) meliputi; mewajibkan orang lain untuk melaksanakan tanggung jawabnya, mendorong dan memotivasi bawahan, serta menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, pengawasan (*controlling*), fungsi terakhir manajemen ini mencakup; penyusunan standar kuantitas dan kualitas hasil kerja, baik berupa produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan atau organisasi, dengan maksud untuk mencapai target produktivitas dan membangun citra positif.⁴

Namun untuk penelitian ini dibatasi dengan memfokuskan yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pelaksanaan pengelolaan humas sebagai pusat informasi dan pemasaran di MAN 2 Hulu Sungai Utara

⁴ Dakir, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Era Global* (Yogyakarta: K-Media, 2018), 5-6

2. Pusat Informasi

Menurut KBBI, pusat / *pu-sat* / merupakan tempat yang terletak ditengah ; titik yang ditengah-tengah benar (dalam bulatan bola , lingkaran, dan sebagainya); pusat;pokok pangkalan atau menjadi pumpunan (berbagai urusan, hal, dan sebagainya).

Informasi merupakan data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasi untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan.⁵

Informasi yang dimaksud disini adalah bagaimana humas itu berperan penting sebagai mediator komunikasi dalam sebuah lembaga pendidikan, baik itu secara langsung (tatap muka) maupun secara tidak langsung (melalui media), yaitu dengan menciptakan dan mendukung serta menunjang kegiatan yang dilakukan untuk proses mempublikasikan lembaga pendidikan dengan cara pembuatan berita tulis dan pembuatan berita video berisikan tentang kegiatan-kegiatan disekolah.

3. Pemasaran

Istilah pemasaran (*marketing*) yaitu identik dengan perusahaan-perusahaan sehingga istilah tersebut tidak begitu akrab bagi bidang pendidikan. Seiring dengan perkembangan kajian dalam bidang administrasi pendidikan, kajian tentang pemasaran diadopsi dalam bidang pendidikan. *America Marketing Association* (AMA) telah sepakat bahwa aktivitas , serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaika, dan mempertukarkan tawaran

⁵ Elisabet Yunaeti Anggraeni, Rita Irviani, *Pengantar Sistem Informasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2017), 12

yang bernilai bagi pengan, klien, mitra, dan masyarakat luas. Definisi pemasaran marketing sering dipahami terbatas sebagai penjualan atau periklanan.⁶

Pemasaran yang dimaksud disini adalah strategi bagaimana melakukan berbagai aktifitas agar terjadi pertukaran (*exchage*) antaraa produsen dengan konsumen. Dalam hal ini pendidikan, pemasaran mengatur strategi dan cara agar konsumen mau mengeluarkan uang yang mereka miliki untuk menggunakan jasa yang disediakan lembaga pendidikan.

C. Fokus Penelitian

Dari uraian latar belakang yang telah saya jabarkan berdasarkan judul yaitu “Pengelolaan Manajemen Humas Sebagai Pusat Informasi dan Pemasaran di MAN 2 Hulu Sungai Utara” yang memfokuskan pada Pengelolaan Manajemen Hubungan Masyrakat Sebagai Pusat Informasi dan Pengelolaan Manajemen Humas Sebagai Media Pemasaran , sehingga penelitian ini akan menimbulkan beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan pengelolaan humas sebagai pusat informasi dan pemasaran di MAN 2 Hulu Sungai Utara?
2. Bagaimana pelaksanaan pengelolaan humas sebagai pusat informasi dan pemasaran di MAN Hulu Sungai Utara?
3. Bagaimana evaluasi pengelolaan humas sebagai pusat informasi dan pemasaran di MAN 2 Hulu Sungai Utara?

⁶ Ahmad Juhaidi, “Arah Baru Kajian Administrasi Pendidikan”, (Banjarmasin: Amtasari Press, 2019), 110

D. Tujuan Penelitian

Dari uraian fokus penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mendiskripsikan perencanaan pengelolaan humas sebagai pusat informasi dan pemasaran di MAN 2 Hulu Sungai Utara.
2. Untuk mendiskripsikan pelaksanaan pengelolaan humas sebagai pusat informasi dan pemasaran di MAN 2 Hulu Sungai Utara.
3. Untuk mendiskripsikan evaluasi pada pengelolaan humas sebagai pusat informasi dan pemasaran di MAN 2 Hulu Sungai Utara.

E. Signifikan Penelitian

1. Signifikan Teoritis

Dapat memperdalam ilmu manajemen yang dipadukan dengan kehumasan, sehingga dapat mempelajari peran manajemen kehumasan institusi pendidikan dalam aspek informasi dan pemasaran institusi, seperti:

- a. Kontribusinya terhadap dunia pendidikan dalam ilmu Manajemen kehumasan
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan -wawasan tentang manajemen kehumasan sebagai pusat informasi bagi lembaga pendidikan
- c. Peningkatan pengetahuan ilmiah dan strategi pemasaran bagi lembaga pendidikan

2. Signifikan Praktis

- a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan sekaligus pengalaman selama melakukan studi pada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin
- b. Untuk menghadapi berbagai masalah yang berkaitan dengan pengelolaan Manajemen Humas, khususnya pada Unit Humas dan Sekretariat serta sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam upaya membangun citra di MAN 2 Hulu Sungai Utara.
- c. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

F. Penelitian Terdahulu

Pada dasarnya penelitian terdahulu dilakukan untuk melihat sejauh mana kebaruan antara penelitian yang dilakukan sekarang dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Selain itu, penelitian terdahulu juga digunakan untuk menghindari terjadinya plagiasi dan juga untuk memperjelas variabel-variabel yang ada dalam sebuah penelitian. Penelitian terdahulu yang ada pada proposal ini sebagian besar berasal dari dunia akademis dengan bahasan yang hampir sama dalam beberapa hal. Dari beberapa kajian yang sudah peneliti lakukan memang belum terlalu banyak penelitian yang mengangkat isu berkenaan dengan ‘Peran Manajemen Humas Sebagai Pusat Informasi dan Pemasaran Lemabaga Pendidikan’ akan tetapi ada beberapa hal yang menurut peneliti hampir mirip dengan tema yang akan peneliti bahas, diantaranya.

1. Lia Datun Alfiyah, *Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Peran Serta Masyarakat Dalam Pendidikan Di SMA Takhasus Plus Al-Mardliyyah Kaliwungu Selatan Kendal*. Jenis Penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif atau penelitian lapangan.

Hasil Penelitian ini ialah perencanaan manajemen humas Ingin meningkatkan dukungan daerah dalam pelatihan di SMA Takhasus Selain Al-Mardliyyah Kaliwungu Selatan Kendal meliputi daerah dalam sekolah (Waka humas, kepala sekolah, pendidik) dan daerah luar sekolah (Ketua komite dan perwakilan orang tua siswa) Kegiatan sosialisasi untuk meningkatkan kerjasama daerah dalam pendidikan di SMA Takhasus Plus Al-Mardliyyah Kaliwungu Selatan Kendal selesai dengan jadwal yang telah ditentukan, namun masih ada program-program yang diketahui berada di luar persiapan. Meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pendidikan melalui pelaksanaan program dengan memanfaatkan dukungan media untuk menginformasikan dan berkomunikasi baik dengan warga sekolah internal maupun eksternal. Media massa seperti siaran radio, surat kabar, Instagram, dan Whatsapp dimanfaatkan. Rapat, papan informasi sekolah, dan acara yang disponsori sekolah adalah contoh media internal.⁷

Perbedaan dalam penelitian tersebut walaupun mempunyai variabel yang sama, yaitu manajemen humas, akan tetapi penelitian ini lebih menyoroti kepada meningkatkan peran serta masyarakatnya didalam manajemen humas.

⁷ Lia Datun Alfiyah, Skripsi “ *Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Peran Serta Masyarakat Dalam Pendidikan Di SMA Takhasus Plus Al-Mardliyyah Kaliwungu Selatan Kendal*” (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2021), 93

Program dan kegiatan, tujuan dan tindakan, pelaksanaan dan tanggal pelaksanaan adalah bagian dari persiapan perencanaan. Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan ini lebih menyoroti tentang kinerja humas sebagai pusat informasi dan pemasaran disekolah tersebut.

2. Mazri, Pelaksanaan Manajemen Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Wali Murid Di MAS Muhamadiyah 2 Al-Furqan Banjarmasin. Jenis Penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif atau penelitian lapangan.

Berdasarkan hasil dari analisis data yaitu bentuk bentuk operasional pelaksanaan hubungan sekolah dengan masyarakat dalam meningkatkan partisipasi wali murid di MAS Muhammadiyah 2 Al-Furqan Banjarmasin

- a. Dengan melihat program sarana dan prasarana
- b. Dengan melihat program partisipasi madrasah dan keikutsertaan sivitas dalam kegiatan masyarakat sekitar
- c. Dengan melihat program olahraga dan kesenian
- d. Dengan melihat program karyawisata Mengikut sertakan tokoh-tokoh/pakar-pakar/masyarakat dalam Dengan melihat program karyawisata
- e. Mengikutsertakan tokoh-tokoh/pakar-pakar/masyarakat dalam kegiatan kulikuler dan ekstrakulikuler ⁸

Perbedaan dalam penelitian tersebut walaupun mempunyai variabel yang sama, yaitu tentang manajemen humas, akan tetapi penelitian ini lebih menyoroti

⁸ Mazri, Skripsi “ *Pelaksanaan Manajemen Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Wali Murid Di MAS Muhamadiyah 2 Al-Furqan Banjarmasin*” (Banjarmasin: Universitas Islam Negeri Antasari ,2018), 77

kepada manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi wali murid disekolah tersebut Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan ini lebih menyoroti tentang kinerja humas sebagai pusat informasi dan pemasaran dimadrasah tersebut.

3. Hikmah, Manajemen Hubungan Madrasah dan Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu di MTsn 2 Banjarmasin. Jenis Penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif atau penelitian lapangan.

Hasil dari penelitian data yang didapatkan yaitu pengelolaan hubungan madrasah dan masyarakat dalam meningkatkan mutu di MTsN 2 Banjarmasin.

- a. Upaya bersama orang tua wali siswa dan daerah setempat, khususnya hubungan hirarki melalui dewan madrasah dan hubungan individu melalui guru.
- b. Kerjasama madrasah dalam latihan ramah diperlukan oleh daerah setempat untuk membuat hubungan antara madrasah dan daerah setempat dengan secara efektif mendorong daerah setempat dalam keadaan mereka saat ini.
- c. Bentuk dan cara yang digunakan untuk meningkatkan kualitas antara lain: 1) laporan kepada orang tua dan masyarakat; 2) pameran sekolah; 3) rumah terbuka; 4) penjelasan staf; 5) gambaran siswa tentang kondisi madrasah kepada orang tua dan masyarakat melalui siswa.⁹

Perbedaan dalam penelitian tersebut walaupun mempunyai variabel yang sama juga, yaitu manajemen humas, akan tetapi penelitian ini lebih berfokus

⁹ Nor Hikmah, Skripsi “ *Manajemen Hubungan Madrasah Dan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Di MTsN 2 Banjarmasin*” (Banjarmasin: Universitas Islam Negeri Antasari, 2020), 105

kepada Peningkatan mutu sekolah tersebut. Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan ini lebih menyoroti tentang kinerja humas sebagai pusat informasi dan pemasaran disekolah tersebut.

4. Syahrul Ahmad Fahrudin, *Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) Di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Muaro Jambi*. Jenis Penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif atau penelitian lapangan.

Manusia adalah ujung tombak pusat informasi, dan manajemen kehumasan berhasil diterapkan di SMA Negeri 1 Muaro Jambi. pintu masuk bagi masyarakat tertentu dan SMA Negeri 1 Muaro Jambi untuk berkomunikasi atau menjalin silaturahmi. Terlebih lagi, Advertising SMA Negeri 1 Muaro Jambi memiliki tiga kemampuan kepala sekolah, khususnya mempublikasikan Sekolah Negeri 1 Muaro Jambi. Selain itu, Humas SMA Negeri 1 Muaro Jambi memiliki tiga fungsi utama yaitu memperkenalkan sekolah, memberikan informasi, dan membina kerjasama.¹⁰

Perbedaan dalam penelitian tersebut, peneliti hanya berfokuskan tentang Manajemen Humasnya saja ,sedangkan penelitian yang akan dilakukan bagaimana manajemen humas bertugas sebagai pusat informasi dan pemasaran disekolah tersebut.

¹⁰ Syahrul , Skripsi “ *Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) Di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Muaro Jambi*” (Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2021), 61

G. Sistematika Penulisan

Sistematikan penulisan adalah serangkaian aktifitas yang dilakukan oleh peneliti dalam menyelesaikan sebuah penelitian. Secara keseluruhan sistematika penulisan skripsi ini terdiri atas lima bab yang sudah menjadi satu kesatuan. Adapun Penyusun

BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari: Latar Belakang, Fokus Penelitian, Tujuan dan Signifikansi Penelitian, Definisi Istilah, Penelitian Terdahulu dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI, meliputi Pengertian manajemen humas sebagai pusat informasi, sistem informasi, pemasaran lembaga pendidikan.

BAB III METODE PENELITIAN, yang meliputi: Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Analisis Data, dan Langkah-Langkah Penelitian.

BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN, Paparan Data yang meliputi: Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Penyajian Data.

BAB V PENUTUP, yang terdiri dari: Simpulan dan Saran