

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Manajemen merupakan suatu kegiatan *managing* yang artinya mengelola atau mengatur suatu kegiatan untuk mencapai tujuan, pada dasarnya manusia itu tidak lepas dari kegiatan manajemen dalam waktunya atau dirinya, keluarganya untuk memenuhi kebutuhan atau tujuan yang diinginkan.¹

Berkembangnya praktek kehumasan terutama karena didasari kebutuhan untuk menjalankan aktivitas organisasi atau perusahaan untuk memperoleh simpati dan dukungan publik, tindakan yang dilakukan oleh suatu organisasi pada hakikatnya mempunyai efek kehumasan baik secara langsung ataupun tidak langsung. karena itu sebelum dilakukan, baik secara langsung ataupun tidak langsung, tiap organisasi harus mempertimbangkan terlebih dahulu berbagai akibatnya terhadap sasaran publik. Publik disini bisa berarti konsumen, penyalur, pemasok, pemerintah. Serta pihak lain yang berkepentingan terhadap organisasi itu termasuk para pemilik modal. Karyawan dan keluarganya serta masyarakat sekitarnya dan banyak lagi.

Lembaga pendidikan adalah sebuah kegiatan yang melayani konsumen berupa siswa dan masyarakat umum yang dikenal sebagai *stake holder*, lembaga pendidikan pada, hakikatnya bertujuan untuk memberikan layanan

¹ GR. Terry dan LW, Reice, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1996), h.1

dan pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan tersebut, karena mereka sudah membayar cukup mahal kepada lembaga pendidikan.²

Organisasi pendidikan adalah merupakan suatu sistem yang terbuka sebagai sistem yang terbuka, berarti lembaga pendidikan selalu mengadakan kontak hubungan dengan lingkungan yang disebut sebagai supra sistem kontak hubungan ini dibutuhkan untuk menjaga agar sistem atau lembaga tidak punah atau mati, lembaga pendidikan sesungguhnya melaksanakan fungsi rangkap terhadap masyarakat yaitu memberi layanan dan fungsi pemimpin.

Dikatakan fungsi layanan karena ia melayani kebutuhan masyarakat dan disebut fungsi pemimpin sebab ia memimpin masyarakat disertai penemuan-penemuannya untuk memajukan kehidupan masyarakat, lembaga pendidikan siap melayani kebutuhan masing-masing daerah.³

Kedudukan Humas adalah menilai sikap masyarakat (publik) agar tercipta keserasian antara masyarakat dan kebijaksanaan organisasi/instansi. Secara kooperatif, maka Humas merupakan fungsi khusus manajemen (*specialized managemen function*) artinya Humas membantu memelihara atau bermain bersama melalui saluran komunikasi ke dalam dan keluar, agar tercipta saling pengertian atau kerjasama antara organisasi dan publiknya termasuk didalamnya mengidentifikasi dan menanggapi opini publik yang sesuai atau tidak dengan kebijaksanaan yang dilaksanakan oleh lembaga/ organisasi yang bersangkutan dan juga membantu fungsi manajemen dalam

² Bukhori Alma, *Pemasaran Strategi Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), h.45

³ Made pidarta, *Manajemen Pendidikan Indonesia*, (Jakarta: PT. Bina Aksara, 1988), h.191-

mengantisipasi, memonitor dan memanfaatkan berbagai kesempatan, serta tantangan untuk mengatasi permasalahan seperti timbulnya isu berita negatif yang kurang menguntungkan, terhadap produk atau nama lembaga yang sedang bermasalah hingga penurunan citra. Bahkan kehilangan citra (*lost of image*) yang dapat menimbulkan krisis manajemen, disini Humas akan menjalankan fungsinya yaitu menjaga nama baik citra organisasi/ perusahaan agar perusahaan atau organisasi selalu dalam posisi yang menguntungkan, salah satu metode yang digunakan adalah melalui cara *edukatif* dan *normatif* serta *persuasif* yang mengandung arti ajakan atau himbauan bukan merupakan paksaan.⁴ Hal marketing *publik relation*, dapat memberi andil yang cukup besar bagi program promosi dan publikasi, yaitu membangun kesadaran konsumen dengan menyusun cerita menarik (*story board*) atas produk, jasa. Organisasi atau gagasan cemerlang sehingga konsumen menjadi tertarik.

Dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan produk atau jasa yang diinginkan oleh konsumen terutama sekali para produsen yang memproduksi barang atau jasa yang sama mereka berusaha mencari strategi dalam memenangkan persaingan.

Demikian pula halnya dengan bidang jasa, khususnya bidang pendidikan sering juga dijumpai lembaga pendidikan yang saling berkompetisi untuk memperebutkan siswa dengan berbagai sistem manajemen yang diterapkan di lembaganya yang mana hal tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan yang layak untuk dipilih konsumen (pelanggan).

⁴ Rosady Roslan, *Managemen Public Relation dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h.106-107

Pelayanan pendidikan yang diberikan pada *stake holder*-nya terkadang tidak sesuai dengan apa yang dipasarkan atau ditawarkan meskipun hal tersebut terjadi pihak sekolah baik negeri atau swasta harus bisa memikirkan suatu kebutuhan dan kepuasan pelanggan, dalam hal ini siswa yang merasakan secara langsung proses jalannya manajemen pelayanan pendidikan dalam setiap harinya.

Pelayanan pendidikan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah siswa, sebagai asumsi bilamana suatu lembaga pendidikan mengelola pelayanan pendidikan dengan baik dan sesuai dengan apa yang dipasarkan atau ditawarkan sebelumnya maka kepuasan siswa akan tercapai dan sebaliknya bila dalam pengelolaan pelayanan pendidikan tidak dijalankan dengan baik dan tidak sesuai dengan apa yang dipasarkan atau ditawarkan sebelumnya, maka bisa saja jadi kepuasan siswa tidak akan berjalan dengan maksimal. Untuk itu sebuah lembaga pendidikan dalam mencapai kepuasan siswa tidak hanya memenuhi kebutuhan saja akan tetapi juga bisa mengetahui dan menerima segala kritikan siswa akan jalannya pelayanan pendidikan tersebut.

Dari beberapa fasilitas dan layanan yang dimiliki oleh SMP Muhammadiyah 12 Lamongan maka tidak dapat dipungkiri kalau setiap orang tua menginginkan anaknya masuk sekolah tersebut. Hal ini dapat dilihat dari animo masyarakat untuk mendaftarkan anaknya masuk sekolah SMP Muhammadiyah 12 Lamongan dalam hal ini merupakan salah satu lembaga pendidikan yang dianggap banyak menjadi rujukan dan pilihan masyarakat

khususnya di daerah Lamongan. Dalam menuntut ilmu karena kualitasnya dan kuantitasnya pendidikan yang tidak diragukan lagi.

Tapi bertambahnya murid di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan tetapi Saat ini masih dijumpai adanya berbagai keluhan orang tua siswa yang disampaikan melalui media massa mengenai pelayanan di sekolah menengah ini melalui wakil kepala hubungan masyarakat mengenai pelayanan yang ada di lembaga. tersebut. Hal ini menimbulkan citra yang kurang baik terhadap aparatur pelayanan di sekolah ini. Mengingat fungsi utama lembaga pendidikan tersebut adalah memberikan pelayanan pendidikan, maka lembaga perlu terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan.

Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan melakukan suatu evaluasi terhadap kinerja pelayanan akademik, yang dapat dilakukan melalui pengukuran kepuasan pelanggan. Indeks kepuasan/nilai kepuasan akan memberikan gambaran mengenai kinerja unit pelayanan dan unsur-unsur pelayanan yang perlu mendapat perhatian untuk diperbaiki. Sehingga tingkat kualitas pelayanan di unit pelayanan akademik dapat diketahui secara baik. Selain itu, indeks kepuasan/nilai kepuasan pelanggan diharapkan dapat memacu persaingan positif dalam upaya peningkatan kinerja pelayanan.

Dalam rangka meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya untuk mewujudkan visi dan misinya, maka SMP Muhammadiyah 12 Lamongan mencanangkan program pengukuran kepuasan

pelanggan Adapun 10 unsur yang dijadikan sebagai acuan pengukuran kepuasan pelanggan, yang meliputi :

1. Kejelasan prosedur administrasi.
2. Komunikasi antara pihak sekolah dengan orang tua/wali murid.
3. Kemampuan sekolah dalam membentuk pribadi siswa secara agamis (iman dan taqwa).
4. Kemampuan sekolah dalam membentuk pribadi siswa yang berbudaya.
5. Kemampuan sekolah dalam memotivasi siswa untuk berprestasi secara akademis.
6. Kemampuan sekolah dalam memotivasi siswa untuk berprestasi secara non akademis.
7. Kondisi sarana dan prasarana yang tersedia untuk menunjang kegiatan belajar mengajar.
8. Jumlah sarana dan prasarana yang tersedia untuk menunjang kegiatan belajar mengajar.
9. Kebersihan dan kenyamanan lingkungan sekolah.
10. Keamanan lingkungan sekolah.

Manajemen humas yang dilaksanakan di SMP Muhammadiyah 12

Lamongan ini memakai tiga mutu standar:

1. Mutu pengukuran kepuasan pelanggan.
2. Mutu penanganan keluhan.
3. Mutu kerjasama eksternal.

Sedangkan realisasi pelayanan atau produk yang dihasilkan di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan adalah pendidikan akademik tingkat menengah pertama. Secara umum, realisasi dari pendidikan akademik ini dibagi menjadi empat tahapan, yaitu:

1. Pengembangan dan penerapan kurikulum.
2. Penerimaan siswa baru dan masa orientasi siswa.
3. Kegiatan belajar mengajar.
4. Evaluasi kegiatan belajar mengajar.

Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk mengangkat judul skripsi "pengaruh manajemen hubungan masyarakat terhadap peningkatan kepuasan layanan akademik di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka untuk mengetahui pengaruh manajemen hubungan masyarakat terhadap peningkatan kepuasan layanan akademik di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, Maka dapat diuraikan beberapa, rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana pelaksanaan manajemen Hubungan masyarakat di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan?
2. Bagaimana tingkat layanan akademik di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan ?

3. Bagaimana pengaruh manajemen hubungan masyarakat terhadap peningkatan kepuasan layanan akademik di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan?

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, penulis membatasi batasi hanya pada Manajemen Hubungan Masyarakat Internal yaitu siswa dan Layanan Akademik :

- a. Kegiatan Manajemen Hubungan Masyarakat di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian di lembaga tersebut :
 - Mutu pengukuran kepuasan pelanggan.
 - Mutu penanganan keluhan
 - Mutu kerjasama eksternal
- b. Tingkat Layanan Akademik di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, yaitu, Layanan Pendidikan tingkat Menengah pertama yang berupa :
 - (a) Keandalan (*Realibility*)
 1. Kecepatan dan ketepatan dalam pengurusan administrasi
 2. Prosedur Layanan
 - (b) Daya Tanggap (*Responsibility*)
 1. Kejelasan petugas memberikan informasi
 2. Pihak akademik cepat dan tanggap dalam menyelesaikan komplain
 - (c) Jaminan (*Assurance*)

1. Staf akademik (petugas sopan, ramah dan sabar dalam memberikan pelayanan.
2. Guru dalam menyampaikan KBM

(d) Perhatian (*Emphaty*)

1. Ada kemudahan dalam menghubungi pihak akademik
2. Guru dan staf dalam menyampaikan KBM dan para staf dalam memberikan layanan tanpa membedakan.

(e) Berwujud (*tangibles*)

1. Proses pembelajaran yang diberikan guru sesuai dengan silabus dan RPP
2. Keadaan gedung
3. Kenyamanan dan ketenangan bangunan sekolah.

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, Maka yang menjadi tujuan penelitian dalam skripsi ini yaitu :

1. Untuk mendiskripsikan pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan ?
2. Untuk mengetahui tingkat layanan akademik di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan?
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh manajemen hubungan masyarakat terhadap peningkatan kepuasan layanan akademik di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan?

E. Kegunaan Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian di atas, Maka manfaat penelitian yang diharapkan yaitu :

1. Kegunaan Teoritis

Untuk menambah pengetahuan dalam hal ini literature dan kepustakaan tentang pengaruh manajemen hubungan masyarakat terhadap peningkatan kepuasan layanan akademik di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan

2. Kegunaan Praktis.

a. Bagi Peneliti

- 1) Dengan penelitian ini, akan menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti yang khususnya berkenaan dengan masalah pengelolaan Manajemen Humas.
- 2) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan Islam.
- 3) Sebagai langkah terapan dari ilmu yang peneliti dapatkan dari bangku kuliah, sehingga dapat menjadi masukan dalam menyelesaikan skripsi.

b. Bagi Praktisi Pendidikan

- 1) Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi para pengelola lembaga pendidikan dalam mengelola manajemen hubungan masyarakat.
- 2) Sebagai masukan untuk mengembangkan pengelolaan Manajemen hubungan masyarakat di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan.

F. Definisi Operasional

Untuk memudahkan pemahaman terhadap judul skripsi ini, penulis menegaskan definisi operasionalnya yaitu:

1. Pengaruh

Daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁵

2. Manajemen Hubungan Masyarakat

Penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit.⁶

3. Peningkatan

Sebuah proses perbuatan, cara meningkatkan usaha dan sebagainya.⁷

4. Kepuasan layanan akademik

Kenyamanan dalam menerima segala sesuatu yang berhubungan dengan kebutuhan akademik, yaitu dari segi pelayanan tenaga kependidikan.⁸

⁵ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1978), h.731

⁶ Rosady Roslan, *Managemen Public Relation dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h.31

⁷ Pius Abdillah dan Danu Prasetyo, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arkola, 2002), h.107

⁸ Panitia Istilah Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, *Kamus Istilah Manajemen*, (Jakarta: Balai Aksara, 1983), h.154

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan gambaran secara jelas tentang isi penulisan skripsi ini, Maka penulis menguraikan sistematika secara singkat yaitu:

Bab pertama pendahuluan, dalam bab ini mencakup tentang, latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan konsep, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua kajian pustaka, yang meliputi tinjauan tentang, Manajemen hubungan masyarakat, pengertian Manajemen hubungan masyarakat, sejarah Manajemen hubungan masyarakat, fungsi perananan, ruang lingkup, tugas dan sasaran kegiatan manajemen hubungan masyarakat. Tinjauan tentang pentingnya hubungan sekolah dengan masyarakat, tinjauan tentang peningkatan layanan akademik, pengertian tentang peningkatan layanan akademik, pengertian kepuasan pelanggan faktor- faktor yang mempengaruhi peningkatan layanan akademik, mengukur kepuasan pelanggan.

Bab ketiga metode penelitian, yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, tahapan penelitian, populasi dan sampel, hipotesis dan variable indikator variabel, sumber dan jenis data, metode dan pengumpulan data, instrumen penelitian, dan analisis data.

Bab keempat laporan hasil penelitian, yang meliputi gambaran umum objek penelitian seperti sejarah berdirinya SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, letak geografisnya, struktur organisasi SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, susunan komite sekolah SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, visi, misi dan tujuan SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, pembagian tugas dan tanggung

jawab SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, keadaan guru, karyawan, dan siswa SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, keadaan sarana dan prasarana di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, keadministrasian kelas dan kelengkapan kelas di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, kurikulum SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, kegiatan ekstra kurikuler SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, prestasi SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, penyajian data meliputi : keadaan manajemen hubungan masyarakat di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, tingkat layanan akademik di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan. pengaruh manajemen hubungan masyarakat terhadap peningkatan kepuasan layanan akademik di SMP Muhammadiyah 12 Lamongan, Analisa data dan pengujian hipotesis.

Bab ke lima penutup, yang meliputi kesimpulan dan saran.