

JURNAL PENDIDIKAN DAN PEMIKIRAN

Halaman Jurnal: <http://jurnal-stainurulfalahairmolek.ac.id/index.php/ojs>
Halaman UTAMA Jurnal : <http://jurnal-stainurulfalahairmolek.ac.id/index.php/ojs>

**IMPLEMENTASI ETIKA KOMUNIKASI MANAJEMEN HUMAS DALAM
LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM**

Adam Saleh¹

¹adamsaleh1998@gmail.com, STAI Nurul Falah Air Molek

Abstract

This study aims to analyze the implementation of public relations communication ethics in islamic educational institutions. Public relations communication ethics play an important role in building and maintaining a positive image of the institution in the eyes of internal and external publics. In the context of islamic educational institutions, these ethics must not only meet professional standards, but must also be in accordance with islamic values. The research method used is linrar research with a case study approach through journals. Data was collected through in-depth interviews, participatory observation, and document analysis. However, with the right approach, these challenges can be overcome. This study found that good public relations communication ethics can increase public trust, institutional credibility and maintain a positive image, especially in crisis situations. In addition, consistent application of communication ethics can help islamic educational institutions compete fairly with other educational institutions without sacrificing moral values and religious teachings. The implication of this research is the importance of developing comprehensive and sustainable public relations communication ethics policies and training in islamic educational institutions. In addition, there needs to be a stronger integration between general ethical principles and islamic teachings in every aspect of public relations communication. Thus, this research makes a significant contribution to the understanding of the importance of relations public communication ethics in improving the reputation and effectiveness of islamic educational institutions in the current digital era.

Keywords: *Communication Ethics, Public Relations, Islamic Education Institutions.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi etika komunikasi humas dalam lembaga pendidikan islam. Etika komunikasi humas memegang peranan penting dalam membangun dan menjaga citra positif lembaga pendidikan islam di mata publik secara internal dan eksternal. Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, etika ini tidak hanya harus memenuhi standar profesional, tetapi juga harus sesuai dengan nilai-nilai Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah *library research* dengan pendekatan studi literatur pada beberapa jurnal, buku dan artikel. Data dikumpulkan melalui analisis pustaka mendalam materi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika komunikasi humas di lembaga pendidikan islam menghadapi beberapa tantangan, antara lain ketidaksesuaian antara teori dan praktik, perubahan teknologi dan media, serta keterbatasan sumber daya. Namun, dengan pendekatan yang tepat, tantangan-tantangan ini dapat diatasi. Penelitian ini menemukan bahwa etika komunikasi humas yang baik

dapat meningkatkan kepercayaan publik, kredibilitas lembaga, serta memelihara citra positif, terutama dalam situasi krisis. Selain itu, penerapan etika komunikasi yang konsisten dapat membantu lembaga pendidikan islam bersaing secara sehat dengan lembaga pendidikan lainnya tanpa mengorbankan nilai-nilai moral dan ajaran agama. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya pengembangan kebijakan dan pelatihan etika komunikasi humas yang komprehensif dan berkelanjutan di lembaga pendidikan Islam. Selain itu, perlu adanya integrasi yang lebih kuat antara prinsip-prinsip etika umum dengan ajaran islam dalam setiap aspek komunikasi humas. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang pentingnya etika komunikasi humas dalam meningkatkan reputasi dan efektivitas lembaga pendidikan islam di era digital saat ini.

Kata Kunci: *Etika Komunikasi, Humas, Lembaga Pendidikan Islam*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, komunikasi menjadi elemen kunci dalam keberhasilan suatu lembaga, termasuk lembaga pendidikan Islam. Etika komunikasi humas (hubungan masyarakat) di lembaga pendidikan islam menjadi semakin penting untuk menciptakan citra positif, membangun kepercayaan, dan menjaga reputasi lembaga di mata publik. Etika komunikasi dalam konteks ini mencakup bagaimana informasi disampaikan dengan jujur, transparan, dan penuh tanggung jawab, serta bagaimana hubungan yang harmonis dibangun antara lembaga pendidikan, siswa, orang tua, dan masyarakat luas. Pentingnya etika komunikasi juga sejalan dengan ajaran islam yang menekankan pada kejujuran dan akhlak mulia dalam berkomunikasi.

Namun, implementasi etika komunikasi humas di lembaga pendidikan Islam tidak lepas dari berbagai tantangan. Salah satunya adalah adanya perbedaan pemahaman dan penerapan nilai-nilai islam yang kadang kali dapat mempengaruhi cara komunikasi yang dilakukan. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bidang komunikasi humas yang berbasis etika juga menjadi kendala tersendiri. Tantangan lain yang tidak kalah penting adalah bagaimana mengintegrasikan prinsip-prinsip etika komunikasi humas dengan nilai-nilai islami yang sudah ada dalam sistem pendidikan tanpa mereduksi esensi dari keduanya.

Selain tantangan internal, lembaga pendidikan islam juga dihadapkan pada tantangan eksternal seperti perkembangan teknologi dan media sosial yang sangat cepat. Di satu sisi, media sosial bisa menjadi alat yang efektif untuk memperluas jangkauan komunikasi dan membangun citra positif. Namun, di sisi lain media sosial juga bisa menjadi sumber penyebaran informasi yang tidak akurat dan merugikan jika tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang tidak hanya efektif tetapi juga berlandaskan pada etika untuk mengatasi tantangan ini.

Studi ini menjadi relevan di industri saat ini karena meningkatnya kesadaran akan pentingnya reputasi dan citra lembaga pendidikan di era digital. Dengan maraknya penggunaan media sosial dan teknologi informasi, komunikasi yang etis dan efektif menjadi semakin krusial untuk mencegah penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan yang dapat merugikan lembaga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi lembaga pendidikan islam dalam mengembangkan strategi komunikasi humas yang beretika, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan publik dan

memperkuat posisi lembaga di tengah persaingan global yang semakin ketat. Relevansi ini juga didukung oleh literatur seperti buku "*Islamic Public Relations*" karya Syamsul Arifin dan artikel-artikel ilmiah yang membahas pentingnya etika dalam komunikasi organisasi, yang menunjukkan bahwa penerapan etika dalam komunikasi humas dapat memberikan dampak positif bagi keberlanjutan lembaga pendidikan Islam.

Maka dari itu peneliti menarik untuk membahas materi tentang "Implementasi Etika Komunikasi Humas dalam Lembaga Pendidikan Islam".

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan studi kepustakaan atau metode penelitian berbasis perpustakaan (*library research*) dan *Content Analysis* dengan cara menghimpun dan menelaah berbagai sumber pustaka yang relevan untuk mendukung penelitian. Metode ini melibatkan pencarian literatur dari berbagai referensi, seperti buku dan artikel jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian. Proses ini melibatkan analisis mendalam terhadap teori, temuan, dan kerangka kerja yang terdapat dalam literatur. Dalam hal ini, peneliti memilih metode penelitian kepustakaan dan *Content Analysis* (isi kajian) sebagai pendekatan utama untuk menggali pemahaman mendalam mengenai konsep-konsep kunci dan kerangka teori yang berkaitan dengan topik penelitian.

HASIL PEMBAHASAN

1. Pengertian Etika, Komunikasi Dan Manajemen Humas

Secara etimologi (bahasa) "etika" berasal dari bahasa Yunani, yaitu Ethos dan Ethikos. Dalam bentuk tunggal ethos diartikan sebagai tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, adat, akhlak, perasaan, cara berpikir (Susanto, 2016). Sedangkan ethikos berarti susila, keadaban, kelakuan dan perbuatan yang baik. Etika dalam Bahasa Inggris disebut ethic, yang memiliki arti suatu sistem, prinsip moral, atau aturan berperilaku.¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebut etika sebagai berikut:

- a. Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk, dan tentang hak dan kewajiban moral.
- b. Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak.
- c. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut oleh suatu golongan atau masyarakat. (Dewantara, 2017).

Etika juga seringkali disamakan dengan akhlak, yang dalam bahasa arab artinya perangai, tingkah laku, atau tabiat Sedangkan secara terminologi (istilah) etika dapat diartikan sebagai ilmu atau pengetahuan yang membahas tentang baik-buruknya suatu tingkah laku atau perbuatan seseorang.

Menurut Aritoteles etika dibagi menjadi dua, Terminus Teknikus dan Manner and Custom. Terminus Teknikus adalah etika yang dipelajari sebagai ilmu pengetahuan dengan mempelajari suatu problem tindakan atau perbuatan manusia. Sedangkan Manner and Custom adalah pembahasan etika yang berhubungan atau berkaitan dengan tata cara serta adat kebiasaan yang melekat pada kodrat manusia

¹Sri Ayu Rayhaniah, *Etika Dan Komunikasi Organisasi*, (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), hlm 1

yang sangat terkait dengan arti baik dan buruk suatu perilaku, tingkah laku atau perbuatan manusia.²

Dapat ditarik kesimpulan dari beberapa pengertian diatas bahwa etika adalah aturan berperilaku manusia yang dilandasi dengan prinsip moral terkait dengan baik atau buruknya perbuatan yang dilakukan oleh manusia.

Selanjutnya pengertian komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media). Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia.³

Menurut Everett M. Rogers komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Pada bagian lain, komunikasi adalah proses Interaksi antara dua orang atau lebih yang di antara mereka atau salah satu dari mereka merupakan penyampai pesan atau biasa disebut komunikator, dan terdapat unsur pesan atau berupa stimulus yang biasa disebut messages atau pesan, melalui media kepada penerima atau komunikan.

Pengertian manajemen humas menurut Zulkarnain Nasution 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.⁴

Sedangkan menurut Mc Elreath pada bukunya yang berjudul *Managing Systematic and Ethical Public Relation*, yang dikutip oleh Rosady Ruslan, menyatakan bahwa: *"Managing public relations means researching, planning, implementing and evaluating an array of communication activities sponsored by the organization; from small group meetings to international satellite linked press conference, from simple brochures to multimedia national campaigns, from open house to grassroots political campaigns, from public services announcement to crisis management"*

Manajemen humas berarti sebuah 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, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari menyelenggarakan acara open house hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis".⁵

Dari kedua pengertian diatas mengenai manajemen humas penelitian berusaha mendefinisikan manajemen humas sebagai sistem penggerak dan komunikasi antara pihak sekolah dan masyarakat dalam mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan,

² Weni, "Pembelajaran Etika dan Penampilan bagi Millennial Abad 21", (Guepedia, 2021), hlm 13-14

³ Bambang Sulisty, *Komunikasi Resiko dan Promosi keselamatan dan Kesehatan (K3)*, Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2023), hlm 46.

⁴ Zulkarnain Nasution, *"Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan"*, (Malang: UMM Press, 2010), hal 11.

⁵ Rosady Ruslan, *"Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi"*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), cet. VII. Hlm. 31

menciptakan hubungan harmonis, menjaga citra dan reputasi lembaga pendidikan dan menghindari kesalahpahaman. Dalam hal ini ialah upaya mencapai tujuan bersama.

Pengertian Manajemen humas dalam lembaga pendidikan islam adalah sebuah upaya pengelolaan yang dilakukan secara profesional oleh sebuah organisasi dengan komunikasi dua arah guna menarik perhatian, simpati, partisipasi serta support masyarakat. Dengan penerimaan masyarakat terhadap keberadaan lembaga pendidikan islam, maka tujuan pendidikan akan dapat dengan mudah tercapai.

Berkaitan dengan fungsi Public Relations dalam lembaga pendidikan, menurut Grinswold dalam Kasali (2008: 07), Public Relations adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur lembaga pendidikan islam terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerima publik.⁶

Dalam hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Public Relations memiliki fungsi untuk membangun sebuah trust (kepercayaan) dengan perannya di dalam fungsi manajemen melalui komunikasi sebagai alat utama dan juga peran dalam mengatur strategi perencanaan komunikasi maupun pemecahan masalah dalam perusahaan dalam membangun tingkat kepercayaan dan hubungan kepada publik. Peran Public Relations juga tak lepas menjadikan dirinya sebagai personal relations karena kemarapuan dalam relationship (hubungan) secara pribadi seperti halnya yang dilakukan oleh para praktisi PR yang memiliki kemampuan dalam membina hubungan secara kontinu.

2. Prinsip Dan Fungi Etika Komunikasi Humas Dalam Lembaga Pendidikan Islam

Etika komunikasi merupakan hal yang harus diperhatikan bagi praktisi humas dalam lembaga pendidikan islam. Kegiatan komunikasi Public Relations (humas) yang beretika dan tepat dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan organisasi atau lembaga pendidikan islam di masyarakat. Etika komunikasi secara umum membedakan antara perkataan yang benar dan salah, termasuk kejujuran, kesetiaan, keadilan, rasa hormat dan komunikasi langsung. Maka sangat perlu untuk menghindari manipulasi fakta yang dapat merusak kepercayaan publik. Komunikasi terkemuka, menekankan bahwa etika memainkan peran kunci dalam mempertahankan reputasi lembaga pendidikan islam. Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika dapat membantu lembaga untuk menghindari skandal dan kontroversi yang dapat merusak citra dan reputasi lembaga pendidikan islam.⁷

Dalam praktiknya, lembaga pendidikan islam harus memiliki kode etik atau panduan perilaku yang jelas untuk memandu praktik komunikasi humas. Hal ini mencakup prinsip-prinsip seperti kejujuran, integritas, dan rasa tanggung jawab terhadap masyarakat. Selain itu, lembaga pendidikan islam juga perlu melatih dan mengedukasi tim komunikasi humas tentang prinsip-prinsip etika dan memberikan pedoman konkret untuk menghadapi situasi-situasi yang melibatkan pertimbangan etika.

⁶ Irene Silviani, *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*, (Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2020), hlm 95

⁷ Lukman Abdul Majid, *Manajemen Humas*, (Pasaman Barat: CV. Azka Pustaka, 2023), hlm 136-138.

Dengan mengutamakan etika dalam komunikasi humas, lembaga pendidikan islam dapat membangun hubungan yang kuat dan saling percaya dengan pemangku kepentingan. Hal ini membantu dalam mempertahankan reputasi yang positif dan mencapai tujuan organisasi dengan integritas.

a. Prinsip-prinsip etika komunikasi humas dalam lembaga pendidikan islam

Etika komunikasi merupakan rambu-rambu yang perlu diperhatikan oleh tim humas, terdapat prinsip etika yang fundamental dalam komunikasi humas dalam lembaga pendidikan islam.

- a) Kejujuran dan keterbukaan bukan berarti semua hal harus disampaikan, lembaga pendidikan islam harus tetap menjaga informasi yang bersifat rahasia, kejujuran dan keterbukaan harus mengandung informasi yang sesuai fakta lapangan tanpa menutup-nutupi. Prinsip kejujuran dan keterbukaan ini juga merupakan salah satu nilai-nilai islam yang harus dimiliki oleh setiap manusia.

Prinsip kejujuran ini terdapat dalam (Q.S Al-Ahzab ayat 70)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”.

Dari ayat diatas dapat kita pahami bahwa Allah SWT memerintahkan kita untuk selalu mengatakan perkataan yang jujur, karena kejujuran akan mendapatkan kebaikan dari Allah SWT. Prinsip keterbukaan terdapat dalam (Q.S An-Nisa' ayat 148) yang berbunyi:

﴿١٤٨﴾ لَا تُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ ۚ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا ﴿١٤٨﴾

Artinya: “Allah tidak menyukai perkataan buruk, (yang diucapkan) secara terus terang kecuali oleh orang yang dzalimi. Dan Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui”. Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT tidak menyukai perkataan yang buruk atau yang tidak sesuai dengan fakta.

- b) Prinsip etika juga mencakup kewajiban untuk menghormati hak privasi individu dan menghindari penyebaran informasi yang bersifat merugikan, Dalam praktiknya, lembaga pendidikan islam harus memiliki kode etik yang jelas dan mengedukasi tim komunikasi humas tentang prinsip-prinsip etika yang harus diikuti. Selain itu, evaluasi reguler terhadap kepatuhan prinsip-prinsip etika juga penting untuk memastikan bahwa standar etika dipatuhi. Dengan mengutamakan prinsip-prinsip etika dalam komunikasi humas, Lembaga pendidikan islam dapat membangun reputasi yang kuat, mempertahankan kepercayaan pemangku kepentingan, dan mencapai tujuan dengan integritas dan tanggung jawab sesuai dengan nilai-nilai islam.

- c) Transparansi dan integritas komunikasi humas dalam lembaga pendidikan. Transparansi dan integritas adalah pilar utama dalam praktik komunikasi humas yang beretika. Transparansi adalah kunci untuk membangun kepercayaan yaitu dengan komunikasi yang jujur dan terbuka, prinsip transparansi ini terdapat dalam (Q.S Al-Hujurat ayat 6):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ

فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.

Etika komunikasi integritas adalah prinsip etika yang mencakup konsistensi dan kepatuhan terhadap standar moral yang tinggi. Integritas memastikan bahwa komunikator humas bertindak dengan jujur dan bertanggung jawab dalam setiap situasi. Dalam praktiknya, lembaga pendidikan harus memiliki kebijakan dan pedoman etika yang jelas untuk memandu perilaku tim komunikasi humas. Latihan dan pelatihan juga diperlukan untuk memastikan bahwa anggota tim memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam setiap interaksi dengan pemangku kepentingan. Sehingga lembaga pendidikan islam dapat membangun reputasi yang kuat dan membangun citra positif di lingkungan Masyarakat.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Komunikasi Humas Dalam Lembaga Pendidikan Islam

Untuk menumbuhkan dan meningkatkan hubungan interpersonal, kita perlu meningkatkan kualitas komunikasi. Beberapa faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal adalah:

a. Percaya (trust)

Secara ilmiah, percaya didefinisikan sebagai "mengandalkan perilaku orang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki, yang pencapaiannya tidak pasti dan dalam situasi yang penuh risiko" (Giffin, 1967). Dari definisi tersebut, ada tiga unsur percaya:⁸

- Ada situasi yang menimbulkan risiko
- Orang yang menaruh kepercayaan kepada orang lain berarti menyadari bahwa akibat-akibatnya bergantung pada perilaku orang lain
- Orang yang yakin bahwa perilaku orang lain akan berakibat baik baginya.

⁸ Griffin, EM, 2003, A First Look at Communication Theory, Rh Edition, NY, Mc Graw Hill., hlm. 34.

Percaya kepada orang lain dipengaruhi oleh faktor-faktor personal dan situasional. Disamping faktor-faktor personal, ada tiga faktor yang berhubungan dengan sikap percaya:

- a) Karakteristik dan maksud orang lain, artinya orang akan menaruh kepercayaan kepada seseorang yang dianggap memiliki kemampuan, keterampilan, pengalaman dalam bidang tertentu. Orang itu memiliki sifat-sifat bisa diduga, diandalkan, jujur dan konsisten.
- b) Hubungan kekuasaan, artinya percaya tumbuh apabila seseorang mempunyai kekuasaan terhadap orang lain, maka orang itu patuh dan tunduk.
- c) Sifat dan kualitas komunikasi, menggambarkan adanya keterbukaan. Bila maksud dan tujuan sudah jelas, harapan sudah dinyatakan, maka sikap percaya akan muncul.

b. Sikap Suportif

Sikap suportif adalah sikap yang mengurangi sikap defensif dalam komunikasi. Komunikasi defensif dapat terjadi karena faktor-faktor personal (ketakutan, kecemasan, harga diri yang rendah, pengalaman defensif dan sebagainya) atau faktor-faktor situasional. Beberapa ciri perilaku suportif yaitu:⁹

- a) Evaluasi dan Deskripsi. Evaluasi artinya penilaian terhadap orang lain; memuji atau mengecam. Deskripsi artinya penyampaian perasaan dan persepsi seseorang tanpa menilai. Maksudnya, kita tidak perlu memberikan kecaman atas kelemahan dan kekurangannya.
- b) Kontrol dan Orientasi Masalah. Perilaku kontrol artinya berusaha untuk mengubah orang lain, mengendalikan perilakunya, mengubah sikap, pendapat dan tindakannya. Orientasi masalah sebaliknya adalah mengkomunikasikan keinginan untuk kerja sama, mencari pemecahan masalah. Mengajak orang lain bersama-sama menetapkan tujuan dan menentukan cara mencapai tujuan.
- c) Strategi dan Spontanitas. Strategi adalah penggunaan tipuan-tipuan atau manipulasi untuk mempengaruhi orang lain. Spontanitas artinya sikap jujur dan dianggap tidak menyelimuti motif yang terpendam.
- d) Netralitas dan Empati. Netralitas berarti memperlakukan orang lain tidak sebagai persona, melainkan sebagai objek. Bersikap netral menunjukkan sikap tak acuh, tidak menghiraukan perasaan dan pengalaman orang lain. Empati menganggap orang lain sebagai persona.
- e) Superioritas dan Persamaan. Superioritas artinya sikap menunjukkan seseorang lebih tinggi atau lebih baik dari orang lain karena status, kekuasaan, kemampuan intelektual, kekayaan atau kecantikan. Persamaan adalah sikap memperlakukan orang lain secara horizontal dan demokratis. Dalam sikap persamaan, seseorang tidak mempertegas perbedaan, komunikasi tidak melihat perbedaan walaupun status berbeda, penghargaan dan rasa hormat terhadap perbedaan-perbedaan pandangan dan keyakinan.

4. Implementasi Etika Manajemen Humas Dalam Lembaga Pendidikan

Dalam Al Qur'an dengan sangat mudah kita menemukan contoh kongkrit bagaimana Allah SWT selalu berkomunikasi dengan hamba-Nya melalui wahyu.

⁹ H. A. Rusdiana, *Etika Komunikasi Organisasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi*, (Bandung: Pusat Penelitian Dan Penerbitan Uin Sgd, 2021), hlm 132-133.

Untuk menghindari kesalahan dalam menerima pesan melalui ayat-ayat tersebut, Allah juga memberikan kebebasan kepada Rasulullah SAW untuk meredaksi wahyu-Nya melalui matan Hadits. Baik hadits itu bersifat Qouliyah (perkataan), Fi'iliyah (perbuatan), Taqrir (persetujuan) Rasul, kemudian ditambah lagi dengan lahirnya para ahli tafsir sehingga melalui tangan mereka terkumpul sekian banyak buku-buku tafsir.

Komunikasi sangat berpengaruh terhadap kelanjutan hidup manusia, baik manusia sebagai hamba, anggota masyarakat, anggota keluarga dan manusia sebagai satu kesatuan yang universal. Seluruh kehidupan manusia tidak bisa lepas dari komunikasi, dan komunikasi juga sangat berpengaruh terhadap kualitas berhubungan dengan sesama. Komunikasi islam adalah proses penyampaian pesan-pesan keislaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. Dengan pengertian demikian, maka komunikasi atau hubungan masyarakat islam menekankan pada unsur pesan (message), yakni risalah atau nilai-nilai islam, dan cara (how), dalam hal ini tentang gaya bicara dan penggunaan bahasa (retorika). Pesan-pesan keislaman yang disampaikan dalam komunikasi islam meliputi seluruh ajaran islam, meliputi akidah (iman), syariah (islam), dan akhlak (ihsan). Soal cara (kaifiyah), dalam al-Quran dan al-Hadits ditemukan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif. Kita dapat mengistilahkannya sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam perspektif islam. Kaidah, prinsip, atau etika komunikasi islam ini merupakan panduan bagi kaum muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal, interpersonal dalam pergaulan sehari-hari, berdakwah secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktivitas lain dalam hal ini berorganisasi. Dalam berbagai literatur tentang komunikasi islam kita dapat menemukan setidaknya enam jenis gaya bicara atau pembicaraan (qaulan) yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi islam, yaitu:¹⁰

- a. Qaulan Sadida (perkataan yang benar, jujur)
"Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar". (QS. An-Nisa': 9)
- b. Qaulan Baligha (tepat sasaran, komunikatif, to the point, mudah dimengerti)
"Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka. (QS. An-Nisa': 63)
- c. Qaulan Ma'rufa (perkataan yang baik)
"Hai isteri-isteri Nabi, kamu sekalian tidaklah seperti wanita yang lain, jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk dalam berbicara sehingga berkeinginanlah orang yang ada penyakit dalam hatinya dan ucapkanlah perkataan yang baik." (QS. Al-Ahzab: 32)

¹⁰ Syaikh Shafiyyurrahman al-Mubarakfuri, *Shahih Tafsir Ibnu Katsir* (Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir, 2011), 725.

- d. Qaulan Karima (perkataan yang mulia)
"Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia, dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia". (QS. Al-Isra': 23)
- e. Qaulan Layyinan (perkataan yang lembut)
"Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, sesungguhnya dia telah melampaui batas. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut". (QS. Thaha: 43-44)
- Dari ayat tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Qaulan Layina berarti pembicaraan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati maksudnya tidak mengeraskan suara, seperti membentak, meninggikan suara. Siapapun tidak suka bila berbicara dengan orang-orang yang kasar. Rasulullah selalu bertutur kata dengan lemah lembut, hingga setiap kata yang beliau ucapkan sangat menyentuh hati siapapun yang mendengarnya.
- Dalam tafsir Ibnu Katsir disebutkan, yang dimaksud layina ialah kata-kata sindiran, bukan dengan kata-kata terus terang atau lugas, apalagi kasar. Ayat di atas adalah perintah Allah SWT kepada Nabi Musa dan Harun agar berbicara lemah-lembut, tidak kasar, kepada Fir'aun. Dengan qaulan layina, hati komunikan (orang yang diajak berkomunikasi) akan merasa tersentuh dan jiwanya tergerak untuk menerima pesan komunikasi kita.
- Dengan demikian, dalam komunikasi Islam, semaksimal mungkin dihindari kata-kata kasar dan suara (intonasi) yang bernada keras dan tinggi. Allah melarang bersikap keras dan kasar dalam berdakwah, karena kekerasan akan mengakibatkan dakwah tidak akan berhasil, yang terjadi adalah ummat akan menjauh.
- Dalam berdo'a pun Allah memerintahkan agar kita memohon dengan lemah lembut, *"Berdoalah kepada Tuhanmu dengan berendah diri dan suara yang lemahlembut, sungguh Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas,"* (QS. Al-A'raaf: 55)
- f. Qaulan Maysura (perkataan yang ringan)
"Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas". (QS. Al-Isra': 28).

Demikianlah beberapa ayat Alquran yang menjelaskan secara umum mengenai komunikasi atau hubungan masyarakat yang harus dijalankan oleh manusia pada umumnya dan Muslim pada khususnya.

KESIMPULAN

Implementasi etika komunikasi humas di lembaga pendidikan islam menghadapi beberapa tantangan, antara lain ketidaksesuaian antara teori dan praktik, perubahan teknologi dan media, serta keterbatasan sumber daya. Namun, dengan pendekatan yang tepat, tantangan-tantangan ini dapat diatasi. Penelitian ini menemukan bahwa etika komunikasi humas yang baik dapat meningkatkan kepercayaan publik, kredibilitas lembaga, serta memelihara citra positif, terutama dalam situasi krisis. Selain itu, penerapan etika komunikasi yang konsisten dapat membantu lembaga pendidikan islam bersaing secara sehat dengan lembaga pendidikan lainnya tanpa mengorbankan nilai-nilai moral dan ajaran agama. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya pengembangan kebijakan dan pelatihan etika komunikasi humas yang komprehensif dan berkelanjutan di lembaga pendidikan Islam. Selain itu, perlu adanya integrasi yang lebih kuat antara prinsip-prinsip etika umum dengan ajaran islam dalam setiap aspek komunikasi humas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Sulistyono, 2023. Komunikasi Resiko dan Promosi keselamatan dan Kesehatan (K3). Yogyakarta: Jejak Pustaka.
- Griffin, EM, 2003. A First Look at Communication Theory, Rh Edition, NY, McGraw Hill.
- H. A. Rusdiana 2021. Etika Komunikasi Organisasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi. Bandung: Pusat Penelitian Dan Penerbitan Uin Sgd.
- Irene Silviani 2020. Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka.
- Lukman Abdul Majid 2023. Manajemen Humas. Pasaman Barat: CV. Azka Pustaka.
- Rosady Ruslan 2006. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sri Ayu Rayhaniah 2021. Etika Dan Komunikasi Organisasi. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Weni 2021. Pembelajaran Etika dan Penampilan bagi Millennial Abad 21. Guepedia.
- Zulkarnain Nasution 2010. Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan. Malang: UMM Press.