

**MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PROMOSI
PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU
(STUDI KASUS DI MAN 1 KABUPATEN MADIUN)**

SKRIPSI



OLEH

FERRI MASWIATUD DAINI

NIM. 211217039

**JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

MEI 2021

ABSTRAK

Daini, Ferri Maswiatud. 2021. *Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MAN 1 Kabupaten Madiun)*. **Skripsi.** Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing, Fata Asyrofi Yahya, M.Pd.I.

Kata Kunci: Manajemen Humas, Promosi, Penerimaan Peserta Didik Baru

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, dalam dunia pendidikan terjadinya persaingan antara satu lembaga dengan lembaga pendidikan lainnya, sehingga yang terjadi banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh penggunanya dengan beberapa alasan. Persaingan antara sekolah umum dengan madrasah (agama) terjadi sangat ketat. Sekolah yang berbasis umum sering membuka jurusan baru sehingga bisa menambah kelas lagi dan akhirnya semakin banyak kelas-kelas yang ada. Sedangkan sekolah yang berbasis agama (madrasah) kurang diketahui atau kurang peminat oleh sebagian masyarakat, sehingga yang terjadi masyarakat beranggapan bahwa sekolah madrasah merupakan sekolah kelas dua yang kalah bersaing dengan sekolah umum, hanya dari sebagian kalangan masyarakat tertentu juga anaknya dimasukan ke sekolah madrasah. Oleh sebab itu, perlu adanya inisiatif dari sekolah mulai dari menganalisis segmentasi pasar, melakukan perencanaan, pelaksanaan yang baik, serta melakukan proses pengendalian dan evaluasi.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan perencanaan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun, (2) Memaparkan pelaksanaan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun, dan (3) Mendeskripsikan evaluasi humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk analisis data, penulis menggunakan data *Reduction* (reduksi data), data *Display* (menyajikan data), dan data *Conclusion Drawing/Verification* (kesimpulan). Sedangkan uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber dan metode.

Berdasarkan analisis data ditemukan bahwa (1) Perencanaan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun; (a) dapat ditunjukkan dengan adanya event madrasah (milad), (b) dengan memetakan target, targetnya yaitu anak-anak MTs khususnya atau SMP, (c) dalam menunjang proses perencanaan promosi PPDB MAN 1 Kabupaten Madiun sudah memiliki SDM yang telah mampu mengelola berbagai teknologi informasi dengan memiliki satu programer di bagian teknisi komputer, kemudian MAN 1 Kabupaten Madiun juga memiliki guru TIK dan juga memiliki pengelola Lab TIK yang sudah mampu. (2) Pelaksanaan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun; (a) dapat di laksanakan dengan pemasangan banner di depan madrasah, (b) dengan adanya program-program kelas unggulan, (c) dengan menggunakan media promosi yaitu video profil, bisa juga dalam bentuk media cetak seperti kalender, majalah dan pamflet. Selain itu juga melalui bentuk medsos, seperti instagram, youtube, facebook dan web. (3) Evaluasi humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun dapat diketahui bahwa dalam keterlibatan dengan pihak internal guru dan karyawan MAN 1 Kabupaten Madiun sangat antusias sekali dalam pelaksanaan evaluasi program humas dan semuanya dapat terlibat dalam rapat evaluasi PPDB. Dan untuk keterlibatan dengan pihak eksternal sifatnya hanya laporan komite.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Ferri Maswiatud Daini

NIM : 211217039

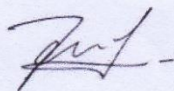
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Judul : Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MAN 1 Madiun)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah

Pembimbing



Fata Asyrofi Yahya, M.Pd.I

NIDN. 2105049002

Tanggal, 23 April 2021

Mengetahui,

Ketua

Jurusan Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Institut Agama Islam Negeri

Padjadjaran



Dr. H. Mollanasud Thovib, M.Pd

NIDN. 198004042009011012



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Ferri Maswiatud Daini
NIM : 211217039
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MAN 1 Kabupaten Madiun)

Telah dipertahankan pada sidang munaqasah di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 19 Mei 2021

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Pendidikan Islam, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 31 Mei 2021

Ponorogo, 31 Mei 2021

Mengesahkan

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

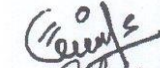


Dr. H. Moh. Munir, Lc., M.Ag.

NIP. 196807051999031001

Tim Penguji:

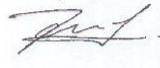
Ketua Sidang : Drs. Waris, M.Pd.

()

Penguji I : Dr. Nur Kolis, M.Ag.

()

Penguji II : Fata Asyrofi Yahya, M.Pd.I.

()

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

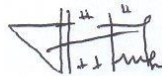
Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ferri Maswiatud Daini
NIM : 211217039
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi/Tesis : Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi
Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MAN 1 Kabupaten
Madiun)

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis. Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 01 Juni 2021

Penulis



Ferri Maswiatud Daini

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ferri Maswiatud Daini

NIM : 211217039

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Ponorogo

Judul Skripsi : Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi
Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MAN 1 MADIUN)

Dengan ini, menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 23 April 2021

Yang Membuat Pernyataan



Ferri Maswiatud Daini

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manajemen humas dalam pendidikan merupakan mediator yang berada di antara pimpinan sekolah dengan publiknya. Aktivitas tugas humas adalah mengelola komunikasi antara organisasi dengan publiknya.¹ Jadi pada dasarnya, manajemen humas (hubungan masyarakat) merupakan bidang dan fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersil (perusahaan) maupun organisasi yang non komersil. Berbicara mengenai humas tentu saja tertuju pada hal yang berhubungan dengan komunikasi, konferensi pers, informasi, maupun publik relation. Secara sederhana humas dapat diibaratkan sebagai penyampaian segala informasi. Di dalam lingkungan pendidikan tentu saja memerlukan hubungan masyarakat agar terjalin komunikasi antara pihak sekolah dengan masyarakat.²

Sekolah perlu banyak memberi informasi kepada masyarakat tentang program-program dan problem-problem yang dihadapi, agar masyarakat mengetahui dan memahami masalah-masalah yang dihadapi sekolah.³ Sekolah/masyarakat mempunyai peran dalam proses pelestarian dan pemindahan nilai-nilai kultur pendidikan, ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan agama yang dianut para guru dan peserta didiknya kepada generasi penerus. Selain itu, sekolah/madrasah juga dituntut untuk menjamin kemajuan pengetahuan dan kemajuan sosial, dengan menjadi pelaku aktif dalam perbaikan masyarakat. Oleh karena itu, sekolah/madrasah merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat, bahkan pertumbuhan dan perkembangan sekolah/madrasah selaras dengan tuntutan dari masyarakat. Dalam perjalanan pertumbuhan kelembagaannya, sekolah/madrasah memang ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat sekitarnya, sehingga dari hal itu tercipta kerjasama yang harmonis antara keduanya.⁴

Hal ini dapat dilihat pada beberapa kasus yang muncul ke permukaan, bahwa suatu pendidikan yang tutup dan tidak meneruskan program-program pendidikannya,

¹ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), 26.

² Hasan Hariri, Dedy H. Karwan dan Ridwan, *Manajemen Pendidikan* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), 177.

³ *Ibid.*

⁴ Baharuddin dan Moh. Makin, *Manajemen Pendidikan Islam: Transformasi Menuju Sekolah atau Madrasah Unggul* (Malang: UIN-Maliki Malang Press, 2016), 138.

karena tidak mendapat dukungan dari masyarakat sekitarnya. Di lain pihak, ada sekolah/madrasah yang menempatkan masyarakat hanya sebagai sasaran yang strategis bagi lembaga untuk mengambil keuntungan finansial, sehingga masyarakat sebagai bagian yang tak dapat dipisahkan dari kepentingan lembaga menjadi kecewa.⁵

Ketika kasus itu terjadi dengan sendirinya masyarakat akan enggan menyekolahkan anak-anak mereka, sebab peluang yang diberikan oleh masyarakat hanya dijadikan kesempatan untuk mengambil keuntungan bagi pengelola tersebut. Bagi lembaga pendidikan yang hanya berusaha untuk memenuhi kebutuhan sesaat seperti ini, sekolah/madrasah terancam akan tersisihkan dari lingkungan masyarakat. Oleh karena itu, hubungan sekolah/madrasah dengan masyarakat seharusnya dikelola dalam komunitas yang harmonis. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap sekolah/madrasah. Di sinilah masyarakat perlu diberi pengertian akan kebutuhan dan kegiatan yang diselenggarakan di sekolah/madrasah. Dengan mengetahui kebutuhan dan kegiatan sekolah/madrasah tersebut, masyarakat akan terdorong dan bersedia bekerja sama, tak hanya dalam peningkatan dan pengembangan kuantitas, tetapi juga tetap berorientasi pada kualitas.⁶

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran atau strategi pemasaran. Promosi sangat bermanfaat untuk mengembangkan dan menyebarkan informasi mengenai lembaga pendidikan, serta dapat menambah jumlah minat peserta didik. Penyebaran informasi tersebar luas memudahkan para orang tua serta para calon peserta didik mudah mengakses informasi. Apalagi media sosial sangat dimanfaatkan pada zaman sekarang, guna mempermudah penyebaran informasi yang ada di lembaga pendidikan, serta memanfaatkan lebih jauh lagi media teknologi utamanya media website dan media sosial lainnya. Sinergi pemanfaatan media promosi baik cetak maupun online sangat menentukan keluasan persebaran informasi sehingga dapat berkontribusi dalam menambah jumlah peserta didik.⁷

Dilihat dari adanya persaingan antar lembaga pendidikan maka diperlukan adanya strategi marketing pendidikan melalui promosi yang dipandang sebagai suatu komunikasi di bidang pemasaran yang juga tidak hanya berfokus pada memperkenalkan produk, tapi juga memenuhi kebutuhan konsumen sehingga kepuasan dapat diraih. Oleh karenanya,

⁵ *Ibid.*, 139.

⁶ *Ibid.*, 140.

⁷ Dahlia Patiung, et al., "Strategi Manajemen Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik pada Satuan PAUD, *Nanaeke: Indonesian Journal on Early Childhood Education*, Vol. 2, No. 2 (Desember 2019), 133-134.

promosi merupakan variabel tepat yang dapat diaplikasikan dalam memasarkan serta mensosialisasikan suatu lembaga pendidikan sehingga dapat diterima.⁸

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, dalam dunia pendidikan terjadinya persaingan antara satu lembaga dengan lembaga pendidikan lainnya, sehingga yang terjadi banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh penggunanya dengan beberapa alasan. Oleh sebab itu, dibutuhkan suatu kemampuan pengelolaan yang profesional agar bisa mempraktekkan dalam pengelolaan pemasaran jasa pendidikan yang bertujuan untuk mempertahankan dan memenuhi kebutuhan konsumen serta meningkatkan tujuan dari lembaga pendidikan tersebut. Dewasa ini terjadi persaingan antara sekolah umum dengan madrasah (agama) terjadi sangat ketat. Sekolah yang berbasis umum sering membuka jurusan baru sehingga bisa menambah kelas lagi dan akhirnya semakin banyak kelas-kelas yang ada. Sedangkan sekolah yang berbasis agama (madrasah) kurang diketahui atau kurang peminat oleh sebagian masyarakat, sehingga yang terjadi masyarakat beranggapan bahwa sekolah madrasah merupakan sekolah kelas dua yang kalah bersaing dengan sekolah umum, hanya dari sebagian kalangan masyarakat tertentu juga anaknya dimasukkan ke sekolah madrasah.⁹

Pada saat ini setiap bangsa berlomba-lomba untuk dapat meningkatkan kualitas masyarakatnya, karena dengan pendidikan dapat meningkatkan peradaban yang bersangkutan menjadi bangsa yang bermartabat. Oleh sebab itu, lembaga pendidikan hendaknya dapat meningkatkan kualitas dan mutu pendidikan lulusannya. Sehingga masyarakatpun selaku pengguna jasa pendidikan tersebut akan berfikir selektif dalam menentukan lembaga mana yang harus dipilih untuk putra-putrinya. Masyarakat sudah cerdas dalam memilih lembaga pendidikan, mereka akan memilih lembaga pendidikan yang menurut mereka terjangkau dan tentunya terbaik dan berkualitas. Oleh sebab itu hendaknya lembaga pendidikan harus bisa membuat inovasi yang baru demi memenuhi kebutuhan dari pengguna. Bila ada lembaga pendidikan yang tidak mengikuti keinginan dari pengguna maka secara otomatis lembaga pendidikan tersebut akan ditinggalkan oleh penggunanya.¹⁰

Sekolah sebagai sebuah lembaga yang menawarkan produk dari jasa pendidikan yang mereka tawarkan kepada masyarakat harus bisa mengambil hati dan meyakinkan

⁸ Mahbub dan Eva Husnia Zen, "Pengaruh Promosi Pendidikan Terhadap Minat Peserta Didik Baru MAN 3 Banyuwangi", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 2, No. 1 (April 2020), 116.

⁹ Sarifudin dan Rehendra Maya, "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 02, No. 02 (Juli 2019), 136.

¹⁰ *Ibid.*

kepada masyarakat bahwa lembaga pendidikan yang dikelola adalah lembaga pendidikan yang tepat. Oleh sebab itu, perlu adanya inisiatif dari sekolah mulai dari menganalisis segmentasi pasar, melakukan perencanaan, pelaksanaan yang baik, serta melakukan proses pengendalian dan evaluasi. Sebuah lembaga pendidikan hendaknya bisa merancang dan menetapkan strategi-strategi bauran pemasaran apa yang kira mampu dapat meyakinkan pengguna jasa pendidikan, seperti merencanakan program-program kegiatan yaitu dengan menjabarkan visi dan misi lembaga pendidikan, serta melaksanakan rangkaian kegiatan dari program-program yang direncanakan secara konsisten dan sistematis.¹¹

Penerimaan siswa baru dilakukan bukanlah hal yang ringan. Sekolah harus menyiapkan strategi-strategi yang tepat dalam menjalankannya, supaya dapat menarik siswa-siswa yang berkualitas yang mana *input* sekolah juga bisa lebih baik sehingga proses belajar bisa maksimal dan kualitas sekolah meningkat.¹² PPDB dengan segala sistemnya, dilakukan untuk mengetahui dan mengukur input sekolah guna membantu perkembangan sekolah serta diharapkan dapat memberikan kontribusi yang tinggi dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan pendidikan dan pembelajaran di masa yang akan datang.¹³

MAN 1 Kabupaten Madiun merupakan salah satu sekolah menengah atas yang berciri khas dengan akhlaq-akhlaq muridnya yang alim dengan berbasis agama serta mengedepankan visi serta misi sekolah itu sendiri, dan semangat siswa-siswinya yang senantiasa bersemangat dalam berprestasi. Dari tahun ke tahun MAN 1 Kabupaten Madiun mengalami perkembangan dan pembangunan yang terus menerus semakin meningkat.¹⁴ Begitu banyak pula prestasi-prestasi yang pernah diraih oleh MAN 1 Kabupaten Madiun baik dalam bidang akademik maupun dalam bidang non akademiknya. Baik itu antar sekolah, kabupaten, maupun tingkat nasional. Prestasi-prestasi yang telah diraih pada tahun 2020 di antaranya; juara 3 ecodiction index competition tingkat nasional, peserta akademi madrasah digital tingkat nasional, juara 1 MTQ PI pelajar Kabupaten Madiun, juara 3 MTQ PA pelajar Kabupaten Madiun, juara 1 MSQ PI Kabupaten Madiun, juara KSMO kimia tingkat Kabupaten Madiun, juara 2

¹¹ *Ibid.*, 137.

¹² Mohammad Imam Ardhi, "Evaluasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Sistem Real Time Online Dinas Pendidikan Kota Yogyakarta", *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan*, Vol. 8, No. 1 (Maret 2015), 85.

¹³ Nurdian Ramadhani Ansar, Ratmawati T dan Andi Wahed, "Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online di SMK Negeri 6 Makassar", *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*, Vol. 4, No. 1 (2019), 66.

¹⁴ Embem Indah, "MAN Kembangasawit", <http://keterampilan.blogspot.com/2011/05/man-kesaku.html?m=1> (diakses 27 November 2020).

KSMO PAI tingkat Kabupaten Madiun, juara harapan 1 KSMO bahasa Inggris tingkat Kabupaten Madiun, juara KSMO biologi tingkat Kabupaten Madiun, juara KSMO ekonomi tingkat Kabupaten Madiun, peraih perunggu KSM online POSI tingkat nasional, juara 2 lomba physton UNIPMA tingkat Karisidenan.¹⁵ Ini meyakinkan bahwa siswa siswi yang unggul dalam prestasi dan mempunyai akhlaq yang mulia, dan dengan begitu banyaknya ekstrakurikuler dan ketrampilan-ketrampilan yang terdapat, serta membuat MAN 1 Kabupaten Madiun semakin dicintai serta diminati oleh banyak masyarakat yang mau lebih memahami serta mau bersekolah di MAN 1 Kabupaten Madiun. Sebab MAN 1 Kabupaten Madiun sudah tidak diragukan lagi dalam bidang akademik ataupun dalam bidang non akademiknya, dan siswa siswinya yang mempunyai jiwa untuk senantiasa mau berkarya.¹⁶

Keunggulan dari MAN 1 Kabupaten Madiun yaitu adanya kelas unggulan yang terdiri dari kelas keterampilan, kelas olimpiade dan kelas tahfidz. Untuk kelas olimpiade dikhususkan bagi jurusan IPA dan kelas tahfidz dikhususkan bagi jurusan keagamaan. Serta adanya media-media yang digunakan untuk mempromosikan penerimaan peserta didik baru antara lain dengan media sosial, baik facebook, instagram, youtube baik secara FT, tulisan maupun video. Serta pemasangan banner di depan Madrasah, penyebaran brosur dan pamflet, mengadakan event-event lomba dan Tryout untuk MTs dan SMP.¹⁷

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru. Penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MAN 1 Kabupaten Madiun)”.

B. Fokus Penelitian

Untuk mempertajam penelitian kualitatif harus menetapkan fokus penelitian, fokus penelitian sangat penting dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data dan menganalisis hasil penelitian. Maka penulis memandang penelitian yang diangkat perlu dibatasi. Oleh karena itu, penulis hanya membatasi diri dengan manajemen humas dalam peningkatan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru yang meliputi, perencanaan humas, pelaksanaan humas dan evaluasi humas.

¹⁵ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 02/W/23-12/2020

¹⁶ Embem Indah, “*MAN Kembangasawit*”, <http://keterampilan.blogspot.com/2011/05/man-kesaku.html?m=1> (diakses 27 November 2020).

¹⁷ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 01/W/21-12/2020

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun?
2. Bagaimana Pelaksanaan Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun?
3. Bagaimana Evaluasi Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mendeskripsikan Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun
2. Untuk Memaparkan Pelaksanaan Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun
3. Untuk Mendeskripsikan Evaluasi Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut

1. Manfaat Teoritis

Secara teori, sebagai sumbangan keilmuan yang dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya kajian mengenai manajemen humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi sekolah

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk memberikan layanan informasi bagi para siswa, orang tua siswa, masyarakat, dalam wawasan pemikiran dan pengetahuan tentang manajemen humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun

b. Bagi guru

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pengetahuan tentang pentingnya promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun.

c. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai penyelesaian studi S1 di jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan digunakan untuk mempermudah dan memberikan gambaran terhadap maksud yang terkandung pada skripsi. Untuk mempermudah menyusun proposal ini, dibagi beberapa bab yang dilengkapi dengan pembahasan-pembahasan yang sistematis:

Bab I pendahuluan yang berisi tinjauan permasalahan yang akan dibahas, yaitu terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II yaitu telaah hasil penelitian terdahulu dan kajian teori. Dalam kajian teori berfungsi untuk melihat acuan teori yang digunakan sebagai landasan dalam melakukan penelitian.

Bab III metode penelitian yang berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV Deskripsi data yaitu pemaparan hasil penelitian yang terdiri dari deskripsi data umum dan deskripsi data khusus.

Bab V Pembahasan hasil penelitian, berisi tentang pembahasan yang memuat hasil penelitian dan menjawab rumusan masalah tentang manajemen humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun.

Bab VI Penutup berisi tentang kesimpulan dan saran. Pada bab ini menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan agar mempermudah pembaca dalam menggambarkan intisari, dan sebagai pelengkap peneliti akan mencantumkan daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

BAB II

TELAAH HASIL PENELITIAN TERDAHULU DAN KAJIAN TEORI

A. Telaah Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis menemukan ada sejumlah skripsi terdahulu yang mempunyai judul yang berkaitan dengan judul penulis. Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan suatu penelitian. Beberapa kajian tentang promosi penerimaan peserta didik baru telah diteliti oleh beberapa orang, di antaranya adalah:

1. Ahmad Saifil dari Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada tahun 2017 dengan judul “Peran Humas dalam Mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar”. Peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

Rumusan Masalah dalam penelitian ini yaitu, (1) Bagaimana tugas dan fungsi humas dalam mempromosikan SMK Negeri 1 Al Mubarkeya? (2) Apa saja program humas dalam mempromosikan SMK Negeri 1 Al Mubarkeya? (3) Bagaimana Strategi humas dalam mempromosikan SMK Negeri 1 Al Mubarkeya?

Dalam penyusunan skripsi tersebut, menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam skripsi ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data kualitatif dalam skripsi ini mengikuti konsep yang diberikan Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Hasil penelitian skripsi ini menunjukkan, (1) peran humas dalam mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya secara keseluruhan telah berjalan dengan baik. Yakni melakukan hubungan komunikasi yang baik antara pihak internal dan eksternal sekolah. (2) Program humas dalam mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya di tempuh melalui dua kegiatan yaitu, kegiatan internal dan eksternal. (3) Strategi humas dalam mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya di lakukan melalui beberapa cara yaitu, *pertama* penyebaran brosur, *kedua* promosi dari mulut ke mulut, *ketiga* menjalin kerjasama dengan DU/DI, *keempat* Perayaan kegiatan penting lain.¹⁸

Topik penelitian tersebut mempunyai kesamaan dengan penelitian ini, yaitu membahas mengenai promosi. Perbedaannya, dalam penelitian tersebut memfokuskan pada peran humas dalam mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya, sedangkan

¹⁸ Ahmad Saifil, “Peran Humas dan Mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar” (Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2017).

penelitian ini berfokus pada manajemen humas dalam peningkatan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru.

2. Kartini dari Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang pada tahun 2018 dengan judul “Pelaksanaan Manajemen Humas dalam Mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang”. Peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, (1) Bagaimana pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang? (2) Apa saja faktor yang mempengaruhi pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang?

Dalam penyusunan skripsi tersebut, menggunakan pendekatan deskripsi. Teknik pengumpulan data dalam skripsi ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data mengikuti konsep Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan. Hasil penelitian skripsi ini menunjukkan, (1) Pelaksanaan humas dalam mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang sudah berjalan dengan baik, itu dapat dilihat dari partisipasi semua pihak dalam proses pelaksanaan humas. (2) Faktor yang mempengaruhi pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang. Faktor pendukung pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang adalah sumber daya manusia (SDM) guru yang memiliki motivasi dan kinerja tinggi, prestasi sekolah yang tinggi, tingginya animo masyarakat, stakeholder yang mendukung kegiatan sekolah, dan lokasi sekolah yang strategis.¹⁹

Topik penelitian tersebut mempunyai kesamaan dengan penelitian ini, yaitu membahas mengenai manajemen humas dan promosi. Perbedaannya, dalam penelitian tersebut memfokuskan pada pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang, sedangkan penelitian ini berfokus pada manajemen humas dalam peningkatan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru.

3. Muslikhul A'mal dari Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang pada tahun 2011 yang berjudul “Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Siswa Baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri Model Pemalang”. Peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, (1) Bagaimana keadaan awal strategi manajemen humas dan penerimaan siswa baru MTs Negeri Model Pemalang? (2) Bagaimana strategi dan program manajemen humas MTs Negeri Model Pemalang?

¹⁹ Kartini, “Pelaksanaan Manajemen Humas dalam Mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang” (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2018).

(3) Bagaimana hasil penerimaan siswa baru MTs Negeri Model Pemalang sebagai hasil dari strategi humasnya?

Dalam penyusunan skripsi tersebut, menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deksriptif. Teknik pengumpulan data dalam skripsi ini menggunakan observasi, wawancara (*interview*), dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan mengikuti konsep Miles dan Huberman, yaitu *data reduction* (Reduksi data), *data display* (Penyajian data), dan *Conclusion drawing/verification*. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagai berikut. (1) Fokus tugas humas pada waktu itu lebih cenderung pada menjalin hubungan yang harmonis antar warga intern madrasah dan menjalin hubungan yang harmonis kepada SD-SD sekitar dan masyarakat umum. (2) Strategi manajemen humas dikelompokkan menjadi dua, yaitu strategi manajemen humas dengan publik intern dan strategi manajemen humas dengan publik ekstern. (3) Dari data hasil perkembangan penerimaan siswa baru pada saat sebelum dan sesudah diterapkannya berbagai strategi dan program manajemen humas, dapat diketahui bahwa strategi dan program manajemen humas di MTsN Pemalang yang diterapkan selama kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir ini belum begitu berhasil dalam meningkatkan jumlah penerimaan siswa baru dalam segi kuantitas.²⁰

Topik penelitian tersebut mempunyai kesamaan dengan penelitian ini, yaitu membahas mengenai manajemen humas dan penerimaan siswa baru. Perbedaannya, dalam penelitian tersebut memfokuskan pada Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Siswa Baru, sedangkan penelitian ini berfokus pada manajemen humas dalam peningkatan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru.

B. Kajian Teori

Agar peneliti mengetahui fokus penelitian yang dilaksanakan serta memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian, peneliti mengutip beberapa teori-teori yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan, teori-teori tersebut di antaranya:

1. Manajemen Humas

a. Pengertian Manajemen Humas

Sebagaimana Sondang Siagian mengungkapkan bahwa manajemen adalah kemampuan dan keterampilan untuk mengatur agar memperoleh suatu hasil dalam rangka mencapai tujuan melalui kegiatan orang lain. Menurut E. Mulyasa

²⁰ Muslikhul A'mal, "*Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Siswa Baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri Model Pemalang*" (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2011).

sebagaimana yang dikutip Elfridawati Mai Duhani, model manajemen hubungan sekolah dengan masyarakat merupakan seluruh proses kegiatan yang direncanakan dan diusahakan secara sengaja dan bersungguh-sungguh, disertai pembinaan secara kontinyu untuk mendapatkan simpati dari masyarakat pada umumnya, dan khususnya masyarakat yang berkepentingan langsung dengan sekolah.²¹

Menurut Harlow sebagaimana yang dikutip Ira Nur Harini dan Karwanto, hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan, jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan dan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. Hubungan masyarakat secara umum, menurut ruslan sebagaimana yang dikutip Ira Nur Harini dan Karwanto, mendefinisikan manajemen hubungan masyarakat adalah suatu proses dalam menangani perencanaan, pengorganisasian, pengkomunikasian serta pengkoordinasian yang secara serius dan rasional dalam upaya pencapaian tujuan bersama dari organisasi atau lembaga yang diwakilinya.²²

Manajemen hubungan masyarakat secara umum diartikan sebagai fungsi manajemen yang khas antara organisasi dengan publiknya (masyarakat) atau dengan kata lain antara lembaga pendidikan dengan publik internal (guru, karyawan, dan siswa) dan publik eksternal (orang tua siswa, masyarakat, institusi lain).²³

Kemudian Brown dan Mark mendefinisikan manajemen humas berarti penelitian, perencanaan pelaksanaan dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi, mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi press internasional via sateliti, dari

²¹ Elfridawati Mai Duhani, "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon", *Jurnal al – iltizam*, Vol. 1, No. 1 (Juni 2016), 34.

²² Ira Nur Harini dan Karwanto, "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus di SMP Al Hikmah Surabaya)", *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vol. 4, No. 4 (April 2014), 12.

²³ *Ibid.*

pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen kritis.²⁴

Manajemen hubungan masyarakat ialah suatu kegiatan yang direncanakan untuk mendorong dan mempengaruhi masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial berdasarkan komunikasi keduanya untuk mendapatkan kebermanfaatannya dari keduanya, Kegiatan-kegiatan ini dapat dilakukan oleh individu atau kelompok dalam arah perencanaan dan pemeliharaan atau mempertahankan gagasan kerjasama yang efisien dalam menjelaskan tujuan kegiatan dengan cara yang jelas dan dapat dimengerti.²⁵

Manajemen Humas dalam pendidikan adalah rangkaian pengelolaan yang berkaitan dengan kegiatan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat (orang tua murid) yang dimaksudkan untuk menunjang proses belajar mengajar di lembaga pendidikan bersangkutan.²⁶

b. Tujuan dan Fungsi Manajemen Humas

Tujuan dari manajemen humas diantaranya adalah: (1) untuk melanjutkan dukungan yang lebih baik dan kuat (*to secure continued and stronger support*), (2) untuk menunjukkan kemajuan yang positif (*to make an accounting of things accomplished*), (3) untuk meningkatkan program-program pendidikan (*to advanced the educational program*) dan (4) untuk mempromosikan konsep-konsep sekolah dan mempererat hubungan dengan orang tua (*to promote the concept of school and community partenership*).²⁷

Sedangkan fungsi manajemen humas dalam kegiatan pada lembaga pendidikan, antara lain:

- 1) Mampu sebagai mediator dalam menyampaikan komunikasi secara langsung (tatap muka) dan komunikasi tidak langsung (media pers) kepada pimpinan lembaga dan publik intern (guru, karyawan dan peserta didik).
- 2) Mendukung dan menunjang kegiatan yang berkaitan dengan memperbaiki lembaga pendidikan.

²⁴ *Ibid.*, 14.

²⁵ Subairi, “Kerangka Kerja Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Menciptakan Madrasah Unggul”, *Journal of Islamic Education Management*, Vol. 4, No. 2 (Oktober 2019), 105.

²⁶ Hasan Hariri, Dedy H. Karwan dan Ridwan, *Manajemen Pendidikan*, 179.

²⁷ Elfridawati Mai Duhani, “Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon”, 38.

3) Menciptakan suatu citra yang positif terhadap lembaga pendidikannya.²⁸

Adapun tujuan dan fungsi pokok manajemen humas adalah sebagai berikut:

1) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan sebagai fungsi manajemen dilakukan pada tahap pertama sebelum melaksanakan kebijakan, program dan kegiatan. Perencanaan sebagai cetak biru (blu print) atas kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan organisasi.²⁹

Perencanaan merupakan upaya untuk menentukan program kegiatan yang ingin dilakukan serta bagaimana cara mencapai tujuan organisasi. Perencanaan sebagai suatu proses mempersiapkan sesuatu yang akan dilakukan pada saat selanjutnya untuk meraih tujuan yang sudah di sepakati. Sempelnya, perencanaan merupakan usaha yang terus menerus secara sadar dan terorganisir dilaksanakan agar supaya dapat memilih alternative yang paling baik untuk menggapai tujuan bersama.³⁰

Adapun fungsi dari perencanaan ialah meminta para manajer untuk membuat keputusan-keputusan tentang 4 (empat) unsur rencana yang fundamental, yaitu sasaran, pelaksanaan, sumber daya dan tindakan. *“The function of planning is to ask managers to make decisions about 4 (four) elements of a fundamental plan, ie goals, execution, resources and actions.”*³¹

2) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian pada dasarnya merupakan upaya untuk melengkapai rencana-rencana yang telah dibuat dengan susunan organisasi pelaksanaannya. Di dalam sistem manajemen, pengorganisasian adalah lanjutan dari fungsi perencanaan. Bagi suatu lembaga atau organisasi, pengorganisasian merupak urat nadi organisasi. Oleh sebab itu keberlangsungan organisasi atau lembaga sangat dipengaruhi oleh pengorganisasian.³²

Dalam artian praktis, fungsi pengorganisasian meliputi: (1) perancangan tanggung jawab dan kewenangan setiap jabatan individual, dan

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Abdul Hadi, “Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humas dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis”, *Jurnal Pendidikan*, Vol. 4, No. 2 (Juni 2018), 6.

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*, 7

³² Hasan Hariri, Dedy H. Karwan dan Ridwan, *Manajemen Pendidikan*, 8.

(2) penetapan jabatan-jabatan tersebut dikelompokkan dalam bagian-bagian tertentu.

Hasil dari fungsi pengorganisasian adalah struktur organisasi.

- a) Penentuan staf atau staffing merupakan kegiatan yang dipusatkan pada manajemen sumber daya manusia.
 - b) Pemimpinan atau leading.
 - c) Pemberian motivasi, *motivating*.
 - d) Pengendalian.
- 3) Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan disini ialah tindakan atau perbuatan untuk menjalankan sebuah program yang sudah direncanakan.³³

Dalam kegiatan publikasi lembaga/sekolah, seorang *public relation* terlebih dahulu harus mengenal pasar yang akan dijadikan target publikasi, agar promosi yang ditawarkan menjadi tepat sasaran. Misalnya untuk masyarakat ekonomi menengah ke bawah, publikasi lembaga dapat dilakukan dengan media cetak seperti brosur, dan lain-lain. Berikut macam-macam media publikasi yang dapat digunakan:

- a) Media Cetak

Media cetak merupakan sebuah media yang mempunyai fungsi sebagai media penyampaian informasi. Media cetak merupakan media informasi yang terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, foto, maupun gambar dengan berbagai macam warna, yang memiliki fungsi pokok untuk menyampaikan informasi atau menghibur. Media cetak dapat dikatakan pula sebagai suatu dokumen yang mempublikasikan apa yang dikatakan oleh orang lain baik berupa kata-kata ataupun rekaman peristiwa dan foto yang ditangkap oleh jurnalis dan kemudian diedit sehingga layak untuk disampaikan kepada masyarakat.³⁴

Kelebihan media ini adalah dapat menjangkau semua lapisan masyarakat, dan tergolong murah. Namun, media ini hanya terjadi komunikasi satu arah sehingga penyampaian berita sangat tergantung pada konsep penulis.³⁵

³³ Abdul Hadi, "Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humas dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis", 7.

³⁴ Hannah Mahfuzhah dan Anshari, "Media Publikasi Humas dalam Pendidikan", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 2, No. 2 (2018), 143.

³⁵ *Ibid.*

b) Media Elektronik

Media elektronik terdiri dari televisi dan radio. Kelebihan kedua media ini adalah dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dari pada media cetak. Berhasil tidaknya penyebaran informasi melalui televisi sebagai media publisitas madrasah tergantung pada program yang disiapkan, dalam program tersebut telah disusun pokok-pokok permasalahan yang akan disajikan kepada penonton/pemirsa. Penyampaian informasi melalui media televisi sangat efektif dan mampu menjangkau daerah pelosok, pedesaan maupun pegunungan, penggunaan dengan media televisi ini dapat dilakukan dengan berbagai acara antara lain : (a) ceramah umum, (b) wawancara, (c) sandiwara, (d) diskusi, (e) humor, (f) cerdas tangkas, (g) kegiatan pentas seni, dan lain-lain.³⁶

Sedangkan radio memiliki beberapa keunggulan yaitu: (a) teks yang akan di siarkan dapat disiapkan sebelum waktu penyiaran, (b) tidak dipengaruhi faktor komunikator, seperti sikap dan tingkah laku, (c) dapat melewati batas ruang, waktu serta jangkauan luas, dan (d) dapat dibantu latar belakang musik.³⁷

c) Media Sosial

Media sosial atau dewasa ini sering disebut dengan *social media* adalah “*website and applications that enable users to create and share content or to participate in social networking*”. Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. komunikasi tak terbatas ruang, jarak, dan waktu. Bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, tanpa harus bertatap muka. Dengan hadirnya aplikasi jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan semacamnya, orang-orang dapat saling berinteraksi tanpa harus bertemu langsung.³⁸

4) Pengawasan/Monitoring dan Evaluasi

Monitoring merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memaparkan informasi tentang sebab akibat dari sebuah kebijakan yang tengah dilaksanakan. Monitoring akan dilaksanakan disaat sebuah kebijaksanaan diterapkan, hal ini dibutuhkan agar supaya kesalahan yang

³⁶ *Ibid.*

³⁷ *Ibid.*

³⁸ *Ibid.*, 44.

terjadi dapat segera ditemukan dan segera diatasi, sehingga akan memperkecil resiko yang lebih besar terjadi.³⁹

Monitoring bertujuan untuk menjaga agar kebijakan yang diterapkan dalam sebuah lembaga/organisasi dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang sudah direncanakan dan dapat menemukan kesalahan sekecil mungkin hingga tidak ada resiko yang lebih besar lagi. Selain monitoring juga diperlukan evaluasi, evaluasi ini akan dilaksanakan jikalau kebijakan tersebut telah berjalan dengan waktu yang cukup.⁴⁰

Evaluasi ialah proses yang dilakukan untuk menilai bagaimana sebuah program Public Relation yang sudah disusun telah dikelola dengan efektif. Evaluasi ini akan melihat apakah program telah dilaksanakan sesuai dengan panduan yang direncanakan atau tidak. Penilaian atau evaluasi merupakan penentuan derajat kualitas berdasarkan indikator yang ditetapkan terhadap penyelenggaraan pekerjaan.⁴¹

Evaluasi bertujuan untuk menentukan tingkat kerja dalam suatu kebijakan, mengukur tingkat efisiensi dalam kebijakan. Mengukur kualitas output dari suatu kebijakan, mengukur dampak positif dan negative dari suatu kebijakan, mengetahui jika terjadi suatu penyimpangan-penyimpangan dengan cara mengadakan perbandingan tujuan, sasaran dengan target yang sudah tercapai.⁴²

Evaluasi merupakan harus dilakukan oleh suatu organisasi. Evaluasi menuntut adanya suatu standar kegiatan humas. Mengetahui keberhasilan suatu aktivitas humas diperlukan suatu penilaian terhadap program atau kegiatan yang telah berlangsung. Evaluasi kegiatan baik dari pihak eksternal maupun internal, evaluasi dianggap penting karena memberikan masukan kepada humas untuk memperbaiki pelayanan saat kegiatan berlangsung.⁴³

³⁹ Abdul Hadi, "Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humas dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis, 8.

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Ibid.*, 9.

⁴³ Imaniar Maspaitella, Mariam Sondakh dan Eva A. Marentek, "Evaluasi Kinerja Humas dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Raja Ampat (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Raja Ampat), *Jurnal Acta Diurna*, Vol. V, No. 3 (2016), 3-4.

c. Prinsip Manajemen Humas

Menurut Piet A. Sahertian sebagaimana yang dikutip Imaniar Maspaitella, Mariam Sondakh dan Eva A. Marentek, ada sejumlah prinsip yang perlu diperhatikan dalam rangka mengembangkan program humas dalam manajemen sekolah yaitu: (a) Keterpaduan (*Integrating*), (b) Berkesinambungan (*continuiting*), (c) Menyeluruh (*converage*), (d) Sederhana (*simplicity*), (e) Konstruktif (*constructiveness*), (f) Kesesuaian (*adaptability*), (g) Luwes (*flexibility*).⁴⁴

Ada beberapa prinsip-prinsip yang harus dipegang untuk mengembangkan human relations yang lebih baik. Prinsip-prinsip ini dikemukakan oleh Keith Davis. Ada delapan prinsip dalam mengembangkan human relations yang lebih baik. Prinsip-prinsip tersebut terdiri atas:

1) Kepentingan Individu (*Importance of Individual*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa kepentingan individu harus diperhatikan pada setiap pegawai dan mengenali perasaannya masing-masing. Selain itu memastikan perlakuan masing-masing orang sebagai individu, pegawai, pekerja dan sebagainya juga penting dilakukan agar semangat kerja dapat meningkat dan kinerja juga memuaskan.⁴⁵

2) Saling Menerima (*Mutual Acceptance*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa pegawai, serikat pekerja dan manajemen atau atasan perlu adanya sikap saling menerima sebagai individu dan kelompok serta kebutuhan untuk saling menghormati fungsi dan tanggung jawab masing-masing. Memahami antar pimpinan dan bawahan juga diperlukan dalam melakukan berbagai tugas yang diberikan.⁴⁶

3) Kepentingan Bersama (*Common Interest*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa pegawai, serikat pekerja dan manajemen saling terikat satu sama lain dari kepentingan bersama. Adanya keterikatan ini untuk terciptanya tujuan organisasi yang dilakukan secara bersama melalui kerja sama seluruh komponen organisasi. Indrawijaya juga mengemukakan bahwa kerjasama sering dianggap sebagai tujuan dari suatu

⁴⁴ Elfridawati Mai Duhani, "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon", 39.

⁴⁵ Denia Prameswari Putri dan Donie Kadewardana, "Prinsip-Prinsip Human Relations dalam Pelaksanaan Komunikasi Organisasi di Kementerian Komunikasi dan Informatika", *Journal of Strategic Communication*, Vol. 8, No. 2 (Maret 2018), 26.

⁴⁶ *Ibid.*

sistem organisasi. kerja sama yang dilakukan karena adanya kepentingan bersama juga dapat memberikan keuntungan bagi organisasi dan pengaruh baik bagi perilaku anggotanya.⁴⁷

4) Keterbukaan Komunikasi (*Open Communication*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa berbagi gagasan, informasi dan perasaan dengan seluruh komponen organisasi sangat penting sebagai jalan menuju pemahaman dan keputusan yang lebih baik. Komunikasi terbuka juga penting dilakukan untuk memperoleh saling pengertian maupun pelaksanaan tugas secara efektif.⁴⁸

5) Partisipasi Pegawai (*Employee Participations*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa hasil yang lebih baik dapat terjadi melalui adanya keseimbangan dalam melihat sudut pandang orang-orang di semua tingkatan di organisasi. lalu adanya sikap saling berbagi serta pemecahan masalah dari orang-orang yang terpengaruh. Partisipasi pegawai juga dilakukan dengan melibatkan partisipan dalam menyampaikan pendapat, ide, maupun saran bagi semua komponen dalam organisasi.⁴⁹

6) Identitas Lokal (*Local Identity*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa individu dapat menerima kesempatan terbesar untuk pengakuan, kebanggaan dan kepuasan kerja melalui identifikasi dengan unit kerja lokalnya. Quick dan Debra mengemukakan bahwa adanya kesempatan-kesempatan seperti kepuasan kerja ini bisa didapat melalui adanya perlakuan baik dan kepuasan yang dapat terdiri atas gaji, pekerjaan itu sendiri, kesempatan promosi.⁵⁰

7) Keputusan Lokal (*Local Decisions*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa orang-orang yang paling dekat dengan masalah yang memengaruhi diri mereka sendiri dapat mengembangkan solusi yang paling memuaskan jika diberi wewenang untuk menyelesaikan masalah tersebut. Jadi, jika ada masalah yang terjadi pada diri mereka, ketika diberikan wewenang untuk menyelesaikannya, maka mereka sebenarnya dapat menyelesaikan masalah tersebut dengan solusi-solusi yang juga dapat memuaskan.⁵¹

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*, 27

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ *Ibid.*

8) Standar Moral yang Tinggi (*High Moral Standard*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa dasar yang paling tepat untuk menilai “kebenaran” sebuah tindakan yang melibatkan orang-orang adalah ujian moralitas dan itu berpengaruh pada hak asasi manusia. Standar moral yang tinggi juga harus diperhatikan pada setiap tindakan, sikap ataupun perilaku sebagai profesional, pimpinan dan pekerja.⁵²

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran tersebut adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar berusaha menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Pengertian promosi menurut Buchari Alma sebagaimana yang dikutip Teguh Budiyanto, Christoffel Kojo dan Hendra N. Tawas, promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.⁵³

Promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (*promotional mix*). Menurut Philip Kotler sebagaimana yang dikutip Ramsiah Tasruddin, bauran promosi merupakan gabungan arus informasi secara menyeluruh dan hanya dilakukan oleh satu organisasi atau individu tertentu. Semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi pemasaran melakukan cara yang sama yaitu mendengarkan, bereaksi dan berbicara sampai tercipta hubungan pertukaran yang memuaskan.⁵⁴

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam *marketing mix* yang sangat penting dijalankan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditunjukkan untuk

⁵² *Ibid.*

⁵³ Teguh Budiyanto, Christoffel Kojo dan Hendra N. Tawas, “Strategi Promosi, Kualitas produk, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 16, No. 04 (2016), 490.

⁵⁴ Ramsiah Tasruddin, “Strategi Promosi Periklanan yang Efektif”, *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. II, No. 1 (Desember 2015), 109.

mendorong permintaan. Adapun menurut Saladin dan Oesman sebagaimana yang dikutip Slamet Istoto dan Iwan Kurniawan Subagja, adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut.⁵⁵ Selanjutnya menurut Tjiptono sebagaimana yang dikutip Slamet Istoto dan Iwan Kurniawan Subagja, adalah suatu bentuk komunikasi yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian promosi adalah kegiatan mengajak, menginformasikan dan membujuk serta mengingatkan seseorang tentang perusahaan dan produk yang ditawarkan perusahaan agar terjadi proses pertukaran.⁵⁶

b. Promosi dalam Lembaga Pendidikan

Promosi sekolah yaitu usaha memperkenalkan sekolah dalam rangka memasarkan sekolah. Usaha pemasaran adalah suatu proses sosial dan manjerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Konsep pemasaran bersandar pada kebutuhan (needs), keinginan (wants), permintaan (demands), produk (barang, jasa dan gagasan), nilai, biaya, kepuasa, pertukaran, dan transaksi, hubungan, dan jaringan, pasar, serta pemasar dan prospek. Kunci konsep pemasaran dalam mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif dari pada para pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Empat pilar konsep pemasaran yaitu pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu dan profitabilitas.⁵⁷

Setiap alat promosi memiliki karakteristik dan biaya tersendiri, sekolah harus memiliki pemahaman terhadap karakteristik ini. Promosi penjualan memanfaatkan komunikasi, insentif dan ajakan. Daya tarik hubungan masyarakat

⁵⁵ Slamet Istoto dan Iwan Kurniawan Subagja, "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Buah Melon PT. Syafina Niaga", *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 6, No. 2 (Mei-Agustus 2018), 5.

⁵⁶ *Ibid.*, 6.

⁵⁷ Ahmad Sofan Ansor, "Pengaruh Kualitas Pendidikan dan Promosi Terhadap Perolehan Jumlah Siswa pada Sekolah Menengah Atas Swasta Maarif Kota Cilegon Banten", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 324-325.

dan publisitas didasarkan pada kredibilitas yang tinggi, kemampuan menangkap pembeli yang tidak menduga, dan dramatisasi.⁵⁸

Dalam kaitannya dengan pendidikan, jasa dapat didefinisikan sebagai kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara memuaskannya. Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Hal itu karena pendidikan bersifat lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, hasil pendidikan mengacu jauh ke depan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus keilmuan di masa yang akan datang.⁵⁹

Untuk keberhasilan sebuah lembaga dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan *'need and want'* pelanggannya. Guna menciptakan layanan yang memuaskan ini, maka lembaga menciptakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.⁶⁰

Promosi jasa pendidikan merupakan salah satu variabel bauran pemasaran jasa pendidikan yang perlu dilakukan oleh sekolah untuk memasarkan produk pendidikan. Aktivitas promosi pendidikan bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara sekolah dengan pelanggan jasa pendidikan, tetapi juga sebagai alat untuk mempengaruhi pelanggan jasa pendidikan pada kegiatan pembelian atau penggunaan jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.⁶¹

Pada dasarnya promosi adalah bentuk dari komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar tentang produk dan hasil yang dikeluarkan oleh sebuah organisasi atau perusahaan, promosi jasa pendidikan

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ Imam Faizin, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah", *Jurnal Madaniyah*, Vol. 7, No.2 (Agustus 2017), 266.

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ Moch. Khafidz Fuad Raya, "Marketing Jasa di Institusi Pendidikan (Analisa Pemasaran dalam Pendidikan)", *Jurnal Falasifa*, Vol. 7, No.1 (Maret 2016), 46.

mengacu pada tugas untuk menginformasikan dan menyakinkan pasar pendidikan untuk memilih produk pendidikan yang ditawarkan.⁶² Tujuan dari komunikasi promosi sendiri adalah: (a) Menginformasikan (informing); (b) Membujuk (persuading); (c) Mengingat (reminding); (d) Membangun kesadaran masyarakat (buildcommunity awareness); (e) membangun serta memelihara seluruh citra dan reputasi lembaga pendidikan; (f) Menghilangkan kesalahpahaman yang dirasakan pelanggan jasa pendidikan.⁶³

c. Strategi Promosi di Lembaga Pendidikan

Irianto menyatakan bahwa dalam bidang pendidikan diperlukan dua konsep strategi pemasaran yang dapat dipertimbangkan, yaitu: (1) *Distinctive competence*, yaitu tindakan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dari pesaing; (2) *Competitive advantage*, yaitu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh lembaga pendidikan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya, melalui strategi *differensiasi* yaitu keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan lembaga pendidikan untuk merebut peluang pasar.⁶⁴

Salah satu strategi pemasaran adalah dengan tehnik promosi. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Tehnik promosi yang digunakan adalah dengan penyebaran brosur. Hal ini dilakukan yang pertama adalah penyebaran kepada internal sekolah seperti guru dan siswa. yang kedua penyebaran eksternal di luar sekolah atau kepada masyarakat umum. Tehnik promosi yang paling menjamin adalah berita dari mulut ke mulut baik dari orang tua siswa atau siswa secara langsung selaku pengguna jasa layanan pendidikan.⁶⁵

Dalam teori pemasaran diketahui bahwa promosi memegang peranan penting dalam meningkatkan jumlah penjualan. Namun demikian promosi dalam produk jasa tidak memegang peranan penting bahkan dapat berakibat sebaliknya menjadi boomerang. Artinya lembaga yang hanya menonjolkan promosi saja tanpa strategi yang lain akan mengalami penurunan minat. Oleh karena itu disamping tehnik promosi dengan brosur, juga menjadikan layanan terbaik

⁶² *Ibid.*

⁶³ *Ibid.*, 47.

⁶⁴ Aditia Fradito, Suti'ah dan Mulyadi, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah", *Jurnal Kependidikan Islam*, Vol. 10 No. 1 (2020), 18.

⁶⁵ *Ibid.*

kepada siswa sebagai trik promosi tersendiri sehingga siswa dan orang tua siswa akan merasa puas dan dengan sendirinya bercerita dari mulut ke mulut dengan orang tua lainnya. Teknik promosi membangun citra kepuasan layanan melalui berita dari mulut ke mulut sering digunakan lembaga penyedia jasa untuk memasarkan produknya.⁶⁶

d. Strategi Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi

Strategi pemasaran diperlukan oleh humas lembaga pendidikan untuk mengenalkan, mengkomunikasikan, dan menarik simpati masyarakat sehingga menjadi pelanggan pendidikan. Menurut Kartajaya sebagaimana yang dikutip Chusnul Chotimah, terdapat tiga dimensi pemasaran yang disebut dengan STV, yaitu *strategy*, *tactic*, dan *value*. Adapun dalam strategi pemasaran bertujuan untuk memenangkan *mind share* dari masyarakat. Dalam strategi itu sendiri terdapat tiga komponen penting yang meliputi *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning*. *Ketiga komponen tersebut juga merupakan langkah pokok dalam pemasaran strategis modern atau yang biasa disingkat dengan strategi STP.*⁶⁷

1) *Segmentation* (Pemetaan Pasar)

Segmentasi merupakan usaha untuk membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain dalam hal kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin akan memerlukan produk-produk dan strategi pemasaran tertentu untuk menjangkanya. Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah, dan sumber daya perusahaan di bidang pemasaran dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien. Tujuan dari segmentasi pasar adalah untuk menghemat usaha-usaha pemasaran dengan menitikberatkan kepada pembeli yang berminat tinggi untuk membeli. Selain itu segmentasi dilakukan untuk menghubungkan antara kebutuhan dengan tindakan.⁶⁸

Dalam segmentasi atau pemetaan, humas lembaga perlu benar-benar memahami sasaran yang akan dituju, sehingga perencanaan strategi yang akan dilakukan terkait dengan pemasaran lembaga pendidikan akan bisa mengena pada sasaran yang tepat. Selain itu humas perlu memahami

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ Chusnul Chotimah, *Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan dengan Masyarakat* (Tulungagung: IAIN Tulungagung Press, 2017), 94.

⁶⁸ Hari Wijaya dan Hani Sirine, "Strategi Segmenting, Targeting, Positioning serta Strategi Harga pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap", *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, Vol. 01, No. 03 (September 2016), 178.

keinginan masyarakat terhadap layanan pendidikannya, promosi yang perlu dilakukan dan juga upaya dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk memperluas segmen pelanggan pendidikan.⁶⁹

2) *Targeting* (Menentukan Target)

Menentukan target atau pasar sasaran perlu dilakukan, sebab tentunya lembaga pendidikan tidak bisa melayani seluruh pelanggan pendidikan dengan keadaan pelanggan yang tersebar dan keinginan yang bervariasi. Oleh sebab itu lembaga perlu memilih pelanggan yang potensial dengan maksud kebutuhan dan keinginan mereka mampu dilayani oleh lembaga pendidikan, serta mereka juga merupakan setia lembaga.⁷⁰

Mengingat berbagai keterbatasan yang dimiliki lembaga dan juga humas, maka humas perlu menentukan target dengan cermat. Target yang dipilih benar-benar dapat memberikan input yang memuaskan bagi lembaga dan sesuai dengan harapan lembaga. Dengan demikian maka tujuan pemasaran lembaga pendidikan yang dilakukan humas akan tercapai dengan efektif dan efisien.⁷¹

3) *Positioning* (penempatan posisi/keunggulan)

Menurut Fandy Tjiptono sebagaimana yang dikutip Chusnul Chotimah, *positioning* adalah suatu tindakan atau langkah-langkah yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya penawaran nilai dimana dalam satu segmen tertentu konsumen mengerti dan menghargai apa yang dilakukan suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. *Positioning* berkenaan dengan upaya identifikasi, pengembangan, dan komunikasi keunggulan yang bersifat khas dan unik, sehingga produk atau jasa dipersepsikan lebih unggul dibandingkan produk atau jasa para pesaingnya. Dengan demikian maka penting untuk membangun komunikasi yang baik yang menciptakan hubungan yang positif antara pemasar dan pelanggan.⁷²

Kegiatan *positioning* perlu dilakukan oleh humas lembaga pendidikan terkait dengan mengkomunikasikan atau memposisikan keunggulan jasa yang dimiliki yang membedakannya dengan para pesaing. Juga menempatkan lembaga pada posisi tertentu dalam persaingan pasar pendidikan. Komunikasi keunggulan perlu dilakukan agar masyarakat atau pelanggan jasa pendidikan

⁶⁹ Chusnul Chotimah, *Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan dengan Masyarakat*, 98.

⁷⁰ *Ibid.*

⁷¹ *Ibid.*, 99.

⁷² *Ibid.*, 100.

mengetahui keseriusan lembaga dalam mengelola pelayanan jasa sehingga meningkatkan kualitas lulusan. Keunggulan yang dimiliki juga bisa diposisikan sebagai bukti pelayanan kepada masyarakat yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, utamanya pelanggan pendidikan.⁷³

3. Penerimaan Peserta Didik Baru

a. Pengertian Penerimaan Peserta Didik Baru

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) merupakan suatu proses yang terjadi setiap tahun menjelang tahun ajaran baru yang dilakukan oleh setiap sekolah baik negeri maupun swasta.⁷⁴ Dalam Permendikbud Nomor 51 Tahun 2018 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru pada Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan sekolah Menengah Kejuruan dijelaskan bahwa penerimaan peserta didik baru, yang selanjutnya disingkat (PPDB), adalah penerimaan peserta didik baru pada TK dan Sekolah. PPDB ini merupakan proses seleksi akademis calon siswa pada jenjang tertentu dengan aturan yang telah ditentukan. Tiap-tiap tingkatan sekolah memiliki cara tersendiri dalam PPDB, mulai dari TK, SD, SMP, SMA, dan SMK atau sederajat.⁷⁵

Penerimaan siswa baru merupakan gerbang awal yang harus dilalui peserta didik dan sekolah didalam penyaringan objek-objek pendidikan. Peristiwa penting bagi suatu sekolah, karena peristiwa ini merupakan titik awal yang menentukan kelancaran tugas suatu sekolah. kesalahan dalam penerimaan siswa baru dapat menentukan sukses tidaknya usaha pendidikan disekolah yang bersangkutan.⁷⁶

PPDB dengan segala sistemnya, dilakukan untuk mengetahui dan mengukur input sekolah guna membantu perkembangan sekolah serta diharapkan dapat memberikan kontribusi yang tinggi dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan pendidikan dan pembelajaran di masa yang akan datang.⁷⁷

⁷³ *Ibid.*, 101.

⁷⁴ Dwi Arum Ningtyas, Mohammad Badrul dan Daning Nur Sulistyowati, "Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru pada SMP Ar-Ridha Jakarta", *Jurnal TECHNO Nusa Mandiri*, Vol. 15, No. 1 (Maret 2018), 19.

⁷⁵ Muammar, "Problematika Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dengan Sistem Zonasi di Sekolah Dasar (SD) Kota Mataram", *Jurnal PGMI*, Vol. 11, No. 1 (Juni 2019), 44.

⁷⁶ Sarwindah, "Sistem Pendaftaran Siswa Baru pada SMPN 1 Kelapa Bebas Web", *Jurnal SISFOKOM*, Vol. 07, No. 02 (September 2018), 110.

⁷⁷ Nurdian Ramadhani Ansar, Ratmawati T dan Andi Wahed, "Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online di SMK Negeri 6 Makassar", 66.

b. Kriteria Penerimaan Peserta Didik Baru

Menurut Prihatin sebagaimana yang dikutip Nurdian Ramadhani Ansar, Ratmawati T dan Andi Wahed, yang dimaksud dengan kriteria adalah patokan-patokan yang menyatukan bisa atau tidaknya seorang untuk diterima sebagai peserta didik. ada tiga macam kriteria penerimaan peserta didik baru. Pertama, adalah kriteria acuan patokan (*standard criterion referenced*), yaitu suatu penerimaan peserta yang didasarkan atas patokan. Patokan yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam hal ini, sekolah terlebih dahulu membuat patokan bagi calon peserta didik dengan kemampuan minimal setingkat dengan sekolah yang menerima peserta didik. sebagai konsekuensi dari penerimaan yang didasarkan atas kriteria, jika semua calon peserta didik yang mengikuti seleksi memenuhi patokan minimal yang ditentukan maka mereka harus diterima semua. Sebaliknya jika calon peserta didik yang mendaftar kurang memenuhi patokan minimal yang telah ditentukan, peserta didik akan ditolak atau tidak diterima.⁷⁸

c. Prosedur Penerimaan Peserta Didik Baru

Menurut Imron sebagaimana yang dikutip Nurdian Ramadhani Ansar, Ratmawati T dan Andi Wahed, adapun prosedur penerimaan peserta didik baru adalah pembentukan panitia penerimaan peserta didik baru, rapat penentuan peserta didik baru, pembuatan, pemasangan atau pengiriman pengumuman, pendaftaran peserta didik baru, seleksi, penentuan peserta didik baru yang diterima, pengumuman peserta didik yang diterima dan registrasi peserta didik yang diterima.⁷⁹

Penerimaan peserta didik bertujuan memberi kesempatan yang seluas-luasnya bagi warga negara usia sekolah agar memperoleh layanan pendidikan yang sebaik-baiknya.

Penerimaan peserta didik harus berasaskan:

- 1) Objektivitas, artinya bahwa penerimaan peserta didik, baik peserta didik baru maupun pindahan harus memenuhi ketentuan umum yang diatur di dalam Keputusan Menteri ini.

⁷⁸ *Ibid.*, 67.

⁷⁹ *Ibid.*

- 2) Transparansi, artinya pelaksanaan penerimaan peserta didik bersifat terbuka dan dapat diketahui oleh masyarakat termasuk orang tua peserta didik, untuk menghindarkan penyimpangan-penyimpangan yang mungkin terjadi.⁸⁰
- 3) Akuntabilitas, artinya penerimaan peserta didik dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat, baik prosedur maupun hasilnya.
- 4) Tidak diskriminatif, artinya setiap warga negara yang berusia sekolah dapat mengikuti program pendidikan di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia tanpa membedakan suku, daerah asal, agama, dan golongan.⁸¹

Pada kondisi khusus jika persyaratan usia masuk SD/MI, SLTP/MTs, SLTPLB, SMU/MA, SMLB dan SMK tidak dapat dipenuhi maka sekolah diberikan kewenangan untuk mengatur sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat.⁸²

Jumlah peserta didik pada TK/RA, dalam satu rombongan belajar/kelas maksimum 25 orang; Jumlah peserta didik pada TKLB, dalam satu rombongan belajar/kelas maksimum 5 orang; Jumlah peserta didik pada SD/MI, dalam setiap rombongan belajar/kelas maksimum 40 orang; Jumlah peserta didik pada SDLB/SLB Tingkat Dasar, dalam setiap rombongan belajar/kelas maksimum 8 orang, Jumlah peserta didik untuk SLTP/MTs, dalam satu rombongan belajar/kelas maksimum 40 orang; Jumlah peserta didik untuk SLTPLB, dalam satu rombongan belajar/kelas maksimum 8 orang; Jumlah peserta didik untuk SMU/MA, dalam satu rombongan belajar/kelas maksimum 40 orang; Jumlah peserta didik untuk SMLB, dalam satu rombongan belajar/kelas maksimum 8 orang; Jumlah peserta didik baru SMK per kelompok belajar/kelas maksimum 40 orang untuk bidang keahlian Pekerjaan Sosial serta Bisnis dan Manajemen, dan maksimum 36 orang untuk bidang keahlian lainnya.⁸³

Kegiatan penerimaan peserta didik baru dilaksanakan oleh sekolah dengan memperhatikan kalender pendidikan melalui tahapan pemberitahuan ke masyarakat, pendaftaran, pengumuman peserta didik yang diterima, dan pendaftaran ulang. Sekolah dapat mengadakan seleksi calon peserta didik jika daya tampung tidak cukup. Seleksi calon peserta didik kelas 1 (satu) SD/SDLB/SLB Tingkat Dasar/MI dilakukan berdasarkan usia dan kriteria lain yang ditentukan oleh sekolah dengan pertimbangan Badan Pembantu

⁸⁰ Suwardi dan Daryanto, *Manajemen Peserta Didik* (Yogyakarta: Gava Media, 2017), 53.

⁸¹ *Ibid.*

⁸² *Ibid.*, 55.

⁸³ *Ibid.*, 56.

Penyelenggara Pendidikan (BP3) atau Komite Sekolah. Seleksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berupa seleksi akademis serta tidak dipersyaratkan telah mengikuti TK/RA/TKLB.⁸⁴

Seleksi calon peserta didik kelas 1 (satu) SLTP/SLTPLB/MTs dapat menggunakan Nilai Ujian Akhir Sekolah atau Nilai Ujian Persamaan Tamat SD atau Daftar Nilai Pejabat Program Paket A, dengan mempertimbangkan aspek jarak tempat tinggal ke sekolah, bakat olah raga, bakat seni, prestasi di bidang akademik, IPTEK, ekonomi lemah, dan usia calon peserta didik. Seleksi calon peserta didik kelas 1 (satu) SMK dilakukan untuk mendapatkan kesesuaian kemampuan dan minat peserta didik dengan bidang keahlian/program keahlian yang dipilihnya dengan menggunakan kriteria yang ditetapkan sekolah bersama majelis sekolah dan institusi pasangan/asosiasi profesi.⁸⁵

Apabila seleksi pada ayat (1) tidak diperlukan, seleksi dilakukan berdasarkan peringkat Nilai Ujian Nasional SLTP/SLTPLB/MTs atau Daftar Nilai Pejabat Program Paket B dengan mempertimbangkan aspek jarak tempat tinggal ke sekolah, bakat olah raga, bakat seni, prestasi di bidang akademik, IPTEK, ekonomi lemah, dan usia calon peserta didik.⁸⁶

Perpindahan peserta didik antar sekolah dalam satu Kabupaten/Kota, antar Kabupaten/Kota dalam satu Provinsi, atau antar Provinsi, dilaksanakan atas dasar persetujuan Kepala Sekolah Asal dan Kepala Sekolah yang dituju dan dilaporkan kepada Kepala Dinas Kabupaten/Kota/Provinsi/Kandepag sesuai kewenangannya. Perpindahan peserta didik dari sekolah Indonesia di luar negeri dilaksanakan atas dasar persetujuan Kepala Sekolah asal dan Kepala Sekolah yang dituju dan dilaporkan Kepala Dinas Kabupaten/Kota/Provinsi/Kandepag sesuai dengan kewenangannya.⁸⁷

Perpindahan peserta didik dari sistem pendidikan asing ke sistem pendidikan nasional, dapat dilakukan setelah mendapat persetujuan Direktur Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah peserta didik kelas 1 (satu) SMU/SMLB/MA dilakukan berdasarkan peringkat Nilai Ujian Nasional SLTP/SLTPLB/MTs atau Nilai Ujian Persamaan Tamat SLTP atau Daftar Nilai Pejabat Program Paket B, dengan mempertimbangkan aspek jarak tempat tinggal ke sekolah, usia calon peserta didik, bakat olah raga, bakat seni, prestasi di

⁸⁴ *Ibid.*

⁸⁵ *Ibid.*

⁸⁶ *Ibid.*

⁸⁷ *Ibid.*, 57.

bidang akademik, IPTEK, ekonomi lemah, atau prestasi lain yang diakui sekolah.⁸⁸

d. Peningkatan Kualitas Promosi dapat Meningkatkan Animo Peserta Didik

Untuk menarik minat masyarakat, lembaga memiliki strategi yang berbeda-beda dengan manajemen yang berbeda pula. Lembaga harus memiliki reputasi baik. Menurut Alma sebagaimana yang dikutip Qoimah, aspek membangun reputasi harus dapat menciptakan: (1) *Makes regular repeat purchases* ialah pelanggan yang percaya atau menggunakan secara teratur program yang *launching* oleh lembaga/sekolah (2) *Purchases across product and service lines*, pelanggan membeli diluar ini produk/jasa, (3) *Refers other* yaitu menawarkan produk lain, (4) *Demonstrates an immunity to the full of the competition* yaitu menunjukkan kekebalan/kekuatan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.⁸⁹

Sekolah perlu memperhatikan beberapa hal yaitu lembaga harus memiliki strategi untuk menarik minat masyarakat, banyak strategi yang diterapkan berbeda dengan manajemen yang berbeda pula. Hal utama yang harus dilaksanakan adalah lembaga harus membangun reputasi dan citra yang baik yang dapat menciptakan:

- 1) Merekomendasikan produk lain, misalnya siswa/i merekomendasikan kepada keluarga, teman ataupun masyarakat setiap program layanan pendidikan baik merekomendasikan jurusan yang diambil maupun layanan lainnya (seminar, lokakarya dan pelatihan-pelatihan).
- 2) Menunjukkan adidaya dari daya tarik produk ataupun jasa sejenis dari pesaing, misalnya selain Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso banyak lembaga lain yang menawarkan pendidikan serupa pada kelas akhir sekolah menengah pertama, akan tetapi sebanyak dan semenarik apapun yang dilakukan oleh lembaga lain, calon siswa tetap teguh memilih Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso sebagai lembaga layanan pendidikannya.⁹⁰
- 3) Memiliki hal yang dapat menarik yang tinggi dengan menawarkan kegiatan-kegiatan dan sarana unggul, seperti perpustakaan berbasis internet, kelas

⁸⁸ *Ibid.*

⁸⁹ Qoimah, "Membangun Pelayanan Publik yang Prima: Strategi Manajemen Humas dalam Penyampaian Program Unggulan di Lembaga Pendidikan", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 1, No. 2 (Juli 2018), 193-194.

⁹⁰ *Ibid.*, 203.

berbasis unggul dengan fasilitas perangkat-perangkat lunak, kegiatan yang dihadiri oleh petinggi-petinggi Negara ataupun karya-karya yang menunjang reputasi lembaga/sekolah.

- 4) Menggunakan media sebagai alat transformasi bagi sekolah/lembaga untuk menunjang kegiatan-kegiatan maupun untuk mengabarkan hal-hal yang terjadi di sekolah/lembaga.⁹¹



⁹¹ *Ibid.*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif menekankan pada makna dan pemahaman dari dalam, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif, lebih lanjut, mementingkan pada proses dibandingkan dengan hasil akhir. Oleh karena itu urutan-urutan kegiatan dapat berubah-ubah tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala yang ditemukan. Tujuan penelitian biasanya berkaitan dengan hal-hal yang bersifat praktis.⁹²

Menurut Denzin dan Lincoln sebagaimana yang dikutip Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada dalam penelitian kualitatif. Metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen.⁹³

Secara garis besar pengertian penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subyek penelitian. Misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya, secara holistik dengan cara deskriptif dalam suatu konteks khusus yang alami tanpa ada campur tangan manusia dan dengan memanfaatkan secara optimal sebagai metode ilmiah yang lazim digunakan.⁹⁴

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian dimana peneliti menggali suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan (program, even, proses, institusi atau kelompok sosial) serta mengumpulkan informasi secara terinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu. Menurut Creswell sebagaimana yang dikutip Sri Wahyuningsih, mengungkapkan bahwa apabila memilih studi untuk suatu kasus, dapat dipilih dari beberapa program studi atau sebuah program studi

⁹² Jonathan Sarwono, "Memadu Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif: Mungkinkah?", *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol.9, No. 2 (Mei 2019), 119.

⁹³ Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV Nata Karya, 2019), 4.

⁹⁴ *Ibid.*, 5.

dengan menggunakan berbagai sumber informasi yang meliputi: observasi, wawancara, materi audio-visual, dokumentasi dan laporan.⁹⁵

Peneliti studi kasus berfokus pada kasus tertentu secara mendalam sehingga dapat mengidentifikasi hubungan sosial, proses dan kategori yang secara bersamaan dapat dikenali, khas, dan unik. Sehingga diperlukan detail yang cukup untuk memberikan gambaran tentang sebuah kasus. Studi kasus biasanya spesifik, namun bukan berarti tidak dapat diterapkan pada proses sosial yang lebih luas. Penelitian studi kasus terdiri dari penyelidikan yang terperinci, seringkali data dikumpulkan pada periode waktu, fenomena dan konteks tertentu yang tujuannya untuk memberikan analisis tentang konteks dan proses yang berkaitan dengan isu teoritis yang sedang dipelajari.⁹⁶

B. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti sendiri dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul utama. Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif sebagai peran utama. Dalam penelitian ini, peneliti sebagai pengamat aktivitas, pewawancara, dan observatory. Subjek penelitian langsung hadir ke lembaga pendidikan MAN 1 Kabupaten Madiun.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di MAN 1 Kabupaten Madiun, Jalan Raya Kebonsari Desa Rejosari Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun. Peneliti memilih lembaga pendidikan di MAN 1 Kabupaten Madiun, dengan beberapa pertimbangan, yaitu karena MAN 1 Kabupaten Madiun merupakan Madrasah Aliyah Negeri di Kabupaten Kebonsari yang mengadakan program manajemen humas dalam mempromosikan peserta didik baru, sehingga sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh peneliti. Serta sebagai salah satu Madrasah di Kabupaten Kebonsari yang letaknya cukup strategis. MAN 1 Kabupaten Madiun semakin tahun mengalami perkembangan yang cukup signifikan, mulai dari jumlah peserta didik hingga berbagai macam prestasi yang telah diraih. Serta banyaknya ekstrakurikuler dan ketrampilan-ketrampilan yang ada, yang membuat MAN 1 Kabupaten Madiun

⁹⁵ Sri wahyuningsih, *Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya* (Madura: UTM Press, 2013), 3.

⁹⁶ Unika Prihatsanti, Suryanto, dan Wiwin Hendriani, "Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi", *Jurnal Buletin Psikologi*, Vol. 26, No. 2 (2018), 128.

semakin dicintai dan diminati oleh banyak masyarakat yang ingin lebih mengenal dan ingin bersekolah di MAN 1 Kabupaten Madiun.

D. Data dan Sumber Data

Data penelitian adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi. Data merupakan materi mentah yang membentuk semua laporan penelitian.

Teknik pengambilan sumber data peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dan teknik *snowball sampling*. Seperti telah dikemukakan bahwa, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang lengkap, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data. Dengan demikian jumlah sampel sumber data akan semakin besar, seperti bola salju yang menggelinding, lama-lama menjadi besar.⁹⁷

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data adalah tempat didapatkannya data yang diinginkan. Pengetahuan tentang sumber data merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui agar tidak terjadi kesalahan dalam memilih sumber data yang sesuai dengan tujuan penelitian.⁹⁸ Sumber data yang utama adalah:

1. Data Primer

Sumber data ini meliputi mencari informasi dengan observasi langsung kepada Kepala Madrasah, Waka Kesiswaan, dan Waka Humas

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh sesuai dengan permasalahan yang diangkat dari peneliti. Data sekunder meliputi, profil sekolah, data-data mengenai humas dan data hasil dalam promosi penerimaan peserta didik baru, selebihnya adalah tambahan dokumen lainnya.

⁹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 300.

⁹⁸ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 171.

E. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan beberapa teknik yaitu:

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Peneliti dalam penelitian ini memilih wawancara terstruktur dan juga wawancara tidak terstruktur.⁹⁹

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya.¹⁰⁰

Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.¹⁰¹

Dalam melakukan teknik wawancara ini keberhasilan dalam mendapatkan informasi tergantung dari kemampuan peneliti dalam melakukan wawancara. Dalam hal ini yang bertindak sebagai narasumber adalah:

- a. Kepala Sekolah/Madrasah untuk mendapatkan informasi dan data umum mengenai peningkatan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru
- b. Waka Kesiswaan untuk mendapatkan informasi mengenai promosi penerimaan peserta didik baru
- c. Waka Humas untuk mengetahui hasil manajemen humas dalam meningkatkan promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun

2. Observasi

Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Data yang diobservasi dapat berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, tindakan, keseluruhan interaksi antar

⁹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 194.

¹⁰⁰ *Ibid.*, 195.

¹⁰¹ *Ibid.*, 197.

manusia. Data observasi juga dapat berupa interaksi dalam suatu organisasi atau pengalaman para anggota dalam berorganisasi. Proses observasi dimulai dengan mengidentifikasi tempat yang hendak diteliti. Setelah tempat penelitian diidentifikasi, dilanjutkan dengan membuat pemetaan, sehingga diperoleh gambaran umum tentang sasaran penelitian.¹⁰²

Jenis observasi yang digunakan peneliti yaitu dengan menggunakan observasi partisipatif, dalam observasi ini peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipatif ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang tampak.¹⁰³

Dalam penelitian ini teknik observasi digunakan untuk mengamati dan mencatat berbagai peristiwa yang berkaitan dengan manajemen humas serta promosi penerimaan peserta didik baru di lembaga pendidikan Islam MAN 1 Kabupaten Madiun. Dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun salah satunya adalah dengan penyediaan media informasi pendidikan. Oleh karena itu, peran manajemen humas mempunyai peran penting dalam meningkatkan promosi tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.¹⁰⁴

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.¹⁰⁵ Dalam teknik dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai manajemen humas dan promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun. Dalam hal ini, dokumentasi yang digunakan untuk memperoleh beberapa data yaitu:

¹⁰² J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), 112.

¹⁰³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 310.

¹⁰⁴ Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), 149.

¹⁰⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 329.

- a. Sejarah berdirinya MAN 1 Kabupaten Madiun.
- b. Letak geografis MAN 1 Kabupaten Madiun.
- c. Visi, misi dan tujuan MAN 1 Kabupaten Madiun.
- d. Struktur organisasi MAN 1 Kabupaten Madiun.
- e. Keadaan guru dan siswa MAN 1 Kabupaten Madiun.
- f. Sarana dan prasarana MAN 1 Kabupaten Madiun.
- g. Program Keunggulan MAN 1 Kabupaten Madiun.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif berkaitan dengan data berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek penelitian serta berkaitan dengan kejadian yang melingkupi sebuah objek penelitian. Menurut Moleong, Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹⁰⁶ Aktivitas dalam analisis data meliputi, *data reduction*, *data display*, dan *conclusion/verification*.

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, makin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan makin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.¹⁰⁷

Data yang direduksi oleh penulis adalah data tentang hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang meliputi manajemen humas dalam peningkatan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru, yang terdiri dari perencanaan hingga evaluasi dalam promosi penerimaan peserta didik baru yang dilakukan di lembaga MAN 1 Kabupaten Madiun.

¹⁰⁶ Sandu Siyoto, dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 98.

¹⁰⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 338.

2. *Data Display* (Menyajikan Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Kalau dalam penelitian kuantitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami.¹⁰⁸

Data yang disajikan oleh peneliti adalah data yang mengenai manajemen humas dalam peningkatan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun.

3. *Conclusion/Verification* (Kesimpulan Sementara)

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹⁰⁹

G. Pengecekan Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah maka perlu diadakan uji keabsahan kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif. Adapun teknik pengujian keabsahan data adalah sebagai berikut:

1. Perpanjangan Pengamatan

Dengan perpanjangan pengamatan peneliti akan kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan perpanjangan pengamatan ini berarti hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin terbentuk *rapport*, semakin akrab (tidak ada jarak lagi), semakin terbuka, saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi. Bila telah terbentuk *rapport*, maka telah terjadi kewajaran dalam penelitian, di mana kehadiran peneliti tidak lagi mengganggu perilaku yang dipelajari.¹¹⁰

¹⁰⁸ *Ibid.*, 341.

¹⁰⁹ *Ibid.*, 345.

¹¹⁰ Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, 90-91.

2. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.¹¹¹

Dengan meningkatkan ketekunan, maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan itu salah atau tidak. Demikian juga dengan meningkatkan ketekunan maka, peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.

Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca ini maka wawasan peneliti akan semakin luas dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu benar/dipercaya atau tidak.¹¹²

3. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kreadibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara, dan berbagai waktu.¹¹³ Dengan demikian peneliti menggunakan dua jenis triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi metode. Adapun penjelasan dari masing-masing jenis triangulasi sebagai berikut:

a. Triangulasi Sumber

Menurut Patton sebagaimana yang dikutip Nuning Indah Pratiwi, bahwa “Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.”¹¹⁴

Contoh penerapan triangulasi dengan sumber dalam konteks penelitian ini adalah wawancara dengan observasi, mengenai manajemen humas dalam peningkatan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun.

b. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah usaha mencek keabsahan data, atau mencek keabsahan temuan penelitian. Triangulasi metode dapat dilakukan

¹¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 370.

¹¹² *Ibid.*, 371.

¹¹³ Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, 94.

¹¹⁴ Nuning Indah Pratiwi, “Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi”, *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol. 1, No. 2 (Agustus 2017), 213-214.

dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. pelaksanaannya dapat juga dengan cara cek dan recek.¹¹⁵

H. Tahapan-tahapan Penelitian

Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan dengan tahapan-tahapan pekerjaan yang dilakukan peneliti yang tentunya harus memiliki bekal teori atau wawasan yang luas sehingga bisa bertanya, menganalisis dan dapat mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas, seperti tahap pra-lapangan, tahap lapangan dan tahap pengolahan data dengan menekankan kondisi, keadaan atau peristiwa.¹¹⁶

Menurut Lexy J. Moleong, tahapan penelitian kualitatif terdiri tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan dan tahap analisis data.¹¹⁷

a. Tahap Pra-Lapangan

- 1) Menyusun rancangan penelitian.
- 2) Memilih lokasi penelitian.
- 3) Mengurus perizinan penelitian.
- 4) Menjajaki dan menilai lokasi penelitian.
- 5) Memilih dan memanfaatkan informan.
- 6) Menyiapkan perlengkapan penelitian.
- 7) Persoalan etika penelitian.

b. Tahapan Pekerjaan Lapangan

- 1) Memahami latar penelitian dan persiapan diri.
- 2) Memasuki lapangan.
- 3) Berperan serta mengumpulkan data.

c. Tahap Analisis Data

- 1) Analisis data.
- 2) Proses analisis data.
- 3) Mengambil kesimpulan dan verifikasi dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

¹¹⁵ Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif", *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol. 10, No. 1 (April 2010), 57.

¹¹⁶ Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, 23.

¹¹⁷ *Ibid.*, 24.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

A. Deskripsi Data Umum

1. Profil MAN 1 Kabupaten Madiun

a. Identitas Madrasah

- 1) Nama Madrasah : Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Madiun
- 2) Alamat Madrasah : Jl. Raya Kebonsari Rejosari Madiun Jawa Timur
- 3) Nomor Telepon : 0351 367959
- 4) Email : mankembangawit@yahoo.co.id
mankembangawit@kemenag.go.id
- 5) NSM : 131135190001
- 6) NPSN : 20580850
- 7) Status : Negeri
- 8) Status Akreditasi : A
- 9) Tahun Berdiri : 1968
- 10) Nama Kepala Madrasah : Drs. Ghulam Zamroni, M.Sc¹¹⁸

2. Sejarah Berdirinya MAN 1 Kabupaten Madiun

Keberadaan Madrasah Aliyah Negeri Kembangawit yang sekarang menjadi Madrasah Aliyah Negeri 1 Madiun memiliki sejarah yang cukup panjang. Diawali dengan adanya Pondok Pesantren “Subulul Huda” dibawah pimpinan K.H Munirul Ichwan (alm), berlokasi di Dukuh Kembangawit, Desa Rejosari, Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun.

Diawal pendiriannya, Madrasah ini merupakan lembaga non formal dan melaksanakan pendidikan khususnya untuk mempelajari/mendalami ajaran Islam dengan system tradisional pondok pesantren.

Pada tanggal 23 Agustus 1954, tokoh-tokoh dan pengasuh dari pondok pesantren “Subulul Huda” diantaranya KH. Munirul Ichwan, KH. Achsani, KH. Mufti dan Kyai Dardiri mempelopori berdirinya lembaga pendidikan formal di

¹¹⁸ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 01/D/8 II/2021

lingkungan pondok, dan berhasil mendirikan Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah “Salafiyah”.

Dalam perkembangan selanjutnya, pasca peristiwa Pemberontakan PKI (G 30 S PKI) tahun 1965, pemerintah sangat memerlukan adanya sinergi antara pemerintah dan pondok pesantren, oleh karena itu Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah “Salafiyah” diminta oleh pemerintah untuk dijadikan lembaga pendidikan negeri / yang dikelola oleh pemerintah. Semula pihak Yayasan Subulul Huda keberatan dengan penegerian tersebut, tapi dengan beberapa persyaratan yang diminta Yayasan akhirnya disetujui Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah “Salafiyah” dinegerikan. Sesuai dengan Keputusan Menteri Agama Nomor 39 Tahun 1968 Madrasah Aliyah “Salafiyah” berstatus Negeri dengan nama Madrasah Aliyah Agama Islam Negeri (MAAIN) Kembangawit Kebonsari Madiun. Dalam perkembangan selanjutnya berdasar regulasi yang ada, sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Agama, pada tahun 1979 nama MAAIN berubah menjadi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Kembangawit dan tetap berada di lingkungan Pondok Pesantren Subulul Huda Kembangawit.

Pada tahun 1985 menyesuaikan dengan tuntutan bahwa Madrasah Aliyah harus berada di jalan poros, maka MAN Kembangawit mendapat proyek pengadaan tanah pertama kali yang berada di wilayah dua desa yaitu di bagian depan dukuh Sukorejo, desa Kedondong dan bagian belakang dukuh Serut Sewu desa Rejosari. Kedua wilayah teritori tersebut masih dalam satu wilayah Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun. Dan diwilayah inilah MAN Kembangawit yang sekarang berubah menjadi MAN 1 Madiun berkembang sampai sekarang.¹¹⁹

3. Visi, Misi dan Tujuan MAN 1 Kabupaten Madiun

a. Visi Madrasah

Berakhlak Mulia, Beprestasi, Terampil, dan Berbudaya Lingkungan

b. Misi Madrasah

- 1) Meningkatkan proses pembinaan, penghayatan dan pengamalan ajaran Islam.
- 2) Meningkatkan proses pembelajaran secara efektif untuk menghadapi Ujian Sekolah Berbasis Nasional (USBN), Ujian Akhir Madrasah Berbasis Nasional (UAMBN) dan Ujian Nasional (UN).

¹¹⁹ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 02/D/8 II/2021

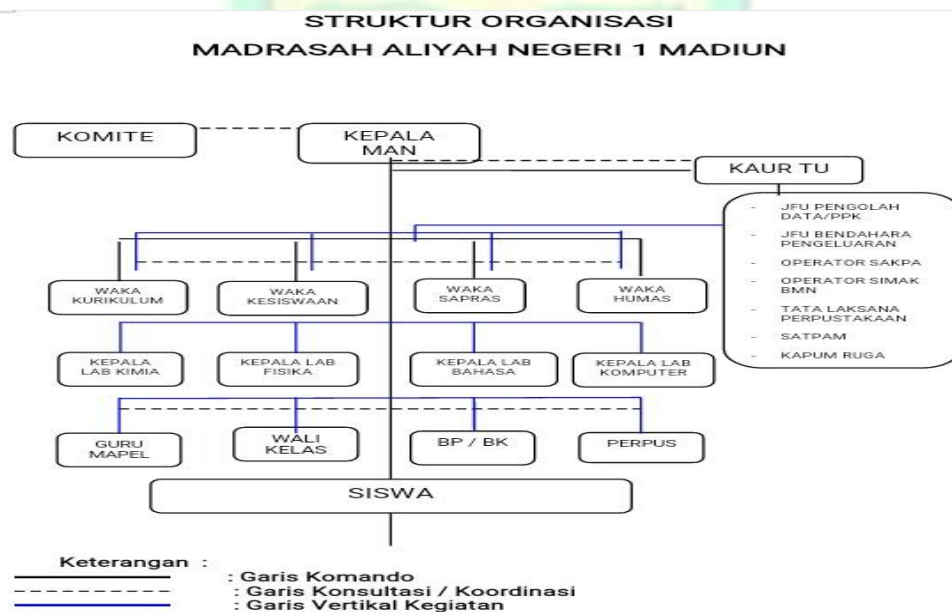
- 3) Meningkatkan bimbingan untuk menghadapi lomba akademik dan nonakademik.
- 4) Melaksanakan bimbingan secara efektif untuk menghadapi seleksi masuk Perguruan Tinggi Negeri (PTN).
- 5) Meningkatkan proses pembinaan keterampilan Teknologi Informasi (TI), Tata Boga, Tata Busana dan menumbuhkan semangat kewirausahaan (*enterpreneurship*).
- 6) Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap para pelanggan (*stakeholder*).
- 7) Mengupayakan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Madrasah.
- 8) Meningkatkan kepedulian terhadap pelestarian fungsi lingkungan.
- 9) Meningkatkan kepedulian terhadap pencegahan pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup.

c. Tujuan Madrasah

- 1) Merealisasikan minimal 95% peserta didik mampu menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) Meningkatkan rata-rata nilai USBN, UAMBN dan UN 0,15 setiap tahun.
- 3) Merealisasikan minimal 60% output dapat diterima di Perguruan Tinggi Negeri.
- 4) Mengembangkan tim olimpiade akademik yang mampu menjadi finalis di tingkat provinsi.
- 5) Mengembangkan tim ekstrakurikuler (Pramuka, PMR, UKS, KIR, Jurnalistik, dan *Broadcasting*) yang mampu memberikan pelayanan terhadap warga madrasah dan masyarakat dan menjadi finalis di lomba tingkat Nasional.
- 6) Merealisasikan minimal 95% peserta didik mampu berkomunikasi dengan bahasa Inggris, Arab sederhana dan bahasa Jawa dengan benar.
- 7) Membentuk tim bidang keterampilan komputer multi-media, tata boga, tata busana, yang mampu memberikan pelayanan jasa terhadap warga madrasah dan masyarakat.
- 8) Merealisasikan minimal 35% lulusan diterima di dunia kerja atau menjadi wirausahawan.
- 9) Merealisasikan pendidik dan tenaga kependidikan yang mampu memberikan pelayanan prima kepada para pelanggan.

- 10) Membentuk peserta didik yang mampu mengembangkan bakat dan minat/menanamkan kesadaran peserta didik pada pengembangan bakat dan minat.
- 11) Memiliki pendidik dan tenaga kependidikan yang profesional dan kompeten di bidangnya masing-masing.
- 12) Mengembangkan tim olahraga yang terdiri dari: futsal, bola voly, catur, atletik, dan tenis meja yang mampu menjadi finalis di tingkat provinsi.
- 13) Mengembangkan tim kesenian yaitu: seni teater, seni lukis, seni batik, seni musik, dan seni baca al Quran yang mampu menjadi juara di tingkat nasional.
- 14) Memiliki tim pengelola pelestarian fungsi lingkungan yang mampu mengantarkan madrasah menjadi madrasah adiwiyata mandiri.
- 15) Memiliki tim pengelola pencegahan terhadap pencemaran lingkungan dan kerusakan lingkungan hidup yang mampu mengantarkan madrasah menjadi madrasah adiwiyata mandiri.¹²⁰

4. Struktur Organisasi MAN 1 Kabupaten Madiun¹²¹



Gambar 4.1 Struktur Organisasi MAN 1 Kabupaten Madiun

¹²⁰ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 09/D/24 II/2021

¹²¹ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 10/D/24 II/2021

5. Keadaan Guru dan Siswa

Guru merupakan salah satu aspek utama untuk keberhasilan pembelajaran. Tugas guru yang paling utama merupakan mengajar serta mendidik. Selaku pengajar, guru berperan aktif antara peserta didik dengan ilmu pengetahuan. sebagian besar guru MAN 1 Kabupaten Madiun berasal tidak hanya dari Madiun saja namun banyak juga dari luar Madiun dengan pendidikan yang sudah tidak diragukan lagi. Seluruh tenaga pengajar di MAN 1 Kabupaten Madiun adalah berijazah S1 serta beberapa sudah ada yang S2 serta memiliki kompetensi sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan oleh MAN 1 Kabupaten Madiun sendiri. adapun jumlah guru di MAN 1 Kabupaten Madiun yakni sebanyak 44 guru, terdiri dari 29 PNS dan 15 Pendidik non PNS.¹²²

Sedangkan total keseluruhan siswa MAN 1 Kabupaten Madiun berjumlah 473 siswa, terdiri dari 165 siswa laki-laki dan 308 siswa perempuan.¹²³ Dengan rincian sesuai jenjang kelas yang telah tercantum pada tabel dibawah. Dan berikut ini data jumlah siswa-siwi MAN 1 Madiun:

Tabel 4.1 Jumlah Siswa-Siswi MAN 1 Kabupaten Madiun

NO	KELAS	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH	MUTASI		JUMLAH
					L	P	
1	X	75	90	165			165
2	XI	46	103	149			149
3	XII	44	115	159			159
JUMLAH SAAT INI		165	308	473			473

6. Sarana dan Prasarana Pendidikan

Sarana pendidikan merupakan seluruh fitur perlengkapan, bahan serta perabotan secara langsung digunakan dalam proses pembelajaran di sekolah. Sedangkan prasarana pendidikan merupakan seluruh fitur kelengkapan dasar yang secara tidak langsung mendukung penerapan proses pembelajaran di sekolah. Sarana dan prasarana sangat mempengaruhi keahlian siswa dalam belajar. Hal ini menunjukkan bahwa peranan sarana dan prasarana sangat berarti dalam mendukung mutu belajar siswa.

MAN 1 Kabupaten Madiun sudah memiliki sarana selaku penunjang fasilitas pembelajaran antara lain gedung, ruang kelas dan ruang lab serta penunjang lainnya seperti perpustakaan dan ruang serba guna. MAN 1 Kabupaten Madiun mempunyai

¹²² Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 05/D/08 II/2021

¹²³ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 06/D/08 II/2021

tanah sekolah yang telah bersertifikat hak pakai dengan luas tanah 7,060 M² luas bangunan 2,820 M² dan luas halaman 3,200 M². Berikut data sarana dan prasarana yang ada di MAN 1 Kabupaten Madiun.¹²⁴

Tabel 4.2 Prasarana MAN 1 Kabupaten Madiun

No	Keterangan	Kondisi		Jumlah
		Baik	Rusak	
1	Gedung	11	8	19
2	Ruang Kelas	12	8	20
3	Ruang Serba Guna	2		2
4	Perpustakaan	1		1
5	UKS		1	1
6	Kamar Mandi/WC	14	2	16
7	Ruang Kepala	1		1
8	Ruang TU	1		1
9	Ruang Guru		2	2
10	Ruang Lab	1	2	3
11	Ruang Penjaga		1	1
12	Gudang		1	1

Tabel 4.3 Sarana MAN 1 Kabupaten Madiun

No	Keterangan	Kondisi		Jumlah
		Baik	Rusak	
1	Meja Siswa	284	160	444
2	Kursi Siswa	773	105	878
3	Meja Guru	47		47
4	Kursi Guru	41		41
5	Meja Tamu	26		26
6	Kursi Tamu	6		6
7	Almari	15		15
8	Papan Tulis	23		23
9	Rak Buku	22		22
10	Meja Perpustakaan	6		6
11	Kursi Perpustakaan	32		32
12				

7. Prestasi MAN 1 Kabupaten Madiun

a. Prestasi Lembaga

- 1) Sekolah Adiwiyata tingkat Kabupaten Madiun tahun 2013-2014
- 2) Sekolah peduli dan berbudaya lingkungan tingkat Jawa Timur tahun 2016-2017

¹²⁴ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 04/D/08 II/2021

- 3) Sekolah Adiwiyata tingkat Provinsi Jawa Timur tahun 2016-2017
- 4) Sekolah Adiwiyata Tingkat Nasional tahun 2017-2018

b. Prestasi Siswa Tahun 2019-2020

- 1) Semifinalis Logic War UNAIR tingkat Nasional tahun 2019
- 2) Juara Harapan 3 olimpiade Kimia Online Pra OSK tingkat Nasional tahun 2019
- 3) Juara 1 Lomba Karya Tulis Kependudukan tingkat Kabupaten tahun 2019
- 4) Juara 2 Try out SBMPTN SOSHUM tingkat Kabupaten tahun 2019
- 5) Juara 1 Futsal dalam Rangka Peringatan Hab Kemenag ke 73 tingkat Kabupaten tahun 2019
- 6) Juara 1 Lomba Pidato Kependudukan tingkat Kabupaten tahun 2019
- 7) Juara 2 Lomba Cipta Baca Puisi tingkat Jawa Timur tahun 2019
- 8) Juara 1 Lomba MSQ tingkat Karisidenan tahun 2019
- 9) Juara 3 Desain Poster tingkat Karisidenan tahun 2019
- 10) Juara 2 Lomba MFQ tingkat Karisidenan tahun 2019
- 11) Juara 1 Lomba Perkusi tingkat Karisidenan tahun 2019
- 12) Juara 1 Lomba Mading tingkat Karisidenan tahun 2019
- 13) Juara 2 Scoout Movie tingkat Karisidenan tahun 2019
- 14) Juara 3 Lomba Menembak tingkat Karisidenan tahun 2019
- 15) Juara 1 Lomba MTQ tingkat Kabupaten tahun 2019
- 16) Juara 1 Olimpiade Bahasa Arab Nasional ke-3 tingkat Jatim tahun 2019
- 17) Juara 3 MFQ Putra Porseni MA tingkat Jatim tahun 2019
- 18) Juara Harapan 3 Desain Grafis Putra Porseni MA tingkat Jatim tahun 2019
- 19) Juara Harapan 2 Cipta Baca Puisi Putri Porseni MA tingkat Kabupaten tahun 2019
- 20) Juara 1 Cipta Baca Puisi Putri Porseni MA tingkat Kabupaten tahun 2019
- 21) Juara 2 Cipta Baca Puisi Putra Porseni MA tingkat Kabupaten tahun 2019
- 22) Juara 1 Cipta Baca Puisi Putra Porseni MA tingkat Kabupaten tahun 2019
- 23) Juara 2 Pidato Bahasa Arab Putri Porseni MA tingkat Kabupaten tahun 2019
- 24) Juara 2 Pidato Bahasa Arab Putra Porseni MA tingkat Kabupaten tahun 2019
- 25) Juara 1 Pidato Bahasa Inggris Putri Porseni MA tingkat Kabupaten tahun 2019
- 26) Juara 1 Pidato Bahasa Inggris Putra Porseni MA tingkat Kabupaten tahun 2019
- 27) Semifinal Olimpiade Biologi Nasional Semut Merah UIN Maliki tingkat Nasional tahun 2020

- 28) Juara 2 Lomba Physton 2020 UNIPMA tingkat Karisidenan tahun 2020
- 29) Juara Harapan 3 Lomba Physton 2020 UNIPMA tingkat Karisidenan tahun 2020
- 30) Juara 20 Besar Pelatihan Akademi Madrasah Digital tingkat Nasional tahun 2020
- 31) Juara 3 Nasional Ecodictional Index tingkat Nasional tahun 2020
- 32) Juara 10 Besar Lomba KTI BKKBN tingkat Kabupaten tahun 2020
- 33) Juara 10 Besar Lomba Pidato Kependudukan BKBPP tingkat Kabupaten tahun 2020¹²⁵

B. Deskripsi Data Khusus

1. Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun

Perencanaan merupakan tahap yang cukup penting, karena menghubungkan kegiatan komunikasi dengan kepentingan organisasi dalam sebuah lembaga. Pada dasarnya peran dari bagian hubungan masyarakat ini adalah sebagai penghubung yang nantinya akan berguna untuk membangun suatu kerja sama dengan masyarakat. Demikian peran humas dalam sebuah lembaga sangat penting serta dibutuhkan terutama dalam kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru. Humas madrasah diharapkan harus bisa membuat perencanaan dengan baik dan matang agar nantinya dapat bersaing dengan sekolah lain sehingga akan menarik minat calon peserta didik baru.

Salah satu perencanaan humas dalam peningkatan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun dapat ditunjukkan dengan adanya event madrasah (milad). Acara yang tidak lain dipanitiai oleh dewan guru dan anggota OSIS MAN 1 Madiun. Milad MAN 1 Kabupaten Madiun diselenggarakan secara online/virtual dikarenakan masih dalam keadaan PPKM pandemic covid-19. Milad ke 58 MAN 1 Kabupaten Madiun benar diterapkan karena panitia telah menyiapkan banyak rangkaian acara yang telah disusun jauh-jauh hari. Hal ini dikemukakan oleh Ibu Trining Yuliarsih selaku Waka Humas MAN 1 Kabupaten Madiun dalam wawancara sebagai berikut:

Perencanaannya dengan mengadakan event madrasah (milad). Acara yang tidak lain dipanitiai oleh dewan guru dan anggota OSIS MAN 1 Kabupaten Madiun. Milad MAN 1 Kabupaten Madiun diselenggarakan secara

¹²⁵ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 03/D/08 II/2021

online/virtual dikarenakan masih dalam keadaan PPKM pandemic covid-19. Milad ke 58 MAN 1 Kabupaten Madiun benar diterapkan karena panitia telah menyiapkan banyak rangkaian acara yang telah disusun jauh-jauh hari.¹²⁶

Dalam obeservasi juga menunjukkan dalam kegiatan event milad seperti kegiatan lomba seni, lomba Gp3, pencak silat, olimpiade sains, try out SMP/MTs, yang dapat diikuti oleh siswa-siswi SMP/MTs.¹²⁷

Kemudian selanjutnya tahap persiapan, persiapan adalah suatu kegiatan yang akan dipersiapkan sebelum melakukan sebuah kegiatan. Untuk dapat mencapai sebuah promosi yang efektif, perlu dilakukan langkah-langkah persiapan dan perencanaan yang sangat matang. Maka kegiatan akan terlaksana dengan baik. Dalam tahapan untuk persiapan penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun, tahap persiapannya yang pertama yaitu memetakan target, targetnya yaitu anak-anak MTs/SMP. Seperti penjelasan yang disampaikan oleh Ibu Siti Nuril Rowiyah selaku Waka Kesiswaan sebagai berikut:

Dalam tahapan persiapan penerimaan peserta didik baru yang pertama yaitu memetakan target, target kita yaitu anak-anak MTs khususnya atau SMP tetapi yang utama target kita anak-anak MTs. Kemudian sampai dengan tahap persiapan yang lain itu kaitannya dengan milad. jadi milad itu sebagai jembatan, jembatan untuk mendapatkan peserta didik baru yang lebih terutama itu kualitas maupun kuantitas. kemudian biasanya juga promosinya kita mengadakan sosialisasi. Setelah sosialisasi kita sudah mulai membuka pendaftaran, kemudian kalau sudah promosi, pendaftaran kita ada pengumuman, kemudian setelah pengumuman ada pendaftaran ulang, kemudian nanti setelah daftar ulang maka kita mengelompokkan itu sampai disitu.¹²⁸

Bapak Ghulam Zamroni selaku Kepala Madrasah juga menambahkan mengenai tahap persiapan yang dilakukan pihak madrasah dalam mempromosikan penerimaan peserta didik baru seperti dalam hasil wawancara berikut: “Persiapannya mulai bulan November Desember itu sudah persiapan karena kita miladnya diawal januari kemudian sampai maret ini, jadi mulai November itu sudah persiapan iya panitianya perencanaan kegiatan dan sebagainya mulai bulan November itu sudah”.¹²⁹

Untuk pelaksanaan perencanaan promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun itu tergantung kegiatannya, biasanya dilaksanan 2-3 bulan sebelum pelaksanaan. Berikut hasil wawancara dengan Waka Humas MAN 1

¹²⁶ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/17-02/2021

¹²⁷ Lihat Transkrip Observasi Nomor: 01/O/16-II/2021

¹²⁸ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 06/W/18-2/2021

¹²⁹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 09/W/13-3/2021

Kabupaten Madiun Ibu Trining Yuliarsih: “Tergantung kegiatannya, kalau terkait siswa baru berarti bulan Januari-Februari itu sudah mulai. Kaitannya milad berarti kita Desember itu sudah mulai, kapan itu paling 2-3 bulan sebelum pelaksanaan kita sudah persiapan”.¹³⁰

Begitupun dengan Bapak Ghulam Zamroni selaku Kepala Madrasah juga menambahkan mengenai kapan pelaksanaan perencanaan humas dalam mempromosikan penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun: “Mulai bulan November Desember dan seterusnya harusnya kita sudah berjalan disitu kalau perencanaan.”¹³¹

Dalam proses perencanaan promosi penerimaan peserta didik baru MAN 1 Kabupaten Madiun telah memiliki SDM yang mampu mengelola berbagai teknologi informasi yang akan dapat membantu jalannya lembaga menjadi lebih baik. Bahkan kegiatan apapun selalu kaitannya dengan IT. Maka tidak hanya gurunya tidak hanya tenaga IT nya tapi siswa-siswa MAN 1 Kabupaten Madiun juga diharuskan bisa IT lebih. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Ibu Siti Nuril Rowiyah selaku Waka Kesiswaan MAN 1 Kabupaten Madiun dalam wawancara sebagai berikut:

Iya jelas ada, apalagi kita zamannya zaman IT jadi IT nya juga harus bagus, bahkan kegiatan apapun kita selalu kaitannya dengan IT, maka tidak hanya gurunya tidak hanya tenaga IT nya tapi siswa-siswa MAN 1 Kabupaten Madiun juga diharuskan bisa IT lebih. sehingga kegiatan-kegiatan yang ada di madrasah itu banyak yang menggunakan IT. Bisa dilihat di medsosnya ada instagram, ada facebook, ada youtube MAN 1 Kabupaten Madiun. Jelas ada banyak, kalau kita memasukkan promosi di web itu masuk tahap-tahapnya juga, di webnya MAN 1 Kabupaten Madiun, kemudian ada juga di Instagramnya bapak ibu guru dan seterusnya.¹³²

Kemudian dalam proses perencanaan selanjutnya MAN 1 Kabupaten Madiun juga telah mampu mengelola berbagai teknologi informasi, seperti komputer, website atau lainnya dengan memiliki satu programmer di bagian teknisi komputer. MAN 1 Kabupaten Madiun sekarang sedang menawarkan S1 Komputer untuk bekerja disana. Hal ini dikemukakan oleh Ibu Trining Yuliarsih dalam hasil wawancara sebagai berikut: “Kita sudah punya satu programmer di bagian teknisi komputer, kemudian kita sekarang sedang menawarkan S1 komputer untuk bekerja disini

¹³⁰ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/17-02/2021

¹³¹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 09/W/13-3/2021

¹³² Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 06/W/18-2/2021

sedang proses akhir Februari ini seleksi jadi sudah memiliki satu, nanti Insyallah nambah lagi”.¹³³

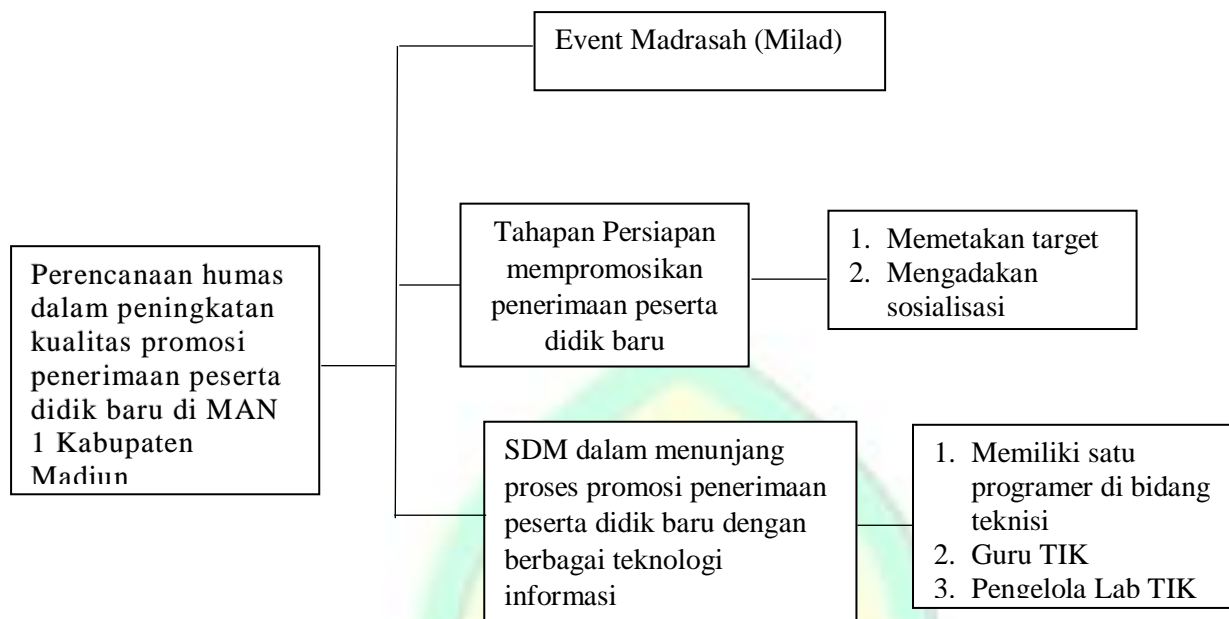
Bapak Ghulam Zamroni selaku Kepala Madrasah MAN 1 Kabupaten Madiun juga menambahkan mengenai SDM dalam menunjang proses promosi penerimaan peserta didik baru dengan berbagai teknologi informasi, seperti komputer, website atau lainnya. Seperti dalam hasil wawancara berikut: “Iya ada, kita punya guru TIK dan kita juga memiliki pengelola Lab TIK yang InsyaAllah sudah mampu. Kalau sekarang kan juga jalannya seperti itu dan kita tangani sendiri tidak harus dengan orang lain diluar madrasah”.¹³⁴

Berdasarkan uraian tentang perencanaan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun; (a) dapat ditunjukkan dengan adanya event madrasah (milad), (b) dengan memetakan target, targetnya yaitu anak-anak MTs khususnya atau SMP tetapi yang utama targetnya anak-anak MTs. Kemudian sampai dengan tahap persiapan yang lain kaitannya dengan milad. Jadi milad itu sebagai jembatan, jembatan untuk mendapatkan peserta didik baru yang lebih terutama dari segi kualitas maupun kuantitas. Kemudian biasanya juga promosinya mengadakan sosialisasi, (c) dalam proses perencanaan promosi penerimaan peserta didik baru MAN 1 Kabupaten Madiun sudah memiliki SDM yang telah mampu mengelola berbagai teknologi informasi, seperti komputer, website atau lainnya dengan memiliki satu programer di bagian teknisi komputer, kemudian MAN 1 Kabupaten Madiun juga memiliki guru TIK dan juga memiliki pengelola Lab TIK yang sudah mampu. Bahkan kegiatan apapun selalu kaitannya dengan IT. Maka tidak hanya gurunya tidak hanya tenaga IT nya tapi siswa-siswi MAN 1 Kabupaten Madiun juga diharuskan bisa IT lebih.

¹³³ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/17-02/2021

¹³⁴ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 09/W/13-3/2021

Secara lebih detail, hal tersebut dapat dilihat pada gambar 4.2 sebagai berikut:



Gambar 4.2 Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun

2. Pelaksanaan Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun

Dalam pelaksanaannya humas berperan sebagai penghubung bagi lembaga pendidikan dengan masyarakat dalam memperkenalkan lembaga yang dikelolanya seperti memperkenalkan program-program unggulan yang akan dicapai. Dengan mempromosikan lembaganya kepada masyarakat agar masyarakat percaya dan yakin untuk menyekolahkan anaknya di lembaga tersebut. Sehingga program-program yang telah dilaksanakannya dapat berhasil dicapai.

Pelaksanaan promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun dapat di laksanakan dengan pemasangan banner di depan madrasah. Dengan pemasangan banner ini untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat yang ada di sekitar MAN 1 Kabupaten Madiun serta masyarakat luar, bahwa telah dibuka pendaftaran siswa baru. Hal ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat yang ada di sekitar MAN 1 Kabupaten Madiun dan masyarakat luar sehingga dapat mendaftarkan anaknya untuk melanjutkan sekolah di MAN 1 Kabupaten Madiun.

Banner bisa dilihat pada transkrip observasi.¹³⁵ Sebagaimana hasil wawancara dari Ibu Trining Yuliarsih selaku Waka Humas sebagai berikut:

Pelaksanaannya dengan pemasangan banner di depan madrasah. Dengan pemasangan banner ini untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat yang ada di sekitar MAN 1 Kabupaten Madiun serta masyarakat luar, bahwa telah dibuka pendaftaran siswa baru. Hal ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat yang ada di sekitar MAN 1 Kabupaten Madiun dan masyarakat luar sehingga dapat mendaftarkan anaknya untuk melanjutkan sekolah di MAN 1 Kabupaten Madiun.¹³⁶

Selain yang disampaikan oleh Ibu Trining Yuliarsih mengenai pelaksanaan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru. Bapak Ghulam Zamroni selaku Kepala Madrasah MAN 1 Kabupaten Madiun juga menyampaikan bahwa dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatannya dengan memberikan layanan ke siswa-siswa dengan binaan pramuka di MTs itu juga bagian dari promosi. Serta melihat dari evaluasinya. Seperti hasil wawancara dengan Bapak Ghulam Zamroni selaku Kepala Madrasah MAN 1 Kabupaten Madiun:

Kegiatan-kegiatan yang ada kalau dulu kita memberikan layanan ke siswa-siswa di pramuka itu binaan pramuka di MTs itu juga bagian dari promosi. Peningkatan iya kita melihat di evaluasi dari misalnya dulu efektivitas try out itu efektif apa tidak misalnya dari lomba-lomba ini mana yang kira-kira efektif dari situ paling iya rapat internal di panitia.¹³⁷

Adapun program dan kegiatan dalam mempromosikan MAN 1 Kabupaten Madiun diantaranya banyak langkah-langkah dari awal mulai dari lomba-lomba dalam rangka kegiatan milad, kemudian dengan beberapa lomba itu pihak madrasah akan menarik yang mendapat juara akan diberikan fasilitas. Banyak kegiatan dalam rangka milad ini adalah dalam rangka promosi madrasah ke siswa SLTP MTs/SMP. Disamping itu juga melalui kegiatan-kegiatan yang ada kalau dulu MAN 1 Kabupaten Madiun memberikan layanan ke siswa-siswa binaan pramuka di MTs itu juga bagian dari promosi. Karena MAN 1 Kabupaten Madiun sudah Adiwiyata mandiri jadi MAN 1 Kabupaten Madiun ada program sekolah binaan Adiwiyata. Dalam mewujudkan *green school*, MAN 1 Kabupaten Madiun turut berperan serta dalam menjalankan konsep program Adiwiyata. Itu juga termasuk bagian dari promosi MAN 1 Kabupaten Madiun. Hal ini seperti yang di sampaikan oleh Bapak Ghulam Zamroni dalam paparan hasil deskripsi wawancara sebagai berikut:

¹³⁵ Lihat Transkrip Observasi Nomor: 03/O/17-II/2021

¹³⁶ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/17-02/2021

¹³⁷ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 10/W/13-3/2021

Diantaranya banyak langkah-langkah dari awal mulai dari lomba-lomba, kemudian disitu nanti dengan beberapa lomba itu kita menarik dari yang mendapat juara kita beri fasilitas ada lagi juga try out dan sebagainya. Banyak kegiatan dalam rangka milad ini semua dalam rangka promosi madrasah kita ke siswa SLTP MTs/SMP. Disamping itu juga melalui kegiatan-kegiatan yang ada kalau dulu kita memberikan layanan ke siswa-siswa di pramuka itu binaan pramuka di MTs itu juga bagian dari promosi. Karena kita sudah Adiwiyata mandiri kita ada program sekolah binaan Adiwiyata. Dalam mewujudkan *green school*, MAN 1 Kabupaten Madiun turut berperan serta dalam menjalankan konsep program Adiwiyata. Itu juga termasuk bagian dari promosi kita.¹³⁸

Kemudian selanjutnya pelaksanaan kegiatan dalam mempromosikan penerimaan peserta didik baru dengan menawarkan ciri khusus atau keunggulan khusus yang dimiliki oleh lembaga, maka promosi yang dilakukan harus berbeda dengan promosi sekolah yang telah dilakukan banyak orang. Madrasah yang memiliki ciri khas akan lebih mudah untuk dikenal dan diingat karena merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan daya saing penerimaan peserta didik baru.

MAN 1 Kabupaten Madiun memiliki ciri khas yang bisa diunggulkan dengan memiliki program-program unggulan, programnya ada kelas olimpiade (kelas unggulan), kelas tahfidz (kelas agama), kemudian kelas keterampilan bisa IPA bisa IPS. MAN 1 Madiun merupakan madrasah yang telah memiliki program-program unggulan, sehingga siap untuk berkarya, siap untuk berkuliah, siap bekerja. Hal ini seperti yang di sampaikan oleh Ibu Siti Nuril Rowiyah selaku Waka Kesiswaan MAN 1 Kabupaten Madiun dalam paparan hasil deskripsi wawancara sebagai berikut:

Ada, kita kalau sosialisasi promosi itu misalnya di kalender, di kalender itu selalu kita mempromosikan program-program unggulan MAN 1 Kabupaten Madiun. Programnya ada kelas olimpiade (kelas unggulan), kelas tahfidz (kelas agama), kemudian kelas keterampilan bisa IPA bisa IPS. Selain itu yang lagi trend di medsos kemudian di depan, kemudian dimana-mana nanti kita pasang banner kaitannya dengan promosi tadi. Unggulan tetap kalau disitu ada MAN 1 Kabupaten Madiun selain madrasah memiliki program-program itu, sehingga siap untuk berkarya, siap untuk berkuliah, siap bekerja.¹³⁹

Selain yang disampaikan oleh Ibu Nuril Rowiyah mengenai upaya mempromosikan penerimaan peserta didik baru dengan menawarkan ciri khusus atau keunggulan khusus yang dimiliki oleh lembaga, berikut ini adalah hasil dari deskripsi wawancara yang disampaikan oleh Ibu Trining Yuliarsih: “Ada, dengan memiliki

¹³⁸ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 10/W/13-3/2021

¹³⁹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 07/W/18-2/2021

jurusan khusus kelas olimpiade, kelas tahfidz, kemudian kelas keterampilan ada tata boga, tata busana, komputer, desain grafis.”¹⁴⁰

Demikian juga Bapak Ghulam Zamroni menambahkan mengenai program-program unggulan MAN 1 Kabupaten Madiun sebagai berikut: “Iya otomatis kita menawarkannya di kelas-kelas unggulan ada kelas keterampilan, kelas tahfidz, kelas olimpiade dan ada ekstra-ekstra yang kita miliki seperti itu”.¹⁴¹

Adapun media promosi yang digunakan MAN 1 Kabupaten Madiun yaitu dalam bentuk media cetak seperti kalender, pamflet, dan majalah. Kalender MAN 1 Kabupaten Madiun dapat dilihat dari hasil observasi.¹⁴² Kemudian untuk pamflet dapat dilihat pada hasil dokumentasi.¹⁴³ Selain itu juga melalui bentuk medsos, seperti instagram, youtube, facebook dan web. Sedangkan media promosi yang paling berpengaruh di MAN 1 Kabupaten Madiun yaitu dengan adanya video profil, karena video yang nantinya akan ditunjukkan pada semua orang agar lebih banyak yang mengetahui keunggulan dan kelebihan dari MAN 1 Kabupaten Madiun serta tahu apa yang ada di MAN 1 Kabupaten Madiun itu nyata tidak dibuat-buat. Hal ini bertujuan untuk menarik penonton lebih luas sehingga madrasah akan lebih dikenal.

Seperti yang disampaikan oleh Ibu Siti Nuril Rowiyah selaku Waka Kesiswaan MAN 1 Kabupaten Madiun dalam hasil wawancara sebagai berikut:

Medianya itu kita dalam bentuk video profil madrasah jadi bentuk video itu kalau langsung ke siswa atau orang tua yang misalnya datang ke madrasah jadi dalam bentuk video. bisa juga dalam bentuk media cetak, media cetak misalnya kalender, majalah dan pamflet itu juga termasuk media promosi MAN 1 Kabupaten Madiun. Selain itu juga media yang lain bisa juga melalui medsos, medsos itu bisa instagram, youtube, facebook dan web. Tetapi yang paling mengenai itu video karena tahu apa yang ada di MAN 1 Kabupaten Madiun itu nyata tidak dibuat-buat.¹⁴⁴

Dalam mempromosikan penerimaan peserta didik baru MAN 1 Kabupaten Madiun menggunakan brosur sebagai media promosi termasuk memunculkan alumni-alumni kiprah alumni di brosur MAN 1 Kabupaten Madiun karena alumni yang punya prestasi, alumni yang sukses akan membawa dampak yang sangat baik sekali dalam menarik minat calon peserta didik baru.¹⁴⁵

¹⁴⁰ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/17-02/2021

¹⁴¹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 10/W/13-3/2021

¹⁴² Lihat Transkrip Observasi Nomor: 02/O/17-II/2021

¹⁴³ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 08/D/19 II/2021

¹⁴⁴ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 07/W/18-2/2021

¹⁴⁵ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 07/D/17 II/2021

Untuk mencapai tujuan promosi yang optimal perlu memperhatikan teknik dan strategi yang optimal dalam mempromosikan penerimaan peserta didik baru. Oleh sebab itu penting untuk melakukan usaha mendatangkan siswa yaitu dengan menggunakan teknik dan strategi promosi. Sehingga diharapkan masyarakat bisa lebih mudah mengenal dan mengetahui lembaga tersebut dan bisa menarik minat masyarakat. Adapun teknik dan strategi yang digunakan MAN 1 Kabupaten Madiun dalam mempromosikan penerimaan peserta didik baru dengan melalui alumni, karena alumni yang telah sukses baik di jalur formal, pegawai negeri, ataupun pengusaha sering melibatkan alumni untuk turut andil dalam mempromosikan MAN 1 Kabupaten Madiun. Seperti hasil wawancara dengan Waka Humas Ibu Trining Yuliarsih:

Dari versi alumni, yang paling menarik alumni pun istilahnya telah sukses baik di jalur formal bisa yang di pegawai negeri atau pengusaha ini sering kita libatkan alumni untuk turut andil dalam mempromosikan MAN 1 Kabupaten Madiun Alumni yang sukses akan membawa dampak yang sangat baik sekali di lingkungan.¹⁴⁶

Kemudian Ibu Siti Nuril Rowiyah selaku Waka Kesiswaan MAN 1 Kabupaten Madiun juga menambahkan mengenai strategi dalam mempromosikan penerimaan peserta didik baru MAN 1 Kabupaten Madiun sebagai berikut:

Strateginya kita itu menjalin hubungan dengan pihak-pihak yang terkait terutama yaitu MTs karena target kita memang anak MTs sehingga kita harus ada komunikasi kemudian ada jalinan dengan orang-orang atau bapak ibu guru BK misalnya dengan MTs dan juga dengan pondok-pondok yang ada disekitar MAN 1 Kabupaten Madiun jadi meskipun misalnya dengan di pondok Subulul Huda memang MAN 1 Kabupaten Madiun lahir dari pondok Subulul Huda jadi istilahnya kacang tidak lupa lanjaran, jadi kita tetap menjalin komunikasi baik dengan pondok Subulul Huda meskipun disana ada SMP Terpadu ada SMK nya kita tetap menjalin kerjasama yang baik karena MAN 1 Kabupaten Madiun juga belum memiliki Ma'had maka kita kalau ada yang berkeinginan sekolah di MAN 1 Kabupaten Madiun tapi jangan pondok kita arahkan kesana begirtu. Demikian sana juga seperti itu kita tetap menjalin dengan baik pihak pondok.¹⁴⁷

Begitupun juga dengan Bapak Ghulam Zamroni selaku Kepala Madrasah MAN 1 Kabupaten Madiun juga menambahkan mengenai teknik dan strategi dalam mempromosikan penerimaan peserta didik baru agar menarik minat masyarakat sebagai berikut: “Mengenalkan tentang program-program, kemudian memberikan reward-reward yang memiliki potensi baik, yang memiliki kejuaraan-kejuaraan, ada

¹⁴⁶ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/17-02/2021

¹⁴⁷ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 07/W/18-2/2021

hal-hal yang menarik lain mungkin di madrasah paling tidak diberikan yang misalnya bagi siswa-siswa yang tidak mampu diberikan gratis seragam".¹⁴⁸

Terdapat beberapa cara yang harus dilakukan pihak madrasah termasuk dalam melaksanakan kegiatan penerimaan siswa baru, tentu sebelum terselenggaranya PPDB terlebih harus menyusun panitia pelaksana agar dapat terselenggara dengan baik dan lancar. Susunan panitia PPDB memang harus dibentuk agar pelaksanaan penerimaan peserta didik dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Kepanitiaan PPDB di MAN 1 Kabupaten Madiun melibatkan seluruh warga madrasah.¹⁴⁹ Termasuk Bapak Ibu Guru, komite bahkan alumni. Dengan mengajak para alumni untuk upaya meningkatkan minat calon peserta didik baru dengan memaksimalkan dari semua sisi. Kemudian proses pembentukannya melalui kepanitiaan dan juga melibatkan semua warga madrasah. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Siti Nuril Rowiyah:

Kita bukan panitia promosi tetapi itu masuk atau input pada kerja dari kehumasan itu yang pertama, yang kedua juga di kepanitiaan jadi fokus di kepanitiaan PPDB dan juga pada seluruh warga madrasah. seluruh warga madrasah itu siapa termasuk bapak ibu guru komite bahkan alumni, alumni itu kita ajak semuanya untuk upaya meningkatkan minat calon peserta didik baru itu dari semua sisi kita maksimalkan adapun proses pembentukannya dan siapa yang terlibat iya itu tadi prosesnya, proses pembentukannya itu melalui kepanitiaan dan juga melibatkan semua warga madrasah.¹⁵⁰

Kegiatan pokok yang dilakukan petugas pendaftar atau panitia PPDB yang harus hadir pada hari tertentu adalah dengan memberikan informasi tentang madrasah, memberikan informasi secara rinci tentang proses seleksi penerimaan peserta didik baru, memberikan formulir pendaftaran PPDB, menerima formulir beserta kelengkapan yang diperlukan serta mengecek kebenarannya dan memasukkan data-data ke dalam sistem komputer.¹⁵¹

Kemudian Ibu Trining Yuliarsih selaku Waka Humas MAN 1 Kabupaten Madiun menambahkan mengenai upaya meningkatkan calon peserta didik baru MAN 1 Kabupaten Madiun dengan membentuk panitia promosi sebagai berikut:

Ada kalau kaitannya sama calon peserta didik baru, dipanitia promosi ada yang namanya bagian sosialisasi SMP/MTs proses pembentukannya otomatis lewat rapat dan yang terlibat semua, orang TU, semua waka, pemangku, semua wakil kepala, semua guru yang menjadi panitia itu terlibat semua. TU

¹⁴⁸ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 10/W/13-3/2021

¹⁴⁹ Lihat Transkrip Observasi Nomor: 04/O/06-III/2021

¹⁵⁰ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 07/W/18-2/2021

¹⁵¹ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 11/D/22 III/2021

biasanya bagian EMIS yang terbaru ini bagian EMIS. Sekarang data-data siswa masuk EMIS operator-operator EMIS pasti masuk.¹⁵²

Berdasarkan deskripsi hasil wawancara di atas mengenai pelaksanaan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun; (a) dapat di laksanakan dengan pemasangan banner di depan madrasah, (b) dengan adanya program-program unggulan, dan program-program yang bisa diunggulan MAN 1 Kabupaten Madiun adalah dengan adanya program kelas olimpiade, kelas tahfidz, kemudian kelas keterampilan ada tata boga, tata busana, komputer dan desain grafis, (c) dengan menggunakan media promosi yaitu video profil, bisa juga dalam bentuk media cetak seperti kalender, pamflet dan majalah. Bisa juga melalui bentuk medsos, seperti instagram, youtube, facebook dan web. Media promosi yang paling berpengaruh di MAN 1 Kabupaten Madiun yaitu dengan adanya video profil, karena video yang nantinya akan ditunjukkan pada semua orang agar lebih banyak yang mengetahui keunggulan dan kelebihan dari MAN 1 Kabupaten Madiun serta tahu apa yang ada di MAN 1 Kabupaten Madiun itu nyata tidak dibuat-buat.



¹⁵² Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/17-02/2021

Secara lebih detail, hal tersebut dapat dilihat pada gambar 4.3 sebagai berikut:



Gambar 4.3 Pelaksanaan Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun

3. Evaluasi Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun

Kegiatan setelah pelaksanaan adalah kegiatan evaluasi, Evaluasi sangat dibutuhkan humas dalam setiap kegiatan yang telah dijalankan sehingga akan dapat mengetahui hambatan-hambatan yang mungkin terjadi dalam proses pelaksanaan kegiatan kehumasan. Untuk menjamin bahwa apa yang telah dijalankan tersebut sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Melalui evaluasi, akan dapat mengetahui tingkat kemajuan kegiatan, tingkat pencapaian berdasarkan tujuan. Hal ini yang perlu dilakukan dalam mempromosikan penerimaan peserta didik baru dalam suatu lembaga pendidikan.

Kegiatan evaluasi yang dilakukan pihak MAN 1 Kabupaten Madiun Kaitannya dengan media sosial jadi harus sering terus mengupdate status atau upload paling tidak satu minggu sekali harus dinaikkan lagi. Itu evaluasinya adalah ternyata

pihak madrasah sudah mengupload sekali itu kadang beberapa orang masih merasa itu cukup yang pada kenyataannya media sosial itu dampaknya sangat pesat sekali dalam mengenalkan MAN 1 Kabupaten Madiun dengan masyarakat luas. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Trining Yuliarsih selaku Waka Humas MAN 1 Kabupaten Madiun sebagai berikut:

Kaitannya dengan media sosial kita harus sering terus menerus kalau saya katakan status whatsapp 24 jam berakhir kalau facebook lama tidak ada yang like tidak ada yang komen akan tergeser ke bawah jadi menurut saya mungkin kita update status atau upload paling tidak satu minggu sekali harus dinaikkan lagi kalau saya mengatakan seperti itu. "Monggo bapak ibu guru waktunya menaikkan lagi" jadi kalau nanti di facebook tidak ada yang like atau tidak ada yang komen kita cukup menulis up biar dia naik lagi ke atas biar dilihat orang seperti itu. Itu evaluasinya adalah ternyata ketika sudah mengupload sekali itu kadang beberapa orang masih sudah merasa itu cukup padahal media sosial itu kan waktunya cepat dia tertelan kembali.¹⁵³

Kemudian Bapak Ghulam Zamroni selaku Kepala Madrasah MAN 1 Kabupaten Madiun juga menambahkan mengenai evaluasi humas dalam peningkatan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru, dalam hasil wawancara sebagai berikut: "Kalau tahun lalu biasanya ada di panitia kita selalu melakukan evaluasi, biasanya dari sisi lomba-lomba dari siswa yang ikut lomba, lomba-lomba apa yang diminati siswa itu yang nanti menjadi perhatian kita mungkin ke evaluasi selanjutnya".¹⁵⁴

Untuk waktu pelaksanaan evaluasi terkait dengan promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun dapat terjadwal sesuai jadwal yang ditentukan, Jadi untuk waktu pelaksanaan evaluasinya setelah selesai pada pelaksanaan kegiatan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Siti Nuril Rowiyah selaku Waka Kesiswaan MAN 1 Kabupaten Madiun dalam hasil wawancara sebagai berikut: "Pelaksanaan evaluasi terkait dengan promosi penerimaan peserta didik baru dapat terjadwal sesuai jadwal yang ditentukan, Jadi untuk waktu pelaksanaan evaluasinya setelah selesai pada pelaksanaan kegiatan".¹⁵⁵

Dalam kerlibatan dengan pihak internal guru dan karyawan MAN 1 Kabupaten Madiun sangat antusias sekali dalam pelaksanaan evaluasi program humas dan semuanya dapat terlibat dalam rapat evaluasi PPDB. Kemudian keterlibatan dengan pihak eksternal itu tergantung dari masyarakat, terkadang ada yang tahu ada yang tidak. Sehingga paling tidak mereka itu tahu bahwa MAN 1

¹⁵³ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/17-2/2021

¹⁵⁴ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 11/W/13-3/2021

¹⁵⁵ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 08/W/18-2/2021

Kabupaten Madiun memiliki prestasi, MAN 1 Kabupaten Madiun merupakan Madrasah Aliyah atau sekolah yang ada tambahannya yaitu agama ada hafalan Al-Qur'annya serta ada keterampilan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Siti Nuril Rowiyah selaku Waka Kesiswaan MAN 1 Kabupaten Madiun dalam hasil wawancara sebagai berikut:

Kalau kerlibatan dengan pihak internal itu sangat antusias sekali dalam pelaksanaan evaluasi program humas dan semuanya dapat terlibat dalam rapat evaluasi penutupan PPDB. Dan yang eksternal masyarakat itu tergantung kadang-kadang iya namanya masyarakat ada yang tahu ada yang tidak sehingga paling tidak mereka itu tahu bahwa MAN 1 Kabupaten Madiun itu memiliki prestasi MAN 1 Kabupaten Madiun itu merupakan Madrasah Aliyah atau sekolah yang ada tambahannya yaitu agama ada hafalan Al-Qur'annya ada keterampilannya. MAN 1 Kabupaten Madiun ternyata siap untuk bekerja siap untuk kuliah dan juga siap untuk berkarya, misalnya batiknya MAN 1 Kabupaten Madiun itu promosi juga.¹⁵⁶

Selain dari penjelasan Ibu Siti Nuril Rowiyah di atas, Bapak Ghulam Zamroni juga menambahkan dalam hasil wawancara berikut: “Kalau program humas yang terlibat kan hanya internal saja, masyarakat biasanya kalau komite itu hanya laporan sifatnya laporan komite, kalau laporan pelaksanaan kegiatan humas iya dari internal semuanya yang terlibat dalam rapat dinas biasanya semua”.¹⁵⁷

Adapun tindak lanjut dari kegiatan evaluasi adalah dengan adanya upaya promosi yang maksimal dari PPDB tentunya berharap memang dari kualitas dan kuantitas itu yang utama. kemudian dengan mempromosikan program-program unggulan sehingga akan meningkatkan kualitas. Kemudian juga dengan menampung jalur-jalur baik itu dari jalur prestasi akademik maupun non akademik. Jadi evaluasinya secara peningkatan kualitas bisa ditunjukkan dengan prestasi-prestasi dari MAN 1 Kabupaten Madiun. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Siti Nuril Rowiyah selaku Waka Kesiswaan MAN 1 Kabupaten Madiun dalam hasil wawancara sebagai berikut:

Kita dengan adanya promosi upaya yang maksimal dari PPDB tentunya kita berharap memang dari kualitas dan kuantitas itu yang utama. kemudian dengan mempromosikan program-program unggulan sehingga akan meningkatkan kualitas. Kemudian juga dengan menampung jalur-jalur baik itu dari jalur prestasi akademik maupun non akademik Dengan adanya itu kita bisa mendapatkan Insyallah hasil terutama terkait dengan prestasi yang bisa ditunjukkan dengan prestasi MAN 1 Kabupaten Madiun, itu dari kualitas.

¹⁵⁶ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 08/W/18-2/2021

¹⁵⁷ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 11/W/13-3/2021

Jadi evaluasinya secara peningkatan kualitas bisa ditunjukkan dengan prestasi-prestasi dari MAN 1 Kabupaten Madiun.¹⁵⁸

Untuk kegiatan PPDB tahun 2021-2022 diharapkan bisa lebih kreatif, lebih efektif dan efisien dalam menentukan mekanisme pendaftaran calon peserta didik baru, dan bekerja keras lagi untuk bisa menjaring calon peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun.¹⁵⁹

Kemudian Bapak Ghulam Zamroni juga menambahkan mengenai tindak lanjut evaluasi dalam promosi penerimaan peserta didik baru sebagai berikut: “Yang kedepan iya kita mengefektifkan dari onlinenya, kemudian mengefektifkan lomba-lombanya, mengefektifkan semua yang sudah kita lakukan, ada juga nanti kira-kira ada terobosan baru biasanya selalu kita bicarakan”.¹⁶⁰

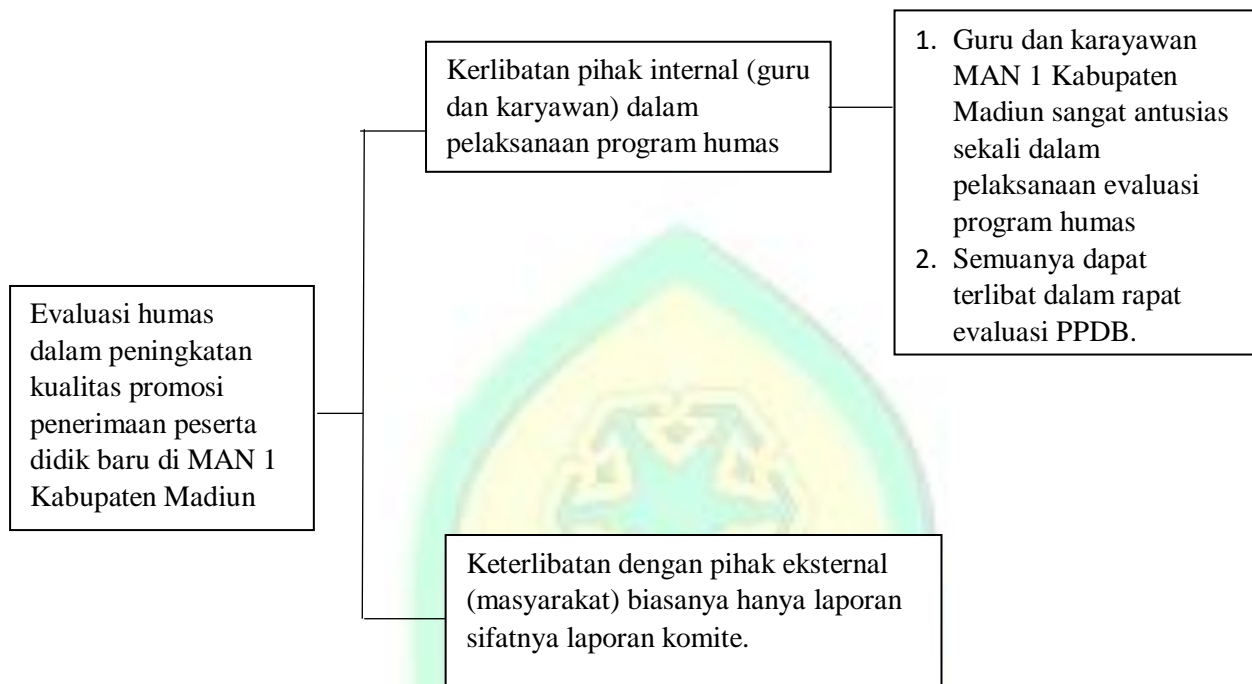
Berdasarkan deskripsi hasil wawancara di atas tentang evaluasi humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun di atas dapat diketahui bahwa dalam hasil Kegiatan evaluasi yang dilakukan pihak MAN 1 Kabupaten Madiun kaitannya dengan media sosial jadi harus sering terus mengupdate status atau upload paling tidak satu minggu sekali harus dinaikkan lagi. Itu evaluasinya adalah ternyata pihak madrasah sudah mengupload sekali itu kadang beberapa orang masih merasa itu cukup yang pada kenyataannya media sosial itu dampaknya sangat pesat sekali dalam mengenalkan MAN 1 Kabupaten Madiun dengan masyarakat luas. Dalam kerlibatan dengan pihak internal guru dan karyawan MAN 1 Kabupaten Madiun sangat antusias sekali dalam pelaksanaan evaluasi program humas dan semuanya dapat terlibat dalam rapat evaluasi PPDB. Dan untuk keterlibatan dengan pihak eksternal sifatnya hanya laporan komite.

¹⁵⁸ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 08/W/18-2/2021

¹⁵⁹ Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 12/D/22 III/2021

¹⁶⁰ Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 11/W/13-3/2021.

Secara lebih detail, hal tersebut dapat dilihat pada gambar 4.4. sebagai berikut:



Gambar 4.4 Evaluasi Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun

BAB V

PEMBAHASAN

A. Analisis Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun

Dalam proses perencanaan kegiatan humas sekolah, semua pihak pengelola sekolah merencanakan program kerja atau kegiatan sekolah yang akan dilaksanakan. Sebelum merencanakan sebuah program kegiatan, sekolah telah mempunyai tujuan yang baik dan jelas. Semua program kegiatan sekolah selalu mempunyai tujuan yang berhubungan dengan semua aspek peningkatan. Dengan adanya perencanaan yang baik dan rinci akan mempermudah pelaksanaan dan mencapai tujuan yang diharapkan.¹⁶¹ Bagi sekolah mengadakan event merupakan praktik seperti halnya perusahaan dijalankan. Sekolah dapat memperoleh banyak manfaat selain bentuk promosi melalui komunikasi pemasaran, juga upaya pembentukan citra atau reputasi lembaga. Reputasi yang terus diperbaiki dan dipertahankan akan menjadi identitas dan akan menciptakan identitas yang bertahan lama.¹⁶²

Hal ini sesuai dengan paparan data yang ada bahwa salah satu perencanaan humas dalam peningkatan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru dapat ditunjukkan dengan adanya event madrasah (milad). Acara yang tidak lain dipanitiai oleh dewan guru dan anggota OSIS MAN 1 Kabupaten Madiun. Milad MAN 1 Kabupaten Madiun diselenggarakan secara online/virtual dikarenakan masih dalam keadaan PPKM pandemic covid-19. Milad ke 58 MAN 1 Kabupaten Madiun benar diterapkan karena panitia telah menyiapkan banyak rangkaian acara yang telah disusun jauh-jauh hari.

Setiap pemasar perlu mengetahui bahwa pemasaran sekolah adalah setiap langkah yang diambil sekolah untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan bertujuan untuk mencapai target atau sasaran yang sudah ditetapkan. Sekolah juga perlu menentukan target pemasaran untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pemasar sekolah dan pihak terkait perlu menentukan target yaitu kelompok pelanggan yang akan dituju (*targeting*). Penentuan target (*targeting*) merupakan salah satu pemasaran sederhana selain *segmentation* dan *positioning*. Penentuan target pemasaran merupakan salah satu aspek yang menentukan keberhasilan tujuan pemasaran. Pada tingkat SMP/ sederajat,

¹⁶¹ Ira Nur Harini dan Karwanto, "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus di SMP Al Hikmah Surabaya)", 9-13.

¹⁶² Yayat Wahyat Herianto dan Irwansyah, "Event Carnival Sebagai Media Komunikasi Pemasaran: Studi Kasus di SMA PKP JIS", *Jurnal Media Tor*, Vol. 12, No. 1 (Juni 2019), 17.

penentuan target pemasaran tidak hanya berdasarkan lokasi/jarak tempuh tetapi lebih pada kebutuhan siswa dan pelanggan lainnya.¹⁶³ Hal ini sesuai dengan paparan data yang ada bahwa dalam tahapan persiapan penerimaan peserta didik baru yang dilaksanakan di MAN 1 Kabupaten Madiun yang pertama yaitu memetakan target, targetnya yaitu anak-anak MTs khususnya atau SMP tetapi yang utama targetnya dari anak-anak MTs.

Adanya perkembangan teknologi menjadi sasaran utama dalam media promosi. Salah satunya dengan menggunakan web sekolah sebagai media promosi, penggunaan web sudah banyak dilakukan oleh sekolah-sekolah saat ini. web tersebut biasanya diisi tentang profil sekolah secara lengkap. Dengan demikian, masyarakat dapat mengakses semua informasi yang dibutuhkan secara mudah.¹⁶⁴ Hal ini sesuai dengan paparan data yang ada bahwa dalam mengelola berbagai teknologi informasi untuk menunjang proses promosi penerimaan peserta didik baru, MAN 1 Kabupaten Madiun telah mampu mengelola berbagai teknologi informasi, seperti komputer, website. Maka tidak hanya gurunya tidak hanya tenaga IT nya tapi siswa-siswa MAN 1 Kabupaten Madiun juga diharuskan bisa IT lebih. sehingga kegiatan-kegiatan yang ada di madrasah itu banyak yang menggunakan IT.

Dalam hal ini perencanaan menjadi tahap yang cukup penting, karena menghubungkan kegiatan komunikasi dengan kepentingan organisasi dalam sebuah lembaga. Pada dasarnya peran dari bagian hubungan masyarakat ini adalah sebagai penghubung yang nantinya akan berguna untuk membangun suatu kerja sama dengan masyarakat. Demikian dengan peran humas di MAN 1 Kabupaten Madiun sangat penting serta dibutuhkan terutama dalam kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru. Hal ini juga nantinya akan berpengaruh terhadap sebuah lembaga pendidikan dalam mengelola suatu lembaga yang berkualitas, salah satunya dengan mengadakan sebuah kegiatan untuk meningkatkan peminat bagi konsumen pendidikan dalam mencapai tujuan humas yang telah disepakati bersama oleh warga sekolah. Sehingga dapat mencetak alumni melalui output yang berkualitas dan penerus generasi yang lebih baik bagi MAN 1 Kabupaten Madiun.

¹⁶³ Ririn Tius Eka Margareta, Bambang Ismanto dan Bambang Suteng Sulasmono, "Strategi Pemasaran Sekolah dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan *Delta Model*", *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Vol. 5, No. 1 (Januari-Juni 2018), 7.

¹⁶⁴ Edi Riyanto, "Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Sekolah Dasar Islam Terpadu di Karanganyar", *Jurnal Komuniti*, Vol. IX, No. 1 (Maret 2017), 51.

B. Analisis Pelaksanaan Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun

Pelaksanaan adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pihak-pihak yang berwenang/berkepentingan baik pemerintah maupun swasta yang bertujuan untuk mewujudkan cita-cita/tujuan yang telah ditetapkan.¹⁶⁵ Penggunaan baliho sebagai media promosi dengan memberikan informasi berupa tulisan serta gambar yang menarik atau keunggulan dari lembaga pendidikan, yang biasanya terdapat di depan sekolah dan ada pula yang terpajang dipinggir-pinggir jalan. Hal tersebut dilakukan agar dapat menarik perhatian masyarakat supaya masyarakat memiliki minat terhadap program-program unggulan yang sudah ditawarkan melalui media cetak berupa baliho.¹⁶⁶

Hal ini sesuai dengan paparan data yang ada bahwa dalam pelaksanaannya dapat dilaksanakan dengan pemasangan banner di depan madrasah. Dengan pemasangan banner ini untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat yang ada di sekitar MAN 1 Kabupaten Madiun serta masyarakat luar, bahwa telah dibuka pendaftaran siswa baru. Hal ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat yang ada di sekitar MAN 1 Kabupaten Madiun dan masyarakat luar sehingga dapat mendaftarkan anaknya untuk melanjutkan sekolah di MAN 1 Kabupaten Madiun.

Program Adiwiyata adalah program yang dibentuk dalam rangka mendorong terciptanya pengetahuan dan kesadaran warga sekolah dalam upaya pelestarian lingkungan hidup. Dalam pelaksanaan program tersebut, sekolah-sekolah diberi pembinaan agar berhasil menjadi sekolah Adiwiyata. Salah satu penghargaan Adiwiyata yaitu sekolah Adiwiyata mandiri, merupakan penghargaan kepada sekolah yang telah berhasil mendapatkan penghargaan Adiwiyata tingkat Nasional dan memiliki minimal 10 sekolah imbas Adiwiyata, dimana sekolah-sekolah imbas tersebut diberi pembinaan oleh calon sekolah Adiwiyata mandiri dan berhasil menjadi sekolah Adiwiyata.¹⁶⁷ Hal ini sesuai dengan paparan data yang ada bahwa dalam kegiatan mempromosikan MAN 1 Kabupaten Madiun diantaranya ada program sekolah binaan Adiwiyata. Dalam mewujudkan *green school*, MAN 1 Kabupaten Madiun turut berperan serta dalam menjalankan konsep program Adiwiyata.

¹⁶⁵ Astrella Janice, "Studi Tentang Pelaksanaan Tugas dan Fungsi Badan Pemberdayaan Masyarakat Desa (BPMD) dalam Pembangunan Desa di Desa Tanjung Lapang Kecamatan Malinau Barat Kabupaten Malinau", *Jurnal Ilmu Pemerintah*, Vol. 3, No. 3 (2015), 1462.

¹⁶⁶ Edi Riyanto, "Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Sekolah Dasar Islam Terpadu di Karanganyar", 51.

¹⁶⁷ Ratih Sulistyowati, Slameto dan Yari Dwikurnaningsih, "Pengembangan Model Pembinaan Sekolah Imbas Adiwiyata Berbasis Partisipasi", *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Vol. 4, No. 1 (Januari-Juni 2017), 98.

Dalam mempromosikan lembaga pendidikan yang dapat dilakukan salah satunya yaitu dengan adanya program-program unggulan seperti kelas khusus. Program unggulan adalah program yang dikembangkan untuk mencapai keunggulan dan keluaran (output) pendidikannya. Keunggulan program madrasah itu berbeda-beda, tergantung kepala madrasah yang mengelola dan guru sebagai pengarah dalam rangka peserta didik melakukan reformasi kurikulum sehingga bersifat terbuka untuk memenuhi berbagai kebutuhan mulai dari menanamkan wawasan keteladanan, komitmen dan disiplin tinggi.¹⁶⁸ Hal ini sesuai dengan paparan data yang ada bahwa MAN 1 Kabupaten Madiun telah memiliki ciri khas yang bisa diunggulkan dengan adanya program-program unggulan, programnya ada kelas olimpiade (kelas unggulan), kelas tahfidz (kelas agama), kemudian kelas keterampilan ada tata boga, tata busana, komputer, desain grafis.

Adanya media sosial tidak lagi hanya untuk ajang bersosialisasi antar personal saja melainkan sudah menjadi ajang promosi dalam suatu lembaga pendidikan. Sekarang media sosial berkembang luas dari porsinya. Media sosial yang saat ini menjadi favorit masyarakat untuk membantu terutama dalam mempromosikan lembaga pendidikan. Media sosial adalah media untuk interaksi sosial, dengan menggunakan teknik komunikasi yang sangat mudah. Media sosial merupakan perpaduan teknologi dan interaksi sosial dengan jejaring sosial terbesar antara lain facebook, myspace, dan twitter.¹⁶⁹ Hal ini sesuai dengan paparan data yang ada bahwa media promosi yang digunakan MAN 1 Kabupaten Madiun yaitu dalam bentuk medsos, seperti instagram, youtube, facebook dan web. Dengan menggunakan media sosial dalam mempromosikan MAN 1 Kabupaten Madiun sangat berpengaruh sekali, karena dengan adanya media sosial yang nantinya akan ditunjukkan pada semua orang agar lebih banyak yang mengetahui keunggulan dan kelebihan dari MAN 1 Kabupaten Madiun serta tahu apa yang ada di MAN 1 Kabupaten Madiun itu nyata tidak dibuat-buat.

Pentingnya pelaksanaan PPDB adalah untuk penjaringan peserta didik dan untuk mengetahui kemampuan awal siswa. dimulai pada tahap persiapan sosialisasi dan publikasi PPDB hingga diakhiri ketika memasuki Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah (MPLS). Pihak yang berperan penting adalah kepala sekolah, wakil kepala sekolah beserta jajaran panitia PPDB serta staf TU, bahkan pihak sekolah asal juga berperan aktif. PPDB dapat diselesaikan dengan baik melalui kolaborasi antara berbagai pihak baik dari dalam maupun dari luar. Dengan dilaksanakannya kegiatan, jenis dan jumlah kegiatan,

¹⁶⁸ Bilqisti Dewi, "Peran Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Program Unggulan Madrasah", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 3, No. 1 (2018), 78.

¹⁶⁹ Riya Widayanti, "Pemanfaatan Media Sosial untuk Penyebaran Informasi Kegiatan Sekolah Menengah Kejuruan Pasundan Tangerang", *Jurnal Abdimas*, Vol. 1, No. 2 (Maret 2015), 84.

tempat kegiatan dilaksanakan, jadwal pelaksanaan kegiatan pihak-pihak yang terlibat, serta cara untuk menyelesaikan kegiatan tersebut. Serta dalam pembentukan panitia PPDB.¹⁷⁰

Hal ini sesuai dengan paparan data yang ada bahwa sebelum terselenggaranya PPDB terlebih harus menyusun panitia pelaksana agar dapat terselenggara dengan baik dan lancar. Susunan panitia PPDB memang harus dibentuk agar pelaksanaan penerimaan peserta didik dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Kepanitiaan PPDB di MAN 1 Kabupaten Madiun melibatkan seluruh warga madrasah. Termasuk Bapak Ibu Guru, komite bahkan alumni. Dengan mengajak para alumni untuk upaya meningkatkan minat calon peserta didik baru dengan memaksimalkan dari semua sisi. Kemudian proses pembentukannya melalui kepanitiaan dan juga melibatkan semua warga madrasah.

Strategi promosi sekolah pun menjadi hal yang penting untuk melakukan promosi sekolah. Strategi promosi yang efektif dan mengangkat keunggulan dari sekolah untuk menjadi nilai plus dalam sekolah tersebut. Strategi pemasaran atau promosi sekolah dengan menjalin kerjasama dan membangun relasi yang baik dengan warga sekitar, orang tua murid, komite, dan juga alumni. Promosi yang unggul sebetulnya adalah promosi melalui para alumni, alumni yang telah sukses akan diminta *testimony* atau kesaksian ketika mereka bersekolah.¹⁷¹ Hal ini sesuai dengan data yang ada bahwa teknik dan strategi yang digunakan MAN 1 Kabupaten Madiun dalam mempromosikan penerimaan peserta didik baru dengan melalui alumni, karena alumni yang telah sukses baik dijalur formal, pegawai negeri, ataupun pengusaha ini sering kita libatkan alumni untuk turut andil dalam mempromosikan MAN 1 Kabupaten Madiun. Alumni yang sukses akan membawa dampak yang sangat baik sekali di lingkungan.

Dalam hal ini kegiatan pelaksanaan humas berperan sebagai penghubung bagi lembaga pendidikan utamanya bagi masyarakat, yang mana dapat memperkenalkan lembaga yang dikelolanya melalui program-program unggulan yang akan dicapai, mempromosikan lembaga pendidikan kepada para pengguna (masyarakat), menunjukkan keberhasilan peserta didik kepada khalayak ramai khususnya pada orang tua peserta didik. Pelaksanaan humas di MAN 1 Kabupaten Madiun berfokus pada kegiatan yaitu; (a) dapat dilaksanakannya dengan pemasangan banner di depan madrasah, (b) dengan adanya program-program kelas unggulan, (c) dengan menggunakan media promosi yaitu video profil, bisa juga dalam bentuk media cetak seperti kalender, majalah dan pamflet. Selain itu juga melalui

¹⁷⁰ Santi Vera Mulyani, Tobari, dan Houtman, "Manajemen Pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru Sistem Zonasi", *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Vol. 1, No. 2 (September 2020), 178.

¹⁷¹ Brigitta Putri Atika Tyagita, "Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama di Kabupaten Semarang", *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Vol. 3, No. 1 (Januari-Juni 2016), 76-79.

bentuk medsos, seperti instagram, youtube, facebook dan web. Dengan adanya kegiatan- kegiatan tersebut, dapat membantu dalam mengidentifikasi terkait kehumasan dengan mempromosikan penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun kepada masyarakat, agar masyarakat percaya dan yakin untuk menyekolahkan anaknya di MAN 1 Kabupaten Madiun. Sehingga program-program yang telah dilaksanakannya dapat berhasil dicapai.

C. Analisis Evaluasi Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Kabupaten Madiun

Evaluasi adalah suatu tahap terakhir setelah beberapa tahap perencanaan dan pelaksanaan yang dilakukan oleh organisasi. Evaluasi diartikan sebagai suatu penilaian (*evaluation*) atau pengukuran (instrumen) terhadap sebuah perencanaan yang telah dilakukan pada pertengahan, akhir bulan atau tahun.¹⁷²

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di MAN 1 Kabupaten Madiun mengenai evaluasi humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Trining Yuliarsih tidak sependapat berdasarkan teori dari Qoimah, Rina Ariyani dan Mundilarno. Hal ini dikarenakan kegiatan untuk mengiklankan sekolah selama ini dilakukan oleh pengurus yang bertugas melakukan promosi sekolah. Pengurus tersebut telah memiliki pembagian tugas yang jelas seperti mengupdate informasi, dan menyiapkan promosi.¹⁷³ Dengan adanya beberapa hal tersebut maka akan memudahkan pelaksanaan komunikasi antara sekolah dengan masyarakat. Setelah terjalin komunikasi baik antara lembaga dan masyarakat maka akan mempermudah untuk menyampaikan program-program unggulan yang akan lebih dipercaya oleh masyarakat.¹⁷⁴

Evaluasi penerimaan peserta didik baru dilaksanakan pada setiap akhir program PPDB. Hal ini dilakukan untuk mengetahui hasil jumlah peserta didik sementara yang didapatkan, pada kuantitas atau jumlah siswa yang didapat dalam kurun waktu tertentu. Sementara evaluasi program dilakukan pada setiap program PPDB usai dalam rapat atau yang disebut dengan rapat penutupan PPDB.¹⁷⁵ Hal ini pun juga selaras dengan hasil deskripsi data sebelumnya, bahwa pelaksanaan evaluasi promosi penerimaan peserta

¹⁷² Qoimah, "Membangun Pelayanan Publik yang Prima: Strategi Manajemen Humas dalam Penyampaian Program Unggulan di Lembaga Pendidikan", 201.

¹⁷³ Rina Ariyani dan Mundilarno, "Manajemen Promosi Sekolah dalam Rangka Meningkatkan Animo Masyarakat Masuk SMK", *Jurnal Media Manajemen Pendidikan*, Vol. 3, No. 1 (Juni 2020), 68.

¹⁷⁴ Qoimah, "Membangun Pelayanan Publik yang Prima: Strategi Manajemen Humas dalam Penyampaian Program Unggulan di Lembaga Pendidikan 201.

¹⁷⁵ Herni Irmayani dan Dessy Wardiah, "Manajemen Strategis Kepala Sekolah dalam Upaya Menarik Minat Calon Peserta Didik di SMPIT Ar-Ridho Palembang", *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan*, Vol. 2, No. 1 (Januari-Juni 2017), 43.

didik baru dapat terjadwal sesuai jadwal yang ditentukan, Jadi untuk waktu pelaksanaan evaluasinya setelah selesai pada pelaksanaan kegiatan PPDB.

Sebelum evaluasi, selama pelaksanaan program diadakan monitoring yang dilakukan langsung oleh kepala sekolah sebagai penanggung jawab kepada panitianya. Kegiatan monitoring yang dilakukan untuk mengetahui *progress* kegiatan sehingga ketika terdapat beberapa kendala dapat dilakukan langkah perbaikan saat itu juga. Adapun mengevaluasi adalah para panitia kegiatan termasuk di dalamnya kepala sekolah, guru dan seluruh staff.¹⁷⁶ Hal ini pun juga selaras dengan hasil deskripsi data sebelumnya, bahwadalam kerlibatan dengan pihak internal guru dan karyawan MAN 1 Kabupaten Madiun sangat antusias sekali dalam pelaksanaan evaluasi program humas dan semuanya dapat terlibat dalam rapat evaluasi PPDB.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di MAN 1 Kabupaten Madiun mengenai tindak lanjut evaluasi dalam mengembangkan promosi penerimaan peserta didik baru sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Siti Nuril Rowiyah tidak sependapat berdasarkan teori dari Nizarman. Hal ini dikarenakan adanya tindak lanjut evaluasi supaya bila terjadi kesalahan atau kekurangan dapat dengan segera ditangani dan dicarikan solusinya. Sehubungan dengan pelaksanaan monitoring dan evaluasi dilakukan dengan pengawas yang sama, maka secara teknis pelaksanaan, tujuan, bentuk dan tindak lanjut hasil monitoring dan evaluasinya sama. monitoring dan evaluasi merupakan salah satu mekanisme kendali yang dimaksudkan sebuah upaya sistematis yang merupakan bagian dari manajemen untuk mengamankan sistem dimana setiap komponen dalam sistem memiliki satu keterpaduan dan tidak terjadi penyimpangan yang besar dari rencana yang sudah dibuat.¹⁷⁷

Dengan demikian, evaluasi sangat dibutuhkan humas dalam setiap kegiatan yang telah dijalankan sehingga akan dapat mengetahui hambatan-hambatan yang mungkin terjadi dalam proses pelaksanaan kegiatan kehumasan. Terlebih bagi MAN 1 Kabupaten Madiun melalui evaluasi akan dapat mengetahui tingkat kemajuan kegiatan, tingkat pencapaian berdasarkan tujuan. Hal ini yang perlu dilakukan dalam mempromosikan penerimaan peserta didik baru dalam suatu lembaga pendidikan. Dengan adanya evaluasi tersebut, akan mengetahui tindak lanjut berikutnya untuk mencapai program kegiatan yang sesuai dengan harapan sekolah.

¹⁷⁶ *Ibid.*

¹⁷⁷ Nizarman, "Manajemen Penerimaan Siswa Baru", *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Vol. 9, No. 2 (Maret 2015), 231.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan di MAN 1 Kabupaten Madiun tentang “Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru”, dapat disimpulkan bahwa:

1. Perencanaan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun; (a) dapat ditunjukkan dengan adanya event madrasah (milad), (b) yaitu memetakan target, targetnya yaitu anak-anak MTs khususnya atau SMP tetapi yang utama targetnya anak-anak MTs, (c) dalam proses perencanaan promosi penerimaan peserta didik baru MAN 1 Kabupaten Madiun sudah memiliki SDM yang telah mampu mengelola berbagai teknologi informasi, seperti komputer, website atau lainnya dengan memiliki satu programmer dibagian teknisi komputer, kemudian MAN 1 Kabupaten Madiun juga memiliki guru TIK dan juga memiliki pengelola Lab TIK yang sudah mampu.
2. Pelaksanaan humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun; (a) dapat di laksanakan dengan pemasangan banner di depan madrasah, (b) dengan adanya program-program unggulan, dan program-program yang bisa diunggulan MAN 1 Kabupaten Madiun adalah dengan adanya program kelas olimpiade, kelas tahfidz, kemudian kelas keterampilan ada tata boga, tata busana, komputer dan desain grafis, (c) dengan menggunakan media promosi yaitu video profil, bisa juga dalam bentuk media cetak seperti kalender, pamflet dan majalah. Bisa juga melalui bentuk medsos, seperti instagram, youtube, facebook dan web. Media promosi yang paling berpengaruh di MAN 1 Kabupaten Madiun yaitu dengan adanya video profil, karena video yang nantinya akan ditunjukkan pada semua orang agar lebih banyak yang mengetahui keunggulan dan kelebihan dari MAN 1 Kabupaten Madiun serta tahu apa yang ada di MAN 1 Kabupaten Madiun itu nyata tidak dibuat-buat.
3. Evaluasi humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun dapat diketahui bahwa dalam hasil kegiatan evaluasi yang dilakukan pihak MAN 1 Kabupaten Madiun kaitannya dengan media sosial jadi harus sering terus mengupdate status atau upload paling tidak satu minggu sekali harus dinaikkan lagi. Itu evaluasinya adalah ternyata pihak madrasah sudah

mengupload sekali itu kadang beberapa orang masih merasa itu cukup yang pada kenyataannya media sosial itu dampaknya sangat pesat sekali dalam mengenalkan MAN 1 Kabupaten Madiun dengan masyarakat luas. Dalam kerlibatan dengan pihak internal guru dan karyawan MAN 1 Kabupaten Madiun sangat antusias sekali dalam pelaksanaan evaluasi program humas dan semuanya dapat terlibat dalam rapat evaluasi PPDB. Dan untuk keterlibatan dengan pihak eksternal sifatnya hanya laporan komite.

B. Saran

Beberapa saran yang akan penulis ajukan tidak lain hanya sekedar masukan dengan harapan agar mempromosikan penerimaan peserta didik baru di MAN 1 Kabupaten Madiun dapat terlaksana dengan lebih optimal. Saran-saran tersebut di antaranya:

1. Bagi Kepala Sekolah

Kedepannya perlu untuk mengefektifkan dari onlinenya, kemudian mengefektifkan lomba-lombanya, mengefektifkan semua yang sudah dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam mempromosikan penerimaan peserta didik baru. Sehingga dapat memperoleh kualitas dan kuantitas input siswa yang masuk di MAN 1 Kabupaten Madiun agar lebih baik dan lebih banyak.

2. Bagi Waka Humas

Mengharapkan pandemi segera berlalu sehingga apa yang tadinya bisa dilaksanakan sekarang tidak bisa dilaksanakan yaitu sosialisasi langsung ke madrasah, jadi pandemi berlalu sehingga tahun 2022 bisa melaksanakan sosialisasi bertatap muka langsung dengan siswa-siswi kelas IX MTs dan SMP.

3. Bagi Waka Kesiswaan

Madrasahny lebih berkompeten, lebih baik, lebih bagus terutama Menghasilkan alumni-alumni yang sukses itu sudah termasuk promosi yang luar biasa. Karena alumni yang punya prestasi, alumni yang sukses itu akan membawa dampak yang sangat baik sekali di lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- A'mal, Muslikhul. "Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Siswa Baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri Model Pemalang". Skripsi Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang. 2011.
- Ansar, Nurdian Ramadhani, Ratmawati T dan Andi Wahed. "Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online di SMK Negeri 6 Makassar". *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*. Vol. 4, No. 1, 2019.
- Ansor, Ahmad Sofan. "Pengaruh Kualitas Pendidikan dan Promosi Terhadap Perolehan Jumlah Siswa pada Sekolah Menengah Atas Swasta Maarif Kota Cilegon Banten". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 1, No. 2, Juli 2018.
- Ardhi, Mohammad Imam. "Evaluasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Sistem Real Time Online Dinas Pendidikan Kota Yogyakarta". *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan*. Vol. 8, No. 1, Maret 2015.
- Ariyani, Rina dan Mundilarno. "Manajemen Promosi Sekolah dalam Rangka Meningkatkan Animo Masyarakat Masuk SMK". *Jurnal Media Manajemen Pendidikan*. Vol. 3, No. 1, Juni 2020.
- Bachri, Bachtiar S. "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif", *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol. 10, No. 1, April 2010.
- Baharuddin, dan Moh. Makin. *Manajemen Pendidikan Islam: Transformasi Menuju Sekolah atau Madrasah Unggul*. Malang: UIN-Maliki Malang Press, 2016.
- Buku Pedoman Penulisan Skripsi. Ponorogo: Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020.
- Budiyanto, Teguh, Christoffel Kojo dan Hendra N. Tawas. "Strategi Promosi, Kualitas produk, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol. 16, No. 04, 2016.
- Chotimah, Chusnul. *Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan dengan Masyarakat*. Tulungagung: IAIN Tulungagung Press, 2017.
- Dahlia Patiung, et al. "Strategi Manajemen Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik pada Satuan PAUD. *Nanaeke: Indonesian Journal on Early Childhood Education*. Vol. 2, No. 2, Desember 2019.
- Dewi, Bilqisti. "Peran Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Program Unggulan Madrasah". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 3, No. 1, 2018.
- Dhuhani, Elfridawati Mai. "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon". *Jurnal al – iltizam*. Vol. 1, No. 1, Juni 2016.

- Fradito, Aditia, Suti'ah dan Mulyadi, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah". *Jurnal Kependidikan Islam*. Vol. 10 No. 1, 2020.
- Faizin, Imam. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah". *Jurnal Madaniyah*. Vol. 7, No.2, Agustus 2017.
- Hadi, Abdul. "Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humas dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis". *Jurnal Pendidikan*. Vol. 4, No. 2, Juni 2018.
- Hardani, et al. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Harini, Ira Nur dan Karwanto. "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus di SMP Al Hikmah Surabaya)". *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*. Vol. 4, No. 4, April 2014.
- Hariri Hasan, Dedy H. Karwan dan Ridwan. *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Media Akademi, 2016.
- Herianto, Yayat Wahyat dan Irwansyah. "Event Carnival Sebagai Media Komunikasi Pemasaran: Studi Kasus di SMA PKP JIS". *Jurnal Media Tor*. Vol. 12, No. 1, Juni 2019.
- Indah, Embem. "MAN Kembangasawit". <http://keterampilan.blogspot.com/2011/05/man-kesaku.html?m=1> diakses 27 November 2020.
- Istoto Slamet, dan Iwan Kurniawan Subagja. "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Buah Melon PT. Syafina Niaga". *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. Vol. 6, No. 2, Mei-Agustus 2018.
- Irmayani, Herni dan Dessy Wardiah. "Manajemen Strategis Kepala Sekolah dalam Upaya Menarik Minat Calon Peserta Didik di SMPIT Ar-Ridho Palembang". *Jurnal Manajemen Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan*. Vol. 2, No. 1, Januari-Juni 2017.
- Janice, Astrella. "Studi Tentang Pelaksanaan Tugas dan Fungsi Badan Pemberdayaan Masyarakat Desa (BPMD) dalam Pembangunan Desa di Desa Tanjung Lapangan Kecamatan Malinau Barat Kabupaten Malinau". *Jurnal Ilmu Pemerintah*. Vol. 3, No. 3, 2015.
- Kartini. "Pelaksanaan Manajemen Humas dalam Mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang". Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.2018.
- Mahbub dan Eva Husnia Zen. "Pengaruh Promosi Pendidikan Terhadap Minat Peserta Didik Baru MAN 3 Banyuwangi". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 2, No. 1, April 2020.
- Mahfuzhah, Hannah dan Anshari, "Media Publikasi Humas dalam Pendidikan". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 2, No. 2, 2018.

- Margareta, Ririn Tius Eka, Bambang Ismanto dan Bambang Suteng Sulasmono. "Strategi Pemasaran Sekolah dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan *Delta Model*". *Jurnal Manajemen Pendidikan*. Vol. 5, No. 1, Januari-Juni 2018.
- Maspaitella Imaniar, Mariam Sondakh dan Eva A. Marentek, "Evaluasi Kinerja Humas dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Raja Ampat (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Raja Ampat)". *Jurnal Acta Diurna*. Vol. V, No. 3, 2016.
- Muammar. "Problematika Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dengan Sistem Zonasi di Sekolah Dasar (SD) Kota Mataram". *Jurnal PGMI*. Vol. 11, No. 1, Juni 2019.
- Mulyani, Santi Vera, Tobari dan Houtman. "Manajemen Pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru Sistem Zonasi". *Jurnal Manajemen Pendidikan*. Vol. 1, No. 2, September 2020.
- Ningtyas, Dwi Arum, Mohammad Badrul dan Daning Nur Sulistyowati. "Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru pada SMP Ar-Ridha Jakarta". *Jurnal TECHNO Nusa Mandiri*. Vol. 15, No. 1, Maret 2018.
- Nuridin, Ismail dan Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Prihatsanti, Unika, Suryanto dan Wiwin Hendriani. "Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi". *Jurnal Buletin Psikolog*. Vol. 26, No. 2, 2018.
- Pratiwi, Indah Nuning. "Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi", *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol. 1, No. 2, Agustus 2017.
- Putri, Denia Prameswari dan Donie Kadewardana. "Prinsip-Prinsip Human Relations dalam Pelaksanaan Komunikasi Organisasi di Kementerian Komunikasi dan Informatika". *Journal of Strategic Communication*. Vol. 8, No. 2, Maret 2018.
- Qoimah. "Membangun Pelayanan Publik yang Prima: Strategi Manajemen Humas dalam Penyampaian Program Unggulan di Lembaga Pendidikan". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 1, No. 2, Juli 2018.
- Rahmat, Abdul. *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi, 2016.
- Raya, Moch. Khafidz Fuad. "Marketing Jasa di Institusi Pendidikan (Analisa Pemasaran dalam Pendidikan)". *Jurnal Falasifa*. Vol. 7, No.1, Maret 2016.
- Raco, J.R. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010.
- Riyanto, Edi. "Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Sekolah Dasar Islam Terpadu di Karanganyar". *Jurnal Komuniti*. Vol. IX, No. 1, Maret 2017.
- Saifil, Ahmad. "Peran Humas dan Mempromosikan SMKN 1 Al Mubarakya Ingin Jaya Aceh Besar". Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. 2017.
- Sidiq, Umar dan Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.

- Sarifudin dan Rehendra Maya. "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 02, No. 02, Juli 2019.
- Sarwindah. "Sistem Pendaftaran Siswa Baru pada SMPN 1 Kelapa Bebas Web". *Jurnal SISFOKOM*. Vol. 07, No. 02, September 2018.
- Sarwono, Jonathan. "Memadu Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif: Mungkinkah?". *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. Vol.9, No. 2, Mei 2019.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Subairi. "Kerangka Kerja Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Menciptakan Madrasah Unggul". *Journal of Islamic Education Management*. Vol. 4, No. 2, Oktober 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung; Alfabeta, 2015.
- Sulistiyowati Ratih, Slameto dan Yari Dwikurnaningsih. "Pengembangan Model Pembinaan Sekolah Imbas Adiwiyata Berbasis Partisipasi". *Jurnal Manajemen Pendidikan*. Vol. 4, No. 1, Januari-Juni 2017.
- Suwardi dan Daryanto. *Manajemen Peserta Didik*. Yogyakarta: Gava Media, 2017.
- Tasruddin, Ramsiah. "Strategi Promosi Periklanan yang Efektif". *Jurnal Al-Khitabah*. Vol. II, No. 1, Desember 2015.
- Triwiniastuti, Chatarina Sitoresmi dan Bambang Suteng Sulasmono. "Evaluasi Program PPDB Berbasis Zonasi di SMP Negeri 2 Pabelan". *Jurnal Manajemen Pendidikan*. Vol. 7, No. 1, Januari-Juni 2020.
- Tyagita Brigitta, Putri Atika. "Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama di Kabupaten Semarang". *Jurnal Manajemen Pendidikan*. Vol. 3, No. 1, Januari-Juni 2016.
- Widayanti, Riya. "Pemanfaatan Media Sosial untuk Penyebaran Informasi Kegiatan Sekolah Menengah Kejuruan Pasundan Tangerang". *Jurnal Abdimas*. Vol. 1, No. 2, Maret 2015.
- Wahyuningsih, Sri. *Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya*. Madura: UTM Press, 2013.
- Wijaya, Hari dan Hani Sirine. "Strategi Segmenting, Targeting, Positioning serta Strategi Harga pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap". *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*. Vol. 01, No. 03, September 2016.