

**MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN MINAT  
CALON PESERTA DIDIK BARU  
(STUDI KASUS DI MI AL-AMIN DEMPELAN MADIUN)**

**SKRIPSI**



Oleh:

**ALIFIA CITRA RESTI**

NIM. 206190002

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

**2023**

## ABSTRAK

**Resti, Alifia Citra.** 2023. *Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MI Al-Amin Dampelan Madiun).*

**Skripsi.** Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing: Wilis Werdiningsih, M.Pd.I.

**Kata Kunci:** Manajemen, Humas, Minat Calon Peserta Didik Baru

Banyaknya jumlah Madrasah Ibtidaiyah yang ada di Indonesia saat ini muncul beberapa persoalan pelaksanaan pendidikan, bahwa suatu pendidikan yang tutup dan tidak meneruskan program-program pendidikannya, karena tidak dapat dukungan dari masyarakat sekitarnya. Adanya hubungan yang baik dan kerja sama dari masyarakat dengan pihak lembaga sekolah diharapkan nantinya dapat meningkatkan minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya pada lembaga pendidikan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru; (2) Pelaksanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru; (3) Evaluasi humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru.

Adapun penelitian ini dirancang menggunakan metode kualitatif dengan bentuk desain naturalistik berjenis studi kasus. Pengambilan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

Berdasarkan hasil analisis data ditemukan bahwa (1) Perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru; a) promosi di luar PPDB yaitu drumband keliling dan memposting kegiatan yang ada pada madrasah, b) promosi pada saat PPDB yaitu menyusun kepanitiaan, pemetaan target, pemasangan banner, penyebaran brosur, perayaan milad, sosialisasi, penyusunan anggaran dana, (2) Pelaksanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru; a) promosi di luar PPDB yaitu penampilan drumband keliling dua minggu sekali dan memposting kegiatan yang ada di madrasah pada whatsapp instagram dengan dua postingan dalam seminggu (*intensif*), b) promosi pada saat PPDB meliputi pemasangan banner di jalan raya, depan madrasah dan pasar mbarak, penyebaran brosur melalui whatsapp, instagram dan saat sosialisasi, perayaan milad tanggal 19 Februari dengan berbagai perlombaan untuk anak TK/RA, melakukan sosialisasi ke TK/RA di desa dampelan hingga lintas desa, (3) Evaluasi humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru menggunakan dua metode yaitu observasi untuk promosi di luar PPDB dan pol pendapat untuk promosi pada saat PPDB; a) promosi di luar PPDB meliputi kegiatan drumband keliling dievaluasi melalui *face to face* dan memposting kegiatan yang ada pada madrasah dievaluasi melalui rapat setiap hari secara *kontinu*, b) promosi pada saat PPDB dievaluasi melalui rapat bersama. Ketercapaian tujuan dalam hal meningkatkan minat calon peserta didik baru dapat dilihat dari jumlah siswa yang terus meningkat setiap tahunnya.



## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Alifia Citra Resti

NIM : 206190002

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Judul : Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MI Al-Amin Dempelan Madiun)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah

Pembimbing

**Wilis Werdningsih, M.Pd.I**  
NIP. 198904212020122018

Ponorogo, 21 Maret 2023

Mengetahui,

Ketua  
Jurusan Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

**Dr. Athok Endi, M.Pd.**  
NIP. 197811062006041004



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**  
**PENGESAHAN**

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Alifia Citra Resti  
NIM : 206190002  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul Penelitian : Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MI Al-Amin Dempelan Madiun)

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

Hari : Selasa  
Tanggal : 18 April 2023

dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 2 Mei 2023

Ponorogo, 2 Mei 2023  
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 : Dra. Aries Fitriani, M.Pd. ( )  
Penguji I : Dr. Retno Widyaningrum, M.Pd. ( )  
Penguji II : Wilis Werdiningsih, M.Pd.I. ( )

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Alifia Citra Resti  
NIM : 206190002  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)  
Judul Skripsi : Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MI Al-Amin Dempelan Madiun)

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat di akses di **etheses.iainponorogo.co.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Demikian pernyataan ini semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

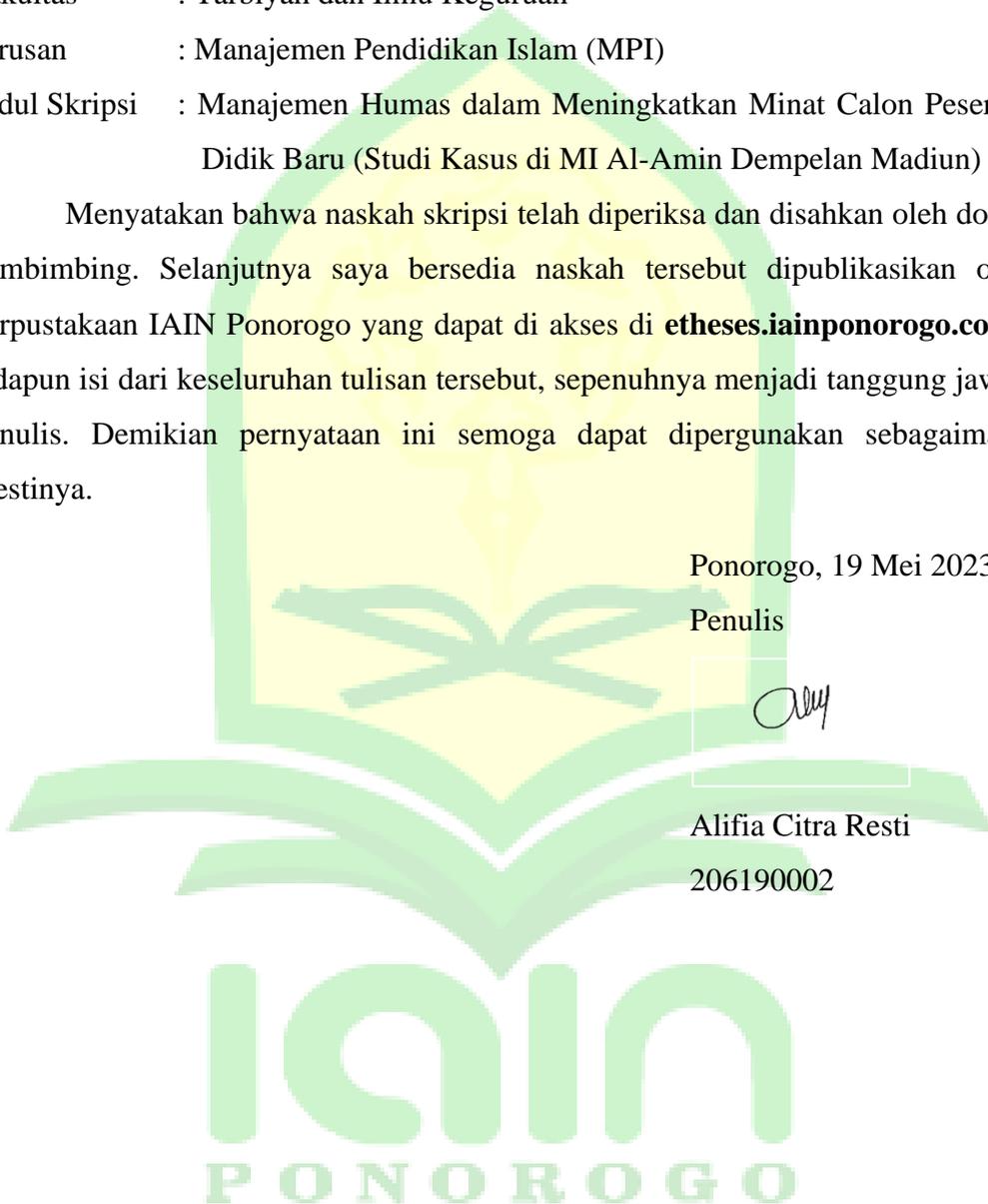
Ponorogo, 19 Mei 2023

Penulis



Alifia Citra Resti

206190002



IAIN  
PONOROGO

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alifia Citra Resti  
NIM : 206190002  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Judul Skripsi : Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MI Al-Amin Dempelan Madiun)

Dengan ini, menyatakan yang 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, saya bersedia menerima sanksi perbuatan atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 19 Maret 2023  
Yang Membuat Pernyataan



Alifia Citra Resti  
206190002

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
A. Kajian Teori.....	12
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	36
C. Kerangka Pikir.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>41</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
C. Data dan Sumber Data.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data.....	45

E. Teknik Analisis Data.....	48
F. Pengecekan Keabsahan Penelitian.....	50
G. Tahap Penelitian.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
A. Gambaran Umum Latar Penelitian.....	54
1. Sejarah Berdirinya MI Al-Amin Dempelan.....	54
2. Profil MI Al-Amin Dempelan .....	55
3. Letak geografis MI Al-Amin Dempelan .....	56
4. Visi, Misi dan Tujuan MI Al-Amin Dempelan .....	57
5. Struktur Organisasi MI Al-Amin Dempelan .....	59
6. Tenaga Pendidik, Kependidikan dan Siswa MI Al-Amin Dempelan....	59
B. Deskripsi Data.....	60
1. Perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.....	60
2. Pelaksanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.....	69
3. Evaluasi Perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.....	81
C. Pembahasan.....	95
1. Analisis Perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.....	95
2. Analisis Pelaksanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.....	102

3. Analisis Evaluasi Perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.....	107
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>104</b>
A. Simpulan.....	104
B. Saran.....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>107</b>



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Manajemen hubungan masyarakat dengan sekolah merupakan salah satu bagian dari substansi administrasi pendidikan sekolah. Dengan adanya hubungan sekolah dengan masyarakat, sekolah dapat mengetahui sumber-sumber yang ada dalam masyarakat yang kemudian didayagunakan untuk kepentingan kemajuan pendidikan anak sekolah. Di lain pihak, masyarakat juga dapat mengambil manfaat dengan turut mengenyam dan menyerap ilmu pengetahuan sekolah. Dari sini masyarakat dapat mengerti dan memahami tujuan pendidikan dan pelaksanaan pendidikan yang berlangsung di sekolah tersebut.<sup>1</sup>

Di Indonesia *public relation* atau sering dikenal humas merupakan seni menciptakan pengertian *public* yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan *public* terhadap suatu individu atau lembaga.<sup>2</sup> Kegiatan humas yaitu mengelola komunikasi antara organisasi dengan publiknya.<sup>3</sup> Dalam lingkungan pendidikan komunikasi tentu saja menjadi suatu bagian yang tak tertinggalkan, karena lembaga pendidikan memerlukan kepercayaan masyarakat agar tujuan pendidikan tersampaikan dengan jelas di telinga masyarakat melalui komunikasi.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Suardi, "Analisis Manajemen Humas dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan," *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, Vol 2, No. 2 (2017), 117.

<sup>2</sup> Fifi Priandono, "Media Informasi Pendidikan Islam," *Jurnal At-Ta'lim Media Informasi Pendidikan Islam*, Vol 18, No. 2 (Desember 2019), 392.

<sup>3</sup> Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), 26.

<sup>4</sup> Dedy Karwan dan Ridwan Hasan Harir, *Manajemen Pendidikan* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), 177.

Humas memiliki peranan penting dalam suatu lembaga pendidikan terutama di dalam madrasah ibtidaiyah karena peran humas yang baik maka madrasah ibtidaiyah akan banyak dikenal di kalangan masyarakat. Seperti diketahui bahwa lembaga pendidikan adalah sebuah kegiatan melayani konsumen berupa siswa, mahasiswa, dan juga masyarakat. Keterlibatan masyarakat serta komunikasi yang baik sangat penting bagi keberlangsungan sekolah. Sebagaimana yang diamanatkan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 7 ayat (1) tentang sistem pendidikan nasional dijelaskan bahwa wali murid berpartisipasi dalam menentukan satuan pendidikan dan mendapatkan informasi kemajuan pendidikan anaknya.<sup>5</sup> Maka dari itu, madrasah diharapkan harus tetap *eksis* mengikuti arus perkembangan pendidikan, dengan cara memberikan informasi yang akurat kepada masyarakat tentang program-program yang dimiliki madrasah. Pada dasarnya madrasah merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat, bahkan pertumbuhan dan perkembangan madrasah selaras dengan tuntutan masyarakat.<sup>6</sup>

Namun dengan banyaknya jumlah MI yang ada di Indonesia saat ini muncul beberapa persoalan pelaksanaan pendidikan, bahwa suatu pendidikan yang tutup dan tidak meneruskan program-program pendidikannya, karena tidak dapat dukungan dari masyarakat sekitarnya. Di lain pihak, beberapa madrasah menempatkan masyarakat sebagai sasaran yang strategis bagi lembaga dengan mengambil keuntungan finansial. Melalui manajemen strategik yang tepat, sekolah mampu secara maksimal untuk memberdayakan masyarakat. Salah satu

---

<sup>5</sup> Rachmat Satria, et al., "Peningkatan Mutu Sekolah melalui Manajemen Hubungan Masyarakat," *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, Vol 7, No. 2 (September, 2019), 177.

<sup>6</sup> Baharudin dan Moh. Makin, *Manajemen Pendidikan Islam: Transformasi Menuju Sekolah atau Madrasah Unggul* (Malang: UIN Maliki Malang Press, 2016), 138.

hal yang penting adalah berkaitan dengan penerimaan peserta didik baru. Maka minat masyarakat terhadap sekolah perlu untuk terus ditingkatkan. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Yuyun Elizabeth Patra bahwa salah satu cara untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru yaitu menjalin hubungan masyarakat dengan baik.<sup>7</sup> Adanya hubungan yang baik dan kerja sama dari masyarakat dengan pihak lembaga sekolah diharapkan nantinya dapat meningkatkan minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya pada lembaga pendidikan tersebut.

Berdasarkan Ombudsman, beberapa permasalahan berkaitan dengan PPDB adalah minimnya sosialisasi pendaftaran PPDB, kurangnya *transparansi* informasi yang termuat dalam pengumuman, belum menggunakan teknologi informasi secara optimal sehingga sekolah tersebut memungkinkan kekurangan calon peserta didik baru karena pada saat ini media sosial merupakan pusat perhatian bagi semua kalangan maka dari itu lembaga pendidikan juga dituntut mengikuti arus perkembangan yang ada.<sup>8</sup> Tidak hanya itu saja permasalahan yang mungkin terjadi adalah kurangnya persiapan panitia PPDB, panitia PPDB harus mempunyai target dan menjalin hubungan yang baik antara calon wali murid dan sekolah. Karena ini merupakan kunci dari keberhasilan PPDB.

Sebagaimana menurut Ramdhani yang dikutip oleh Yusti Farlina penerimaan calon peserta didik baru merupakan kegiatan suatu instansi pendidikan dimana sekolah akan melakukan penerimaan calon peserta didik baru.

---

<sup>7</sup> Yuyun Elizabeth Patras, et al., "Manajemen Kepemimpinan pada Lembaga Pendidikan," *Jurnal Manajemen Kepemimpinan*, Vol 4, No. 1 (Januari- Juni 2019), 44.

<sup>8</sup> Ombudsman, Permasalahan Penerimaan Peserta Didik Baru pada Umumnya, [https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/PNgweRoN-ombudsman-permasalahan-ppdb-sudah-terjadi-sejak-pendaftaran,Diakses 20 Desember 2022, Pukul 10.30,"](https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/PNgweRoN-ombudsman-permasalahan-ppdb-sudah-terjadi-sejak-pendaftaran,Diakses 20 Desember 2022, Pukul 10.30,).

Calon peserta didik baru yang lolos harus memenuhi kriteria yang ditentukan oleh sekolah melalui tahapan pengumuman penerimaan calon peserta didik baru.<sup>9</sup>

Salah satu fokus dari kegiatan manajemen humas adalah meningkatkan minat calon peserta didik baru. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Nur Hanina Alifah dengan judul Pengaruh Manajemen Humas dan Citra sekolah Terhadap Minat Orang Tua di Sub Rayon 34 Surabaya pada tahun 2018, hasil data yang diperoleh pada variabel manajemen humas ( $X_1$ ) nilai  $T_{hitung}$  sebesar 3,095. Nilai signifikan variabel manajemen humas ( $X_1$ ) terhadap minat orang tua ( $Y$ ) sebesar 0,002, nilai tersebut lebih kecil dari nilai alpha 0,05 dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya jika lembaga pendidikan melakukan manajemen humas dengan baik maka minat calon peserta didik baru akan meningkat dan berpengaruh secara signifikan.<sup>10</sup>

Penerimaan peserta didik baru atau disingkat PPDB dilakukan untuk mengetahui dan mengukur input sekolah dengan harapan dapat merencanakan serta melaksanakan kegiatan pendidikan dan pembelajaran di masa yang akan datang.<sup>11</sup> PPDB bukanlah suatu hal yang ringan, madrasah harus menyiapkan strategi-strategi yang tepat dan efektif dalam menjalankannya agar dapat menarik siswa-siswi yang berkualitas dan menghasilkan input sekolah lebih baik. Input yang baik tersebut juga akan membawa dampak yang baik yaitu kegiatan belajar

---

<sup>9</sup> Yusti Farlina dan Jamal Maulana Hudin, "Kajian Kepuasan Pengguna Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Online," *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, Vol 2, No. 2 (2017), 48.

<sup>10</sup> Nur Hanina Alifah dan Erny Roesminingsih, "Pengaruh Manajemen Humas dan Citra Sekolah Terhadap Minat Orang Tua di Sub Rayon 34 Surabaya," *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vol 1, No. 1 (2018), 6.

<sup>11</sup> Nurdian Ramadhani Ansar dan Andi Wahed, "Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online di SMK Negeri 6 Makasar," *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*, Vol 4, No. 1 (2019), 67.

mengajar bisa maksimal dan sekolah meningkat.<sup>12</sup> Salah satu strategi tersebut adalah dengan promosi. Promosi ini bisa dilakukan dengan media sosial yang berkembang pesat di semua kalangan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 16 Januari 2023 diketahui bahwa manajemen humas di MI Al-Amin Dempelan Madiun memiliki perbedaan dengan madrasah ibtidaiyah lainnya. MI Al-Amin Dempelan Madiun memaksimalkan media sosial sebagai kegiatan promosi *intensif* dan melakukan silaturahmi kepada tokoh-tokoh masyarakat yang berada di desa Dempelan sehingga dapat menimbulkan persepsi yang baik oleh masyarakat sekitar. Persepsi masyarakat yang baik inilah nantinya akan membawa pengaruh secara signifikan terhadap peningkatan minat para orang tua untuk menyekolahkan anaknya di MI Al-Amin Dempelan Madiun.<sup>13</sup>

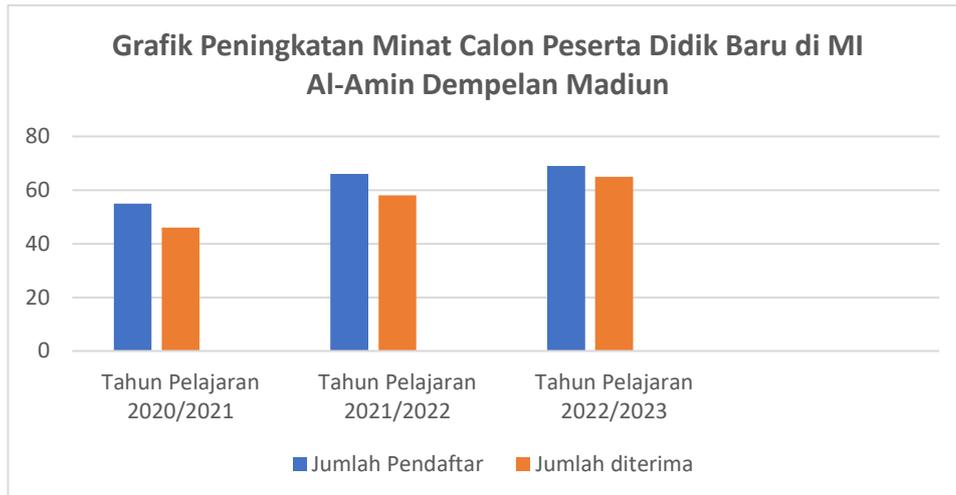
Pada wawancara berikutnya diketahui bahwa data pendaftar 3 tahun terakhir mengalami peningkatan. Pada tahun pelajaran 2020/2021 jumlah calon peserta didik baru yang mendaftar sebanyak 55 yang diterima sebanyak 46. Selanjutnya pada tahun pelajaran 2021/2022 jumlah calon peserta didik baru yang mendaftar sebanyak 66 dan yang diterima sebanyak 58. Dan pada tahun pelajaran berikutnya yaitu tahun 2022/2023 calon peserta didik baru yang mendaftar 69 dan yang diterima sebanyak 65. Dalam hal ini dapat digambarkan dalam grafik sebagai berikut:<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Mohammad Imam dan 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), 83.

<sup>13</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>14</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.



**Gambar 1.1. Grafik Peningkatan Minat Calon Peserta Didik Baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun**

Berdasarkan grafik tersebut dapat diketahui jumlah pendaftar di MI Al-Amin Dempelan Madiun setiap tahunnya mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut melebihi kuota yang telah disiapkan oleh MI Al-Amin Dempelan Madiun.

Untuk memperdalam informasi terkait peningkatan minat calon peserta didik baru, maka peneliti melakukan observasi. Observasi dilakukan pada tanggal 20 November 2022 di media sosial instagram dan facebook, MI Al-Amin Dempelan Madiun sangat *eksis* dalam akun media sosialnya hal ini terlihat pada postingan-postingan kegiatan promosi secara *intensif* maupun kegiatan yang lainnya seperti kegiatan belajar mengajar, ekstrakurikuler maupun kegiatan perayaan hari besar Islam dan nasional secara berlangsung dan *kontinu*.<sup>15</sup> Dalam hal ini MI Al-Amin Dempelan Madiun mempunyai strategi dalam PPDB yaitu dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti instagram dan whatsapp secara optimal dalam menarik calon peserta didik baru. Tidak hanya itu berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 21 November 2022

<sup>15</sup> Lihat Transkrip Observasi Nomor: 01/O/20-XI-2022.

kepada guru, MI Al-Amin Dempelan Madiun juga melakukan kegiatan promosi melalui penyebaran brosur (online dan offline) dan juga pemasangan banner di sekitar jalan raya, depan madrasah, dan pasar mbarak Dempelan, kegiatan ini bertujuan untuk mempromosikan lembaga pendidikannya agar dikenal oleh berbagai kalangan masyarakat lintas desa maupun kecamatan.<sup>16</sup>

Sebagaimana hasil wawancara kepada guru, siswa-siswi yang menuntut ilmu di MI Al-Amin Dempelan Madiun tidak hanya berasal dari desa Dempelan saja akan tetapi dari berbagai lintas desa hingga lintas kecamatan.<sup>17</sup> Hal ini dikuatkan dengan hasil wawancara pada tanggal 22 November 2022 kepada wali murid bahwa teman sesama wali murid tidak berasal dari desa Dempelan saja akan tetapi juga berasal dari lintas desa hingga lintas kecamatan.<sup>18</sup> Alasan wali murid memilih MI Al-Amin Dempelan Madiun sebagai pilihan adalah karena MI Al-Amin Dempelan Madiun adalah salah satu madrasah yang menjunjung tinggi nilai ilmu keagamaan, dan memiliki berbagai kegiatan ekstrakurikuler sebagai wadah pengembangan bakat siswa. Selain kegiatan ekstrakurikuler MI Al-Amin Dempelan Madiun mempunyai program unggulan yaitu program mengaji metode ummi, yang setiap tahunnya dilaksanakan munaqosah siswa-siswi yang telah khatam juz 30 mendapatkan sertifikasi ummi. Adanya Gerakan sholat dhuha dan dhuhur berjamaah juga menjadi budaya MI Al-Amin Dempelan Madiun sebagai indikator visi madrasah yaitu peserta didik sadar sholat, mengaji dengan tartil dan melaksanakan ibadah harian. Selain di bidang akademik MI Al-Amin Dempelan

---

<sup>16</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 01/W/21-XI/2022.

<sup>17</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 01/W/21-XI/2022.

<sup>18</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor : 02/W/22-XI/2022.

Madiun juga unggul dalam bidang non akademik.<sup>19</sup> Hal ini dapat dilihat dari banyaknya prestasi yang diraih siswa-siswi di berbagai perlombaan.

Dalam hal itu prestasi yang dimiliki MI Al-Amin Dempelan Madiun di antaranya, juara 1 lomba tahfidz putra SD/MI sekarasidenan Madiun tahun 2021, juara 2 MTQ putra SD/MI sekarasidenan Madiun tahun 2021, juara 2 lomba MHQ 1 juz dan tilawah putra HAB kemenangan ke 76 tahun 2021, dan lain sebagainya. MI- Al-Amin Dempelan Madiun juga memiliki fasilitas sarana prasarana yang memadai sebagai pendukung dalam proses kegiatan belajar mengajar seperti, ruang kelas, lapangan, kantin, perpustakaan, masjid, dan sebagainya. Tidak hanya sarana dan prasarana yang memadai MI Al-Amin Dempelan Madiun memiliki program kultur madrasah yaitu disiplin datang, masuk dan pulang, rapi pakaian, kuku, dan rambut, tuntas calusting di kelas 1 dan 2, program mengaji metode ummi, gerakan sholat dhuha dan dhuhur berjamaah, pengembangan diri, pembinaan akhlaq pagi, dan *intensif* belajar untuk kelas VI.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik melakukan sebuah penelitian dengan judul penelitian Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MI Al-Amin Dempelan Madiun).

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan persoalan-persoalan seperti yang telah dikemukakan dalam identifikasi masalah di atas, maka penulis memfokuskan pada Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MI Al-Amin Dempelan Madiun). Penelitian ini berfokus pada pembahasan strategi

---

<sup>19</sup> Brosur [https://instagram.com/mi\\_dempelan?igshid=YmMyMTA2M2Y=](https://instagram.com/mi_dempelan?igshid=YmMyMTA2M2Y=), Diakses 20 Desember Pukul 10.30.

manajemen humas yang dilakukan MI Al-Amin Dempelan Madiun untuk mempertahankan *eksistensi* dalam dunia pendidikan dan meningkatkan minat calon peserta didik baru. Strategi tersebut dapat dipahami melalui model manajemen humas dengan serangkaian proses yang dikemukakan oleh George R. Terry antara lain: perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*actuating*), dan Evaluasi (*controlling*) manajemen humas oleh MI Al-Amin Dempelan Madiun.

### **C. Rumusan Masalah**

Berangkat dari latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun?
2. Bagaimana pelaksanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun?
3. Bagaimana evaluasi humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun?

### **D. Tujuan Penelitian**

Mengacu pada latar belakang masalah dan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.
2. Mendeskripsikan pelaksanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.
3. Mendeskripsikan evaluasi humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.

## E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis:

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat dijadikan salah satu pijakan *research theory* (teori penelitian) tentang manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru dengan harapan madrasah mampu menghadapi tantangan dan menjaga eksistensi sebagai madrasah yang unggul dalam kepercayaan masyarakat.
2. Secara Praktis:
  - a. Bagi Madrasah Negeri dan Swasta di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dijadikan referensi operasional bagi berbagai lembaga pendidikan di Indonesia, khususnya madrasah untuk mengembangkan, mengoptimalkan, serta meningkatkan minat calon peserta didik baru melalui manajemen humas dalam menghadapi berbagai tantangan arus perkembangan pendidikan.
  - b. Bagi Para Peneliti dan Masyarakat. Hasil Penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi referensi tambahan secara teoritis dan aplikatif bagi para peneliti maupun masyarakat pada umumnya dalam mengenali pentingnya manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru pada lembaga pendidikan.

## F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini dan agar dapat dicerna secara runtut, maka diperlukan sebuah sistematika pembahasan. Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan menjadi lima bab yang masing-masing bab terdiri dari

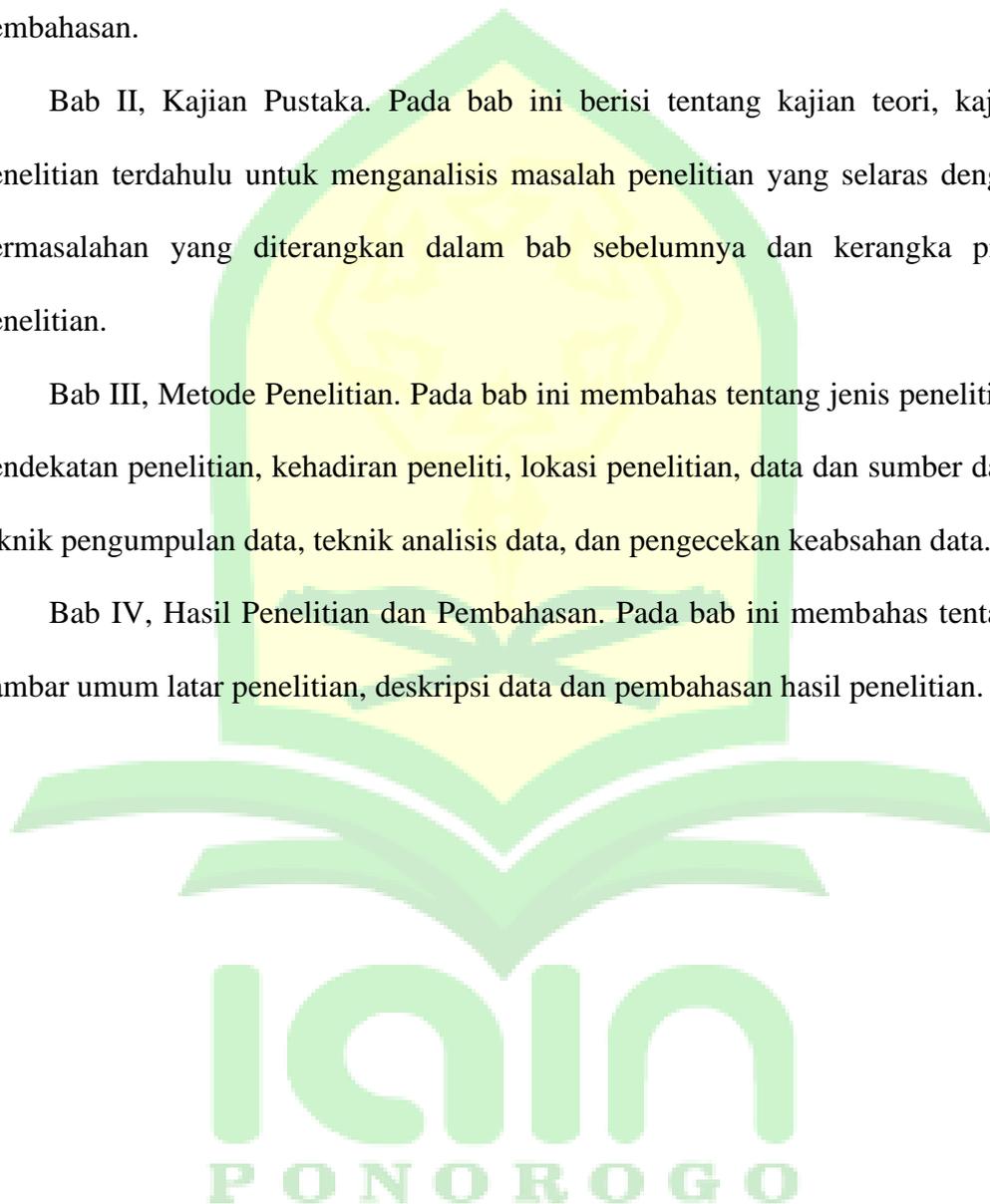
sub sub yang saling berkaitan satu sama lain. Sistematika pembahasan skripsi hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I, Pendahuluan. Pada bab ini berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II, Kajian Pustaka. Pada bab ini berisi tentang kajian teori, kajian penelitian terdahulu untuk menganalisis masalah penelitian yang selaras dengan permasalahan yang diterangkan dalam bab sebelumnya dan kerangka pikir penelitian.

Bab III, Metode Penelitian. Pada bab ini membahas tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

Bab IV, Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada bab ini membahas tentang gambar umum latar penelitian, deskripsi data dan pembahasan hasil penelitian.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Manajemen Humas

###### a. Pengertian Manajemen Humas

Secara sederhana manajemen humas merupakan gabungan dari dua kata yaitu manajemen dan humas. Manajemen berasal dari kata *manage* (Bahasa latinnya: *Manus*) yang berarti tangan, sedangkan dalam Bahasa Italia *maneggiare* berarti mengendalikan, dan dalam Bahasa Inggris istilah manajemen berasal dari kata *to manage*.<sup>1</sup> Secara sederhana manajemen adalah mengurus, mengatur, membina, memimpin agar tujuan suatu usaha tercapai sesuai dengan yang dikendaki.<sup>2</sup> G.R. Terry menerangkan manajemen adalah suatu proses yang terdiri dari *planning, organizing, actuating* dan *controlling* yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditentukan.<sup>3</sup>

Sebagaimana menurut Marno menyebutkan manajemen adalah kemampuan dan keterampilan untuk memperoleh sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain. Dalam persepektif lebih luas, manajemen merupakan proses pengaturan dan

---

<sup>1</sup> Sri Usiyati Fachrurazi, et al., *Pengantar Manajemen* (Batam: Cendekia Mulia Mandiri, 2022), 1.

<sup>2</sup> Yaya Ruyatnasih dan Liya Megawati, *Pengantar Manajemen Teori, Fungsi dan Kasus* (Yogyakarta: CVAbsolute Media, 2018), 1.

<sup>3</sup> John Suprihanto, *Manajemen* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2014), 12.

pemanfaatan sumber daya yang dimiliki organisasi melalui kerja sama para anggota dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan.<sup>4</sup>

Sedangkan, menurut Glenn dan Denny Griwold yang ditulis oleh Joko Pramono, Pengertian *Public Relation* adalah suatu fungsi manajemen yang memulai sikap *public*, menunjukkan kebijaksanaan dan prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan *public* dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik.<sup>5</sup> Sedangkan *Public Relation Society of America* (PRSA) menyatakan bahwa *public relation* itu berhubungan dengan atau berupaya untuk membangun saling pengertian diantara berbagai kelompok publik dan organisasi.<sup>6</sup> Definisi tersebut menunjukkan bahwa hubungan masyarakat atau *public relation* berhubungan dengan membangun dan memelihara komunikasi yang baik antara organisasi dan publiknya sehingga dapat menciptakan hubungan yang harmonis.

Pengertian lainnya, yang dikutip oleh Bonnar mengartikan Humas atau *public relation* adalah suatu usaha sadar guna mempengaruhi orang lain melalui komunikasi yang disampaikannya agar dapat berpikir baik, menghargai, mendukung, serta bersimpati terhadap organisasinya.<sup>7</sup> Sementara itu Jekfis mengartikan humas sebagai keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka

---

<sup>4</sup> Yuyun Elizabeth Patras, et al., *Manajemen Kepemimpinan pada Lembaga Pendidikan*, 45.

<sup>5</sup> Joko Pramono, *Otomatisasi Tata Kelola Humas dan Pertokohan Kelas XI* (Yogyakarta: Andi Press, 2019), 3.

<sup>6</sup> Yosai Irianto, *Manajemen Humas Sekolah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), 5.

<sup>7</sup> Juhji, *Perkembangan, Fungsi, dan Peran Humas Lembaga Pendidikan* (Bandung: Widina Bakti Persada, 2020), 4.

menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara organisasi dengan segenap khalaknya. Adapun menurut Hidayah humas juga dikatakan sebagai usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakat.

Manajemen hubungan masyarakat merupakan sebuah alat manajemen yang memiliki posisi sangat penting dalam menentukan output yang dihasilkan oleh hubungan masyarakat.<sup>8</sup> Sebagaimana menurut E. Mulyasa menerangkan manajemen hubungan sekolah dengan masyarakat merupakan seluruh proses kegiatan yang direncanakan dan diusahakan secara sengaja dengan sungguh-sungguh, disertai pembinaan secara *kontinu* untuk mendapatkan simpati dari masyarakat pada umumnya, dan khususnya pada masyarakat yang berkepentingan langsung dengan sekolah.<sup>9</sup>

Menurut M.Ngalim Purwanto, yang dikutip oleh Sri Minarti Hubfan sekolah dengan masyarakat mencakup hubungan sekolah dengan sekolah lain, sekolah dengan pemerintah setempat, sekolah dengan instansi dan jawatan lain, dan sekolah dengan masyarakat pada umumnya.<sup>10</sup> Hendaknya, semua hubungan itu merupakan hubungan kerja sama yang bersifat pedagogis, sosiologis, dan produktif yang mendapatkan keuntungan dan perbaikan serta kemajuan kedua belah pihak. Hubungan sekolah dengan lingkungan internal dan eksternal dapat diilustrasikan sebagai berikut.

---

<sup>8</sup> Bernadetta Nadeak, *Manajemen Humas pada Lembaga Pendidikan* (Bandung: Widina Persada, 2020), 19.

<sup>9</sup> Elfridawati Mai Duhani, "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidiyah Terpadu (Mit) As-Salam Ambon," *Jurnal Al-iltizam*, Vol. 2, No. 1 (2017), 198.

<sup>10</sup> Sri Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Sekolah secara Mandiri* (Yogyakarta: Arruz Media, 2016), 286.



**Gambar 2.1. Hubungan Sekolah dengan Lingkungan Internal dan Eksternal**

Apabila antara pemerintah, masyarakat, dan sekolah terbina semacam kerja sama saling menguntungkan, sekolah akan tumbuh dengan baik. Akan tetapi kalau salah satu pihak diantaranya tidak merasa berkepentingan untuk bekerja sama dengan pihak lain dapatlah diduga bahwa sekolah itu tidak kan mencapai kemajuan secara maksimal. Hal ini berarti bahwa sekolah seyogyanya tidak merupakan lembaga yang jauh dan terpisahkan dari masyarakat karena sesungguhnya kekuatan sekolah itu terletak pada sejauh mana ia mampu berkomunikasi, berintegrasi, dengan masyarakat pemakai dan berapa besar kontribusinya kepada dunia sekitarnya dengan kata lain masyarakat dan lingkungannya adalah laboratorium yang besar dan luas tempat peserta didik melakukan percobaan dan menemukan pengalaman baru untuk kelak kemudian hari. Setelah mereka meninggalkan sekolah dengan mendapatkan ilmu dan keterampilannya terjun ke masyarakat membimbing dan mengarahkan mereka mencapai tujuan bersama.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan oleh peneliti pengertian manajemen humas adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan serta direncanakan secara matang untuk menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak guna mencapai tujuan yang diinginkan.

#### b. Fungsi Manajemen Humas

Dari pengertian manajemen humas yang dibahas di atas. Adapun fungsi pokok manajemen atau tahapan-tahapan dalam manajemen menurut George R. Terry antara lain:

##### 1) Fungsi perencanaan (*planning*)

Perencanaan yaitu merupakan proses penentuan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai dalam menetapkan jalan dan sumber yang diperlakukan untuk mencapai tujuan seefisien dan seefektif mungkin. Perencanaan dapat menetapkan tujuan lembaga pendidikan, menetapkan peraturan-peraturan dan pedoman-pedoman pelaksanaan, menetapkan biaya yang diperlukan dan pemasukan uang yang diharapkan diperoleh dari tindakan yang dilakukan.<sup>11</sup>

Menurut Dwiyana perencanaan merupakan modal atau langkah awal yang dilakukan untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat yang di dalamnya merumuskan program-program apa saja yang dapat dilakukan agar masyarakat bisa berpartisipasi pada lembaga pendidikan tersebut.<sup>12</sup> Aktivitas perencanaan meliputi: mengkaji

---

<sup>11</sup> Nanang Fatah, *Landasan Manajemen Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosakarya, 2011), 71.

<sup>12</sup> Fajri Dwiyama, et al., "Manajemen Humas Membangun Peran Masyarakat pada Lembaga Pendidikan," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 1, No 2, (Februari 2020), 66.

kebijakan yang relevan, menganalisis kondisi lembaga, merumuskan tujuan pengembangan, mengumpulkan data dan informasi, menganalisis data dan informasi, merumuskan dan memilih alternatif program dan menetapkan langkah-langkah kegiatan pelaksanaan. Fungsi pokok dalam proses perencanaan yang dilakukan oleh humas yaitu bertujuan untuk menetapkan apa yang ingin dicapai, bagaimana mencapai, berapa lama, berapa orang yang diperlukan dan berapa jumlah biaya yang dibutuhkan untuk merealisasikan program tersebut.<sup>13</sup>

## 2) Fungsi pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian dapat diartikan sebagai kegiatan untuk membagi tugas-tugas kepada orang yang ikut terlibat dalam proses kerja sama di lembaga pendidikan, yang bertujuan untuk menentukan serta memberikan kejelasan akan melaksanakan pekerjaan atau tugas sesuai dengan prinsip manajemen lembaga pendidikan.<sup>14</sup> Dalam hal ini meliputi kegiatan pembagian tugas kepada masing-masing pihak, membentuk bagian, mendelegasikan tugas, serta menetapkan wewenang dan tanggung jawab, sistem komunikasi, serta koordinator kerja setiap karyawan di dalam suatu tim kerja yang terorganisir dan solid.

## 3) Fungsi pelaksanaan (*actuating*)

Pelaksanaan merupakan suatu fungsi manajemen yang paling utama, jika perencanaan dan pengorganisasian lebih banyak berhubungan dengan aspek-aspek abstrak proses manajemen. Maka fungsi *actuating*

---

<sup>13</sup> Wahyu Wisnu Setiawan, et al., "Manajemen Humas dalam Program Praktik Kerja Industri Jurusan Perhotelan SMK 3 Palangka Raya," *Equity Education Journal (EEJ)* 2 ( Oktober 2021), 134.

<sup>14</sup> Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*: Konsep Fenomena dan Aplikasinya (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2006), 12.

justru malah lebih menekankan pada kegiatan yang berhubungan langsung dengan orang-orang dalam organisasi lembaga pendidikan. Pelaksanaan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan usaha, cara, teknik, dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas dalam bekerja dengan efektif, efisien dan ekonomis. Menurut G.R. Terry yang ditulis oleh Astuti pelaksanaan merupakan usaha menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa sehingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran perusahaan tersebut.<sup>15</sup>

#### 4) Fungsi pengawasan (*controlling*)

Pengawasan merupakan suatu proses pengamatan dari pelaksanaan seluruh kegiatan suatu organisasi atau lembaga yang bertujuan untuk memberikan petunjuk kepada para pelaksana di lapangan agar selalu bertindak sesuai dengan rencana yang telah dibuat serta akan menjadi acuan program selanjutnya untuk lebih baik lagi.<sup>16</sup> Mengutip dari Sarinah pengawasan adalah proses mengamati secara terus menerus pelaksanaan kegiatan sesuai dengan rencana kerja yang sudah disusun dan mengadakan koreksi jika terjadi kesalahan.<sup>17</sup> Pengawasan dilakukan untuk memastikan semua kegiatan sekolah berjalan sesuai dengan perencanaan.<sup>18</sup> Dengan adanya fungsi manajemen pengawasan

---

<sup>15</sup> Astuti, *Manajemen Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat*, Sumatera (Gunadarma Ilmu, 2018), 24.

<sup>16</sup> Vitri Yuniarti, "Aplikasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MAN Malang," *Sinteks Jurnal Teknik*, Vol. 1 No.1 (2016), 10–11.

<sup>17</sup> Rizka putri Indahningrum et al., "Manajemen POAC Wakaf di Indonesia," *Jurnal Zakat dan Wakaf*, Vol. 7, No. 2 (2020), 121.

<sup>18</sup> Wilis Werdiningsih, "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Peran Komite Sekolah di PAUD Sabila Ponorogo," *Al-Idaroh: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 4, No. 1 (Maret 2020), 120.

diharapkan dapat memantau bagaimana proses pelaksanaan, tingkat keberhasilan dan mengevaluasi hal apa yang menjadi penghambat dalam melaksanakan suatu program di organisasi atau lembaga pendidikan. Suatu program dapat dikatakan berhasil apabila program tersebut berjalan sesuai dengan tujuan awal, sasaran target dalam program tersebut tepat, dan program tersebut selesai tepat waktu.<sup>19</sup> Evaluasi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan yaitu dengan dua cara *face to face* pada saat kegiatan berlangsung dan forum rapat bersama yang bertujuan untuk menghasilkan suatu kesimpulan dari hasil analisis.<sup>20</sup> Di samping hal tersebut terdapat beberapa metode penilaian guna menilai suatu pelaksanaan program humas yang dilaksanakan pada suatu lembaga pendidikan, diantaranya adalah:<sup>21</sup>

a) Observasi

Penilaian melalui observasi ini membutuhkan pedoman karena dilakukan secara tidak formal untuk melihat pengaruh-pengaruh program-program hubungan masyarakat yang sedang dilaksanakan. Pengukuran melalui program ini memang sulit, tapi dapat dilihat antara lain dari perubahan sikap guru-guru, pegawai, wali murid, masyarakat sekitar sekolah, sikap murid, hubungan kemanusiaan mereka, adanya minat dari guru untuk memikirkan kesejahteraan peserta didik, dan lain sebagainya. Guru-guru berpartisipasi dalam

---

<sup>19</sup> Tuginem, *Otomatisasi dan Tata Kelola Humas dan Keprotokolan* (Jakarta: Ikapi, 2019), 295.

<sup>20</sup> Nina Fatimah, "Peran Manajerial Kepala Sekolah, Etos Kerja Guru dan Fasilitas dalam Mengembangkan Keefektifan Pembelajaran Daring," *Jurnal Syntax Transformation*, Vol 2, No.11 (November 2021), 1641.

<sup>21</sup> Sri Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Sekolah Secara Mandiri* (Yogyakarta: Arruz Media, 2016), 313-315.

kehidupan masyarakat, kesediaan orang tua siswa atau pimpinan masyarakat untuk mendiskusikan masalah pendidikan dengan pimpinan sekolah atau guru-guru, pendapat-pendapat umum dari masyarakat tentang sekolah tersebut, dan sebagainya.

b) Perekaman

Dengan merekam komentar-komentar, saran-saran, dan opini warga masyarakat, baik dari anggota staf murid maupun dari orang tua murid dan tokoh masyarakat merupakan metode yang efektif untuk melihat keefektifan program tersebut. Perekaman ini telah banyak dilakukan berbagai lembaga pendidikan yang dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang memadai apakah bersifat tatap muka langsung atau tidak langsung, misalnya melalui *tape recorder*, stasiun radio dan lain sebagainya. Contoh dalam metode perekaman ini adalah dengan pemanfaatan stasiun radio yang berada pada lembaga pendidikan dengan cara membuka online saran dan kritik terhadap lembaga pendidikan yang ada melalui acara khusus yang disiarkan langsung oleh lembaga pendidikan yang bersangkutan dengan melibatkan unsur-unsur pendidikan yang ada.

c) Penelitian melalui telepon

Melalui penelitian atau pelacakan dengan telepon, dapat melihat bagaimana pendapat orang tua murid atau masyarakat terhadap program sekolah, program TV sekolah, artikel-artikel, cerita-cerita dalam surat kabar sekolah atau majalah sekolah dan sebagainya. Pengambilan sampel dalam pelacakan ini dilakukan secara acak.

d) Panel

Metode ini adalah suatu metode yang sering dilakukan oleh berbagai lembaga pendidikan dalam upaya untuk memecahkan berbagai problematika yang melilit di sekolah untuk kemudian didiskusikan dengan para wali murid, alumni, dan masyarakat dalam upaya mencari penyelesaian masalah. Melalui metode ini, dapat diperoleh pendalaman pendapat dari pengikut panel tentang keefektifan program yang telah dilakukan oleh sekolah.

e) Kuesioner

Metode ini berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada wali murid dan masyarakat dalam kaitannya dengan berbagai kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan oleh sekolah atau berupa penawaran kegiatan yang akan dilaksanakan. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan dari sekolah selama ini. Kuesioner ini dibuat praktis dan mudah diisi oleh mereka sehingga mereka cepat mengisinya. Kuesioner ini diberikan kepada orang tua wali murid atau masyarakat yang hadir pada suatu kegiatan-kegiatan khusus diadakan oleh sekolah.

f) Pol pendapat

Pelaksanaan metode ini dengan melalui wawancara langsung kepada responden dari suatu sampel yang diambil secara acak. Metode ini sangat baik karena mereka akan terbuka untuk memberi opini tentang pelaksanaan program tersebut.

Dari beberapa pemaparan fungsi manajemen di atas dapat dipahami bahwa untuk dapat melaksanakan suatu program-program atau kegiatan manajemen humas diperlukan adanya komunikasi yang baik, matang, efektif, efisien dan dilakukan secara berkesinambungan. Hal tersebut dilakukan supaya apa yang menjadi tujuan dari suatu organisasi atau lembaga bisa tercapai melalui strategi yang telah ditetapkan.

c. Tujuan Manajemen Humas

Rahmat menjelaskan tujuan utama dari humas adalah menciptakan, mempertahankan, dan melindungi reputasi organisasi atau perusahaan, menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen atau pelanggan lebih sering melakukan *buying decision* atau keputusan pembelian berdasarkan citra organisasi atau lembaga.

Adapun tujuan manajemen humas sekolah dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>22</sup>

- 1) Mengenalkan pentingnya sekolah bagi masyarakat. Dalam hal ini dapat dilakukan oleh humas yaitu dengan mengenalkan tujuan sekolah, menginformasikan program-program yang ada disekolah serta kepentingan dari sekolah tersebut.
- 2) Mendapatkan dukungan serta bantuan moral maupun finansial yang diperlukan untuk pengembangan sekolah. Adanya pengenalan pentingnya sekolah kepada masyarakat diharapkan muncul bentuk dukungan yang diberikan masyarakat kepada pihak sekolah

---

<sup>22</sup> Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan* (Yogyakarta: Arruz Media, 2009), 212 .

- 3) Memperkaya atau memperluas program sekolah sesuai dengan pengembangan dan kebutuhan masyarakat. Hal ini dilakukan supaya tidak ketinggalan zaman dan dapat mengikuti kondisi yang ada di masyarakat.
- 4) Memberikan informasi kepada masyarakat tentang inti dan pelaksanaan program sekolah. Hal ini bertujuan supaya masyarakat mengetahui program-program apa saja yang dilaksanakan oleh sekolah.
- 5) Mengembangkan kerja sama yang lebih erat antara keluarga dan sekolah dalam mendidik anak-anak. Karena pada dasarnya keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam menyukseskan proses pembelajaran yang ada di sekolah.

d. Tugas dan Kewajiban Humas

Humas sebagai salah satu manajemen pendidikan, yang jelas memiliki *job description* yang harus dilakukan dalam mencapai tujuan bersama. Adapun tugas dan kewajiban utama humas adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>

- 1) Menyampaikan informasi dari sekolah secara lisan, tertulis atau visual kepada publiknya, sehingga masyarakat memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi sekolah, tugas dan kegiatannya.
- 2) Mengadakan studi dan analisis atas reaksi serta tanggapan publik terhadap kebijakan dan langkah tindakan sekolah, termasuk segala macam pendapat publik yang mempengaruhi sekolah, memberikan informasi kepada pejabat tentang publik *acceptance* (penerimaan) atau *non acceptance* atas cara-cara dan pelayanan sekolah kepada masyarakat.

---

<sup>23</sup> Slamet Mulyadi, *Manajemen Humas dan Publik Opinion Building* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), 32.

- 3) Menyampaikan fakta-fakta dan pendapat kepada para pelaksana tugas guna membantu mereka dalam memberikan pelayanan yang mengesankan dan memuaskan publik.

e. Peran Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan

Adapun menurut Ismi Noerul Izzah dan Atiqullah menyebutkan bahwa peran humas pada lembaga pendidikan ada 5 yaitu:<sup>24</sup>

- 1) Menjalin hubungan yang harmonis kepada publik internal serta hubungan kepada publik eksternal.
- 2) Sebagai fasilitator dan teknisi komunikasi. Peran humas selain membina hubungan baik juga berperan sebagai pusat penyebaran informasi dan publikasi kegiatan sekolah.
- 3) Sebagai penasehat ahli yaitu, mengelola opini negatif yang bisa merusak reputasi
- 4) Humas berperan mempertahankan citra dan reputasi.
- 5) Membina kerja sama dengan pihak lain seperti masyarakat, wali santri, sekolah lain, dan instansi pelatihan.

Berdasarkan pemaparan di atas menunjukkan bahwa humas sangat berperan penting untuk dapat menciptakan citra positif suatu lembaga pendidikan agar dapat menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di lembaga pendidikan tersebut serta memberikan dukungan secara sukarela.

---

<sup>24</sup> Arif Wicaksana, "Peranan Strategis Humas dalam Mempertahankan Image dan Reputasi SD Plus Hikmah Pamekasan," *Jurnal Of Islamic Education Management*, Vol 2, No.1 (2016), 177.

f. Promosi di Lembaga Pendidikan

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Promosi didefinisikan sebagai kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan pameran, periklanan, demonstrasi dan usaha lain yang bersifat persuasif. Pengertian promosi menurut karangan Fandy Tjiptono dalam karangan buku strategi pemasaran adalah bentuk dari komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas menyebarkan informasi, memengaruhi, membujuk dan mengingatkan sasaran pasar agar konsumen bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Secara keseluruhan dapat dipahami bahwa promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi konsumen sehingga konsumen mengambil tindakan transaksi pembelian pada produk dan jasa yang dipromosikan.<sup>25</sup>

Menurut Ahmad Sofar Anshor pengertian promosi sekolah adalah usaha memperkenalkan sekolah dalam rangka memasarkan sekolah.<sup>26</sup> Usaha pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya 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 (*demand*), produk (barang, jasa dan gagasan), nilai, biaya, kepuasan, pertukaran, dan transaksi, hubungan dan jaringan, pasar, serta pemasar dan prospek. Kunci konsep

---

<sup>25</sup> Sani Hasanah, *My Passion My Business* (Jakarta:Buana Ilmu Populer, 2021), 35.

<sup>26</sup> Ahmad Sofan Anshor, "Pengaruh Kualitas Pendidikan dan Promosi Terhadap Perolehan Jumlah Siswa pada Sekolah Menengah Atas Swasta Maarif Kota Cilegon Banten," *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 1, No. 02 (2018), 324.

pemasaran dalam mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif dari pada pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Terdapat empat pilar konsep pemasaran di antaranya yaitu pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu dan profitabilitas.

Setiap alat promosi memiliki karakteristik dan biaya tersendiri, sekolah harus memiliki pemahaman terhadap karakteristik ini. Periklanan adalah suatu cara promosi secara umum. Kotler Menerangkan alat promosi terdiri dari, (1) periklanan, (2) promosi penjualan, (3) hubungan masyarakat dan publitas, (4) pemasaran langsung, (5) penjualan personal. Promosi penjualan memanfaatkan komunikasi *intensif* dan ajakan. Daya tarik hubungan masyarakat dan publitas didasarkan pada *kredibilitas* tinggi, kemampuan menangkap pembeli yang tidak menduga dan dramatis.<sup>27</sup>

Dalam kaitannya dengan pendidikan, jasa merupakan seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya. 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 kompleks, yang

---

<sup>27</sup> Ansor, *Pengaruh Kualitas Pendidikan dan Promosi Terhadap Perolehan Jumlah Siswa pada Sekolah Menengah Atas Swasta Maarif Kota Cilegon Banten*, 325.

dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, hasil pendidikan mengacu jauh ke depan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus keilmuan di masa yang akan datang.<sup>28</sup>

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 terikat, dibaurkan, diorganisir, dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>29</sup>

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 sekolah dengan pelanggan jasa pendidikan, tetapi juga sebagai alat untuk mempengaruhi pelanggan jasa pendidikan pada kegiatan pembelian atau pengguna jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.<sup>30</sup> Menurut Lovelock yang dikutip oleh Luqyana Karim bauran promosi jasa pendidikan dapat dibagi menjadi 6

---

<sup>28</sup> Imam Faizin, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah,” *Jurnal Madaniyah*, Vol.7, No. 2 (Agustus 2017), 264–265.

<sup>29</sup> Imam Faizin, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*, 266.

<sup>30</sup> Moch. Kafidz Fuad Raya, “Marketing Jasa di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran dalam Pendidikan),” *Jurnal Falasifat*, Vol. 7, No. 1 (Maret 2016), 46.

yaitu, (1) komunikasi pribadi, (2) pihak pemasar, (3) promosi penjualan, (4) publitas/humas.<sup>31</sup>

Pada dasarnya promosi merupakan bentuk dari komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, atau mengingatkan pasar tentang produk dan hasil yang di keluarkan oleh sebuah organisasi atau perusahaan, promosi jasa pendidikan mengacu pada tugas untuk menginformasikan dan meyakinkan pasar pendidikan untuk memilih produk pendidikan yang ditawarkan.<sup>32</sup> Tujuan dari komunikasi promosi sendiri adalah; (1) menginformasikan (*informing*), (2) membujuk (*persuading*), (3) mengingatkan (*reminding*), (4) membangun kesadaran masyarakat (*buildcommunity awareness*), (5) membangun serta memelihara seluruh citra dan reputasi lembaga pendidikan, (6) menghilangkan kesalahpahaman yang dirasakan oleh pelanggan jasa pendidikan.<sup>33</sup>

#### g. Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru

Strategi pemasaran merupakan rancangan strategis yang mengacu pada penciptaan, penawaran serta penukaran produk baik barang atau jasa kepada pihak lain.<sup>34</sup> Menurut Kertajaya yang dikutip oleh Chusnul Chatimah, pemasaran bertujuan untuk memenangkan *mind share* dari masyarakat.

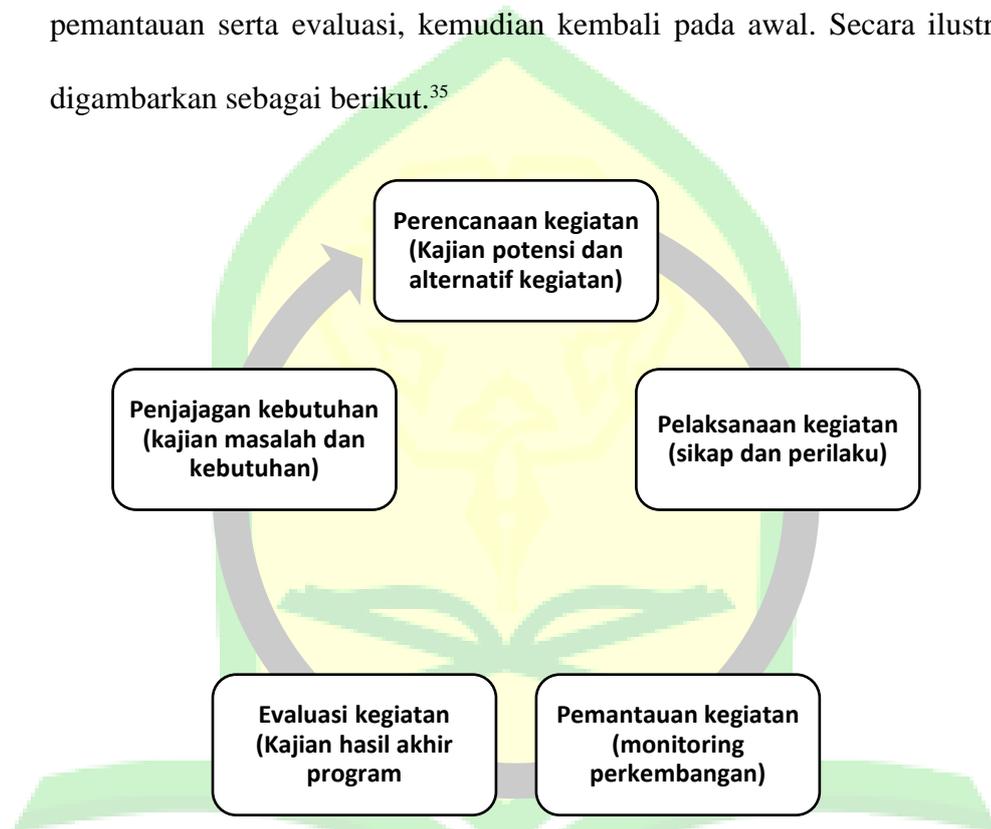
<sup>31</sup> Lugyana Karim dan AB. Musyafa' Fathoni, "Strategi Promosi Madrasah Ibtidaiyah," *Edumanagerial*, Vol. 1, No. 2 (2022), 213.

<sup>32</sup>Raya, *Marketing Jasa di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran dalam Pendidikan)*, 46.

<sup>33</sup>Raya, *Marketing Jasa di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran dalam Pendidikan)*, 47.

<sup>34</sup> Iffah Af'idah dan Asep Kurniawan, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat," *Ejournal.Unhasy.Ac.Id*, Vol. 01, No. 1 (2020), 1422.

Proses perencanaan dan strategi program humas dapat dikatakan sebagai proses daur ulang. Proses tersebut tidak akan pernah berhenti dan terus menerus diperbaharui yang dimulai dari pengenalan kebutuhan (*need assessment*), kemudian diikuti perencanaan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, pemantauan serta evaluasi, kemudian kembali pada awal. Secara ilustratif digambarkan sebagai berikut.<sup>35</sup>



**Gambar 2.2. Siklus Proses Perencanaan dan Strategi Program Humas**

Menurut Irianto yang dikutip oleh Adita Fradito menyatakan bahwa dalam bidang pendidikan diperlukan dua konsep strategi pemasaran yang dipertimbangkan, yaitu: (1) *detensive competence*, yaitu tindakan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dari pesaing, (2) *comperative advantage*, yaitu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh lembaga pendidikan agar lebih unggul

<sup>35</sup> Sri Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Sekolah secara Mandiri*, (Yogyakarta : Arruz Media, 2016), 294.

dibandingkan dengan pesaingnya, melalui strategi *differensiasi* yaitu keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan.<sup>36</sup>

Salah satu strategi pemasaran adalah dengan teknik promosi. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Hal ini dilakukan yang pertama adalah penyebaran kepada internal sekolah seperti guru dan siswa, yang kedua penyebaran eksternal di luar sekolah atau kepala masyarakat umum. Teknik promosi yang paling menjamin adalah berita dari mulut ke mulut baik orang tua siswa atau siswa selaku pengguna jasa pendidikan.<sup>37</sup> Dalam teori memang pada dasarnya promosi memegang peran terbaik dalam meningkatkan jumlah penjualan, akan tetapi promosi dalam produk jasa tidak memegang peranan penting bahkan dapat berakibat sebaliknya menjadi *boomerang*. Artinya lembaga yang hanya menonjolkan promosi saja tanpa adanya strategi yang lain mengalami penurunan minat. Oleh karena itu, di samping teknik promosi dengan brosur, juga menjadikan layanan terbaik kepada siswa, sebagai trik promosi sendiri sehingga siswa dan orang tua siswa akan merasa puas dan dengan sendirinya bercerita mulut ke mulut dengan orang tua lainnya.

Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik bisa dilakukan dengan dua cara yaitu: (1) Promosi ketika penerimaan peserta didik baru, dan promosi di luar penerimaan peserta didik baru, ini bisa dilakukan pada tahun pertama dan kedua saja seperti penyebaran

---

<sup>36</sup> Aditia Fradito, Suti'ah, dan Muliyadi, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah," *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam*, Vol 10, No. 1 (2020), 18.

<sup>37</sup> Fradito, Suti'ah, dan Muliyadi, *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah*, 18.

pamflet, banner, brosur hingga sosialisasi ke lembaga pendidikan, (2) Promosi di luar penerimaan peserta didik baru seperti menyebarkan seluruh kegiatan-kegiatan ke media sosial, tidak hanya itu pelayanan yang terbaik dalam proses pembelajaran juga menjadikan hal yang sangat penting dalam strategi lembaga pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru.<sup>38</sup>

## 2. Minat Peserta Didik

### a) Pengertian Minat

Minat menurut bahasa (*etimologi*) ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari dan mencari sesuatu. Sedangkan secara (*terminologi*), minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap sesuatu hal. Menurut Higlar minat adalah suatu proses yang tetap memperhatikan dan memfokuskan diri pada sesuatu yang diminatinya dengan perasaan senang dan rasa puas.<sup>39</sup>

Selain itu menurut Kamisa yang dikutip oleh Trygu minat adalah kehendak, keinginan atau kesukaan.<sup>40</sup> Sehingga minat bukan hanya berarti keinginan saja, melainkan juga berarti kehendak dan kesukaan. Minat adalah ketertarikan dimana dikatakan oleh Gie bahwa minat menunjukkan kondisi sibuk, tertarik atau terlibat sepenuhnya dalam suatu kegiatan karena menyadari pentingnya kegiatan tersebut.

Sebagaimana menurut Slamet yang dikutip oleh Afiatin Nisa minat adalah kecenderungan untuk tetap memperhatikan dan mengenang beberapa

---

<sup>38</sup> Chusnul Chatimah, *Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan dengan Masyarakat* (Tulungagung: IAIN Tulungagung Press, 2017), 98.

<sup>39</sup> Yayat Suharyat, *Hubungan antara Sikap, Minat dan Perilaku Manusia* (Bekasi :UNISMA Press, 2009), 3.

<sup>40</sup> Trygu, *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika* (Bogor: Guepedia, 2021), 16.

kegiatan. Kegiatan yang diminati diperhatikan terus menerus disertai rasa senang dan puas.<sup>41</sup> Minat adalah suatu rasa suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan oleh peneliti pengertian minat adalah kemauan atau keinginan pada sesuatu yang diminatinya dengan perasaan senang dan rasa puas.

#### b) Faktor yang Mempengaruhi Minat

Dari pengertian minat yang dibahas di atas. Adapun faktor yang mempengaruhi minat menurut Reber antara lain:<sup>42</sup>

- 1) Faktor internal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari dalam diri seseorang. Faktor internal adalah pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan.
- 2) Faktor eksternal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari luar diri, seperti keluarga, rekan tersedia sarana dan prasarana atau fasilitas dan keadaan.

Crow dan Cow menyebutkan ada 3 aspek minat diri seseorang:

- (1) Dorongan diri dalam untuk memenuhi kebutuhan diri sebagai penggerak untuk melakukan sesuatu.
- (2) Kebutuhan untuk berhubungan dengan lingkungan sosialnya yang akan menentukan posisi individu dan lingkungan.
- (3) Perasaan individu terhadap suatu pekerjaan yang dilakukan.

---

<sup>41</sup> Afiatin Nisa, "Pengaruh Perhatian Orang Tua dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial," *Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan*, Vol 2, No. 1 (Maret 2015), 5.

<sup>42</sup> Iin Soraya, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City," *Jurnal Komunikasi*, Vol 6, No. 1 (Maret 2015), 12.

Menurut Nova Lintya Prahastiwi untuk menarik minat calon peserta didik baru adalah dengan promosi.<sup>43</sup> Strategi promosi yang baik dapat memberikan dampak terhadap minat siswa untuk mendaftarkan diri di sekolah. Apalagi bagi sekolah yang baru tentunya sangatlah penting guna menarik minat calon peserta didik baru. Maka dari itu sekolah atau lembaga pendidikan harus melakukan promosi agar minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di lembaga pendidikan tersebut meningkat secara signifikan.

### 3. Penerimaan Calon Peserta Didik Baru

#### a. Pengertian Penerimaan Calon Peserta Didik Baru

Menurut Ramdhani yang dikutip oleh Yusti Farlina penerimaan peserta didik baru merupakan kegiatan suatu instansi pendidikan yaitu dimana sekolah melakukan penerimaan peserta didik baru. Peserta didik baru yang lolos harus memenuhi kriteria yang ditentukan oleh sekolah melalui tahapan pengumuman penerimaan peserta didik baru.<sup>44</sup> Dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 40 tahun 2019, Bab I Pasal 2 tentang penerimaan peserta didik baru pada TK, SD, SMP, SMA dan SMK atau sederajat PPDB dilakukan berdasarkan: (a) nondiskriminatif, (2) objektif, (3) transparan, (4) akuntabel, (5) berkeadilan.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Nova Lintya Prahastiwi, "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Minat Peserta Didik Baru di SMKN 5 Bojonegoro," *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Vol 1, No. 1 (2020), 3.

<sup>44</sup> Yusti Farlina dan Jamal Maulana Hudin, "Kajian Kepuasan Pengguna Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Online," *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, Vol 2, No. 2 (2017), 48.

<sup>45</sup> Taufik Hidayat, Mahmudin Muttaqin, dan Djamaludin Djamaludin, "Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru Online Berbasis Website Di Yayasan Pendidikan Arya Jaya Sentika," *Komputika : Jurnal Sistem Komputer*, Vol 9, No. 1 (April 2020), 8.

Penerimaan peserta didik baru merupakan gerbang awal yang harus dilalui oleh peserta didik dan sekolah yang didalamnya penyaringan objek-objek pendidikan. Peristiwa ini penting bagi sekolah karena peristiwa ini sebagai titik awal dalam penentuan kelancaran tugas suatu sekolah. Kesalahan dalam PPDB dapat menentukan sukses tidaknya usaha pendidikan di sekolah yang bersangkutan.<sup>46</sup>

Dengan pengertian di atas, PPDB 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.<sup>47</sup>

#### b. Kriteria Penerimaan Calon Peserta Didik Baru

Menurut Prihatin yang dikutip oleh Widya kriteria penerimaan peserta didik baru adalah patokan-patokan yang menentukan bisa atau tidaknya seseorang untuk diterima sebagai peserta didik. Terdapat tiga macam kriteria dalam penerimaan peserta didik baru yaitu; (1) kriteria acuan patokan (*standard criteriaan referenced*), suatu penerimaan peserta didik yang didasarkan pada patokan atau acuan yang telah dibuat sebelumnya. Jadi jika calon peserta didik yang telah mengikuti seleksi memenuhi patokan minimal yang sudah ditentukan oleh sekolah maka harus di terima, sebaliknya jika kurang memenuhi patokan akan ditolak atau tidak diterima,

---

<sup>46</sup> Sarwindah, "Sistem Pendaftaran Siswa Baru pada SMP N 1 Kelapa Berbasis Web Menggunakan Model UML," *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, Vol 7, No. 2 (September 2018), 110.

<sup>47</sup> Ramadhani Ansar dan Wahed, "Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online di Smk Negeri 6 Makassar.," *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*, Vol. 4, No. 1, (2019), 65.

(2) kriteria acuan norma (*norm creterain referenced*), dalam hal ini sekolah menetapkan kriteria penerimaan berdasarkan prestasi peserta didik, (3) kriteria yang didasarkan atas daya tampung, setelah sekolah menentukan kemudian merangking mulai dari yang berprestasi paling tinggi sampai dengan paling rendah, peserta didik yang di terima dilakukan dengan cara mengurutkan dari atas ke bawah sampai daya tampung terpenuhi.<sup>48</sup>

#### c. Prosedur Penerimaan Calon Peserta Didik Baru

Menurut Imron yang dikutip oleh Nurdian Ramdhani Ansar, Rahmawati T dan Andi Wahied, 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 dan regrestrasi peserta didik baru yang diterima. Dalam Permendikbud Nomor 51 Tahun 2018 pasal 16 ayat 2 dinyatakan bahwa sasaran dari penerimaan peserta didik baru adalah pelaksanaan PPDB yang dilaksanakan dengan: (1) objektivitas, artinya bahwa penerimaan peserta didik, baik peserta didik baru maupun pindahan harus memenuhi ketentuan umum yang diatur dalam keputusan menteri ini, (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, (3) akuntabilitas, artinya penerimaan peserta didik dapat dipertanggung jawabkan kepada masyarakat, baik prosedur maupun hasilnya, (4) tidak

---

<sup>48</sup> Widya Astuti Permana, "Manajemen Rekrutmen Peserta Didik dalam Meningkatkan Mutu Lulusan," *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, Vol 5, No. 1 (Juni 2020), 91 .

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.<sup>49</sup>

## B. Kajian Penelitian Terdahulu

Adanya proses dan hasil pelaksanaan penelitian diperkuat dengan adanya kajian penelitian terdahulu yang relevan guna memperkokoh orisinalitas penelitian ini. Ada sejumlah hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis ini di antaranya yaitu:

Pertama, Penelitian yang dilakukan Suci Haryati dengan judul *Manajemen Humas dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTS Islamiyah Bolongkut Kecamatan Mebau Kabupaten Labuhanbatu Utara*.<sup>50</sup> Penelitian ini mengkaji tentang manajemen humas dalam menarik calon peserta didik baru di MTS Islamiyah Bolongkut kecamatan Mebau kabupaten Labuhanbatu Utara, penelitian ini dilakukan pada tahun 2020 menggunakan data kualitatif dengan fokus pembahasan terkait manajemen humas dalam menarik calon peserta didik baru. Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan:

1. Langkah-langkah dalam pelaksanaan penerapan manajemen humas, di antaranya yaitu menentukan masalah (*defining the problem*), perencanaan dan penyusunan program (*planning and programming*), melakukan tindakan dan komunikasi (*taking action and communicating*), dan yang terakhir adalah evaluasi program (*evaluating the program*). Sehingga metode dan semua

---

<sup>49</sup> Ramadhani Ansar dan Wahed, "Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online di Smk Negeri 6 Makassar," *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*, Vol.4, No.1, 67.

<sup>50</sup> Suci Haryati, "Manajemen Humas dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTS Islamiyah Bolongkut Kecamatan Mebau Kabupaten Labuhanbatu Utara," (Skripsi, UIN Sumatera Utara: Medan, 2020), 140-146.

program madrasah juga dapat berjalan lebih efektif dan efisien serta dapat diketahui tingkat keberhasilan dan mengetahui bagian-bagian mana yang perlu diperbaiki.

2. Metode-metode yang digunakan dalam manajemen humas untuk menarik peserta didik antara lain laporan orang tua, majalah dan surat kabar sekolah, pameran sekolah, *open house*, kunjungan orang tua peserta didik ke sekolah, laporan tahunan, organisasi perkumpulan alumni, kegiatan ekstrakurikuler.

Berdasarkan deskripsi tersebut, terdapat sejumlah perbedaan dan persamaan antara peneliti terdahulu tersebut dengan penelitian penulisan ini, yaitu *pertama*, dari segi perbedaan penelitian memfokuskan pada implementasi metode yang digunakan manajemen humas untuk menarik peserta didik sedangkan penulis menekankan pada manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru. *Kedua*, dari segi persamaan sama-sama memfokuskan pada manajemen humas dalam meningkatkan minat peserta didik baru.

Kedua, Penelitian yang dilakukan Kartini dengan judul *Pelaksanaan Manajemen Humas dalam Mempromosikan SMP 10 Palembang*.<sup>51</sup> Penelitian ini mengkaji tentang pelaksanaan manajemen humas dalam promosi di SMP 10 Palembang, penelitian ini dilakukan pada tahun 2018 menggunakan data kualitatif dengan fokus pembahasan terkait pelaksanaan manajemen humas dalam kegiatan promosi. Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan:

1. Kunci dalam proses pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan SMP 10 Palembang yaitu adanya partisipasi semua pihak, komunikasi efektif

---

<sup>51</sup> Kartini, "Manajemen Humas dalam Mempromosikan SMP 10 Palembang," (Skripsi, Universitas Islam Negeri Radene Fatah Palembang, 2018), 12-17.

dan evaluasi di setiap akhir pelaksanaan humas dengan cara pertemuan atau rapat rutin, kegiatan ini dilakukan untuk melihat sebatas mana tingkat keberhasilan dan kesalahan yang terjadi selama pelaksanaan humas.

2. Faktor yang mempengaruhi pelaksanaan 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 sekolah yang strategis. Sedangkan faktor penghambat pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang adalah sumber daya manusia yang terlibat dari keterbatasan jumlah karyawan staf humas, orang tua/wali murid.

Dari deskripsi tersebut, terdapat sejumlah perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian penulisan ini, yaitu *pertama*, dari segi perbedaan penelitian memfokuskan pada pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang sedangkan penulis menekankan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru. *Kedua*, dari segi persamaan sama-sama memfokuskan manajemen kehumasan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan Luqyana Karim dengan judul “*Strategi Promosi Madrasah Ibtidaiyah Ma’arif Panjeng Jenangan Ponorogo dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan*”.<sup>52</sup> Penelitian ini mengkaji tentang strategi promosi yang dilakukan di MI Ma’arif Jenangan

---

<sup>52</sup> Luqyana Karim, “Strategi Promosi Madrasah Ibtidaiyah Ma’arif (MI) Panjeng Jenangan Ponorogo dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan,” (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2022), 22-27.

Ponorogo, penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 menggunakan data kualitatif dengan fokus pembahasan terkait strategi promosi dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan:

1. Dalam strategi promosi terdapat beberapa tahapan dalam penentuan target market yang dilakukan oleh MI Ma'arif Panjeng Jenangan yaitu: (1) *Segmentasi* (pendekatan pemasaran tanpa pembedaan/*diferensiasi*), (2) Menganalisis perilaku konsumen (yang terdiri dari faktor sosial dan psikologis), (3) Menetapkan *positioning* (memiliki brand "bersertifikasi ummi), (4) Serta menetapkan *diferensiasi* (mengaji dengan menggunakan metode ummi dimana setelah mengkhatamkan sampai jus 30 mendapatkan sertifikat ummi).
2. Bauran promosi yang diterapkan oleh MI Ma'arif Panjeng Jenangan dalam meningkatkan minat masyarakat yaitu periklanan media sosial yang meliputi facebook, instgram, website dan youtube. Komunikasi personal yang dilakukan dengan melakukan sosialisasi ke lembaga pendidikan.
3. Dampak penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh MI Ma'arif Panjeng Jenangan yaitu terciptanya citra positif oleh masyarakat sehingga berdampak pada bertambahnya jumlah peserta didik baru.

Berdasarkan deskripsi tersebut, terdapat sejumlah perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian penulisan ini, yaitu *pertama*, dari segi perbedaan penelitian memfokuskan pada strategi promosi dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan sedangkan penulis menekankan pada manajemen humas dalam meningkatkan minat calon

peserta didik baru. *Kedua*, dari segi persamaan sama-sama memfokuskan pada manajemen humas dalam meningkatkan minat peserta didik baru pada lembaga pendidikan madrasah ibtidaiyah (MI).

### **C. Kerangka Pikir**

Kerangka berpikir dari penelitian ini membahas tentang manajemen humas disuatu lembaga pendidikan. Manajemen humas adalah suatu kegiatan yang sangat penting dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat. Apabila manajemen humas di suatu lembaga pendidikan direncanakan dan dilaksanakan dengan baik maka tujuan dari manajemen humas tersebut akan tercapai.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan menggunakan keunikan dalam masyarakat secara menyeluruh, rinci, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan prinsipnya yaitu menerangkan dan mendeskripsikan secara kritis suatu kejadian maupun peristiwa sosial dalam hal ini di dunia pendidikan, untuk mencari dan menemukan makna (*meaning*) dalam konteks yang sesungguhnya (*natural setting*).<sup>1</sup> Pendekatan ini merupakan sebuah cara yang tepat untuk mengungkapkan dan memaknai berbagai kegiatan yang saling berkaitan dan berpengaruh dalam manajemen humas untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun yang berkaitan dengan upaya menganalisis: (a) perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru; (b) pelaksanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru; (c) evaluasi humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru.<sup>2</sup>

Dalam penelitian ini berorientasi pada tujuan untuk memahami karakteristik kelompok secara fokus mendalam, dengan penerapan jenis penelitian lapangan yakni studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian dimana peneliti menggali suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan (program, *event*, proses, institusi atau kelompok sosial) serta mengumpulkan informasi secara rinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama

---

<sup>1</sup> Muri Yusuf, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan* (Jakarta: kencana, 2017), 45.

<sup>2</sup> Farida Nurhaini, *Metode Penelitian Kualitataif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Solo: Cakra Books, 2014), 96.

periode tertentu.<sup>3</sup> Penelitian dilakukan berdasarkan kondisi realistis atau natural setting, sistematis, kompleks dan rinci di suatu lembaga pendidikan. Dengan hasil penelitian berupa data deskriptif, lisan atau kata-kata dari sumber data berupa orang-orang maupun perilaku yang dapat diamati.

Studi kasus dalam penelitian ini adalah kasus manajemen humas dalam meningkatkan dan mempertahankan minat calon peserta didik baru yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan Madiun, dalam menghadapi kondisi persaingan antar lembaga pendidikan untuk mendapatkan calon peserta didik baru yang berkualitas. Manajemen humas merupakan proses dan upaya menyusun rencana yang strategis dan bersifat solutif dalam menghadapi kasus tersebut. penelitian ini dilakukan untuk mengungkapkan suatu keadaan secara rinci dan mendalam, baik mengenai perseorangan secara individual, maupun kelompok lembaga organisasi sekolah. Penelitian ini dilakukan dengan melalui penelitian lapangan (*field research*) dimana untuk mendapatkan data yang akurat dan objektif, maka peneliti datang langsung ke lapangan.<sup>4</sup>

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Menurut Swarna Al Muchtar yang dikutip oleh Heru Nurgiansah mendefinisikan lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian akan dilakukan. Pemilihan lokasi harus didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan

---

<sup>3</sup> Sri Wahyuningsih, *Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi dan Contoh Penelitiannya* (Madura: UTM Press, 2013), 3.

<sup>4</sup> Farida Nurhaini, *Metode Penelitian Kualitataif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, 92.

kemenarikan, keunikan, dan kesesuaian dengan topik yang dipilih.<sup>5</sup> Pada penelitian lapangan ini batas yang ditentukan yakni secara geografis dan demografis di MI Al-Amin Dempelan Madiun yang terletak di kabupaten Madiun, tepatnya berlokasi di Jl. Flamboyan No.3, RT.18 RW.03 Desa Dempelan, Kecamatan Madiun, Kabupaten Madiun, Jawa Timur. Peneliti tertarik mengambil lokasi di MI Al-Amin Dempelan Madiun ini dengan beberapa pertimbangan, yaitu karena MI Al-Amin Dempelan Madiun merupakan madrasah ibtidaiyah yang mengadakan program manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru, serta salah satu madrasah swasta di kabupaten madiun yang letaknya cukup strategis. MI Al-Amin Dempelan Madiun semakin tahun mengalami perkembangan yang cukup signifikan, mulai dari jumlah peserta didik hingga berbagai macam pesertasi yang telah diraih, serta banyaknya kegiatan ekstrakurikuler dan keterampilan-keterampilan yang ada, yang membuat MI Al-Amin Dempelan Madiun semakin dicintai dan diminati oleh banyak masyarakat yang ingin lebih mengenal dan ingin bersekolah di MI Al-Amin Dempelan Madiun. Tidak hanya itu peneliti juga ingin mengetahui tentang manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru serta bagaimana cara mempertahankan *eksistensi* MI Al-Amin Dempelan Madiun di masa perkembangan teknologi informasi.

## 2. Waktu Penelitian

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Novita Sari pada umumnya jangka waktu penelitian kualitatif cukup lama, namun juga jangka penelitian

---

<sup>5</sup> Heru Nurgiansah, "Pengembangan Kesadaran Hukum Berlalu Lintas Siswa Melalui Model Pembelajaran Jurisprudensial dalam Pendidikan Kewarganegaraan," *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, Vol 1 No. 1 (2018),63.

berlangsung dalam waktu pendek. Hal ini didasarkan pada penemuan data apakah bisa mengurai masalah, menemukan makna karena tujuan penelitian kualitatif adalah penemuan.<sup>6</sup>

Kegiatan penelitian ini direncanakan berlangsung selama kurang lebih 5 bulan, yakni berawal dari bulan November 2022 dan berakhir pada bulan Maret 2023 dengan cakupan kegiatan sebagai berikut: (1) penyusunan proposal, (2) Seminar proposal, (3) perbaikan proposal, (4) pengumpulan data, (5) pengelolaan analisis data, (6) penulisan laporan akhir.

### **C. Data dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, ada dua jenis data dan sumber datanya yaitu:<sup>7</sup>

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, baik melalui observasi maupun wawancara kepada responden dan informan. Pada penelitian ini peneliti mencari data dengan menggali informasi secara wawancara mendalam dengan informan yang ada di MI Al-Amin Dempelan Madiun yaitu Kepala MI Al-Amin Dempelan Madiun, Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan MI Al-Amin Dempelan Madiun, Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas MI Al-Amin Dempelan Madiun, Guru MI Al-Amin Dempelan Madiun serta Wali Murid MI Al-Amin Dempelan Madiun.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua, selain dari yang diteliti bertujuan untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Data sekunder dapat juga dikatakan sebagai data pelengkap yang dapat digunakan untuk memperkaya data agar data yang diberikan benar-benar sesuai dengan harapan

---

<sup>6</sup> Siti Mafulah Ifit Novitasari, Liliana Puji Lestari, dan Dedy Wijaya Kusuma, *Metode Penelitian Kualitatif* (Malang: UNISMA Press, 2022), 83.

<sup>7</sup> Samsu, *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian, Kualitatif Kuantitatif, Mixed Methods Serta Research & Development)* (Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA), 2017), 94-95.

peneliti dan mencapai titik jenuh. Artinya data primer yang diperoleh tidak diragukan karena juga didukung oleh data sekunder. Data sekunder pada penelitian ini meliputi: notulensi terkait perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan kegiatan terpenting dalam penelitian, terutama jika peneliti menggunakan metode yang rawan terhadap masuknya unsur subjektif peneliti.<sup>8</sup> Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alami), sumber data primer dan pengumpulan data lebih banyak pada wawancara mendalam dokumentasi dan adanya observasi.<sup>9</sup>

Secara rinci penjelasan mengenai beberapa prosedur pengumpulan data pada penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

##### 1. Wawancara

Menurut Slamet yang dikutip oleh Fandi Rosi Sarwo Edi wawancara adalah cara yang dipakai untuk memperoleh informasi melalui kegiatan interaksi sosial antara peneliti dengan yang diteliti.<sup>10</sup>

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yakni *indepth interview* dengan tujuan memperoleh informasi yang mendalam terkait makna subjektif, pemikiran, perasaan, sikap, pelaku, persepsi, keyakinan, motivasi dll. Data

---

<sup>8</sup> Sandu Sitoyo dan M. Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 75.

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan RD* (Bandung: Alfabeta, 2015), 225.

<sup>10</sup> Fandi Rosi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodignostik* (Yogyakarta: Leutikaprio, 2016), 1.

yang diperoleh yakni data verbal dengan memanfaatkan menulis secara langsung serta memanfaatkan alat perekam (*tape recorder*).<sup>11</sup>

Wawancara awal yang dilakukan secara terstruktur dengan tujuan memperoleh keterangan atau informasi secara detail dan mendalam mengenai pandangan responden tentang manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun. Pihak yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kepala Madrasah MI Al-Amin Dempelan Madiun.
- b. Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan MI Al-Amin Dempelan.
- c. Wakil Kepala Madrasah Bidang Kehumasan MI Al-Amin Dempelan.  
Madiun.
- d. Guru MI Al-Amin Dempelan Madiun.
- e. Wali Murid Kelas 4 MI Al-Amin Dempelan Madiun.

## 2. Observasi

Observasi adalah bagian dari pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan.<sup>12</sup> Dalam Penelitian kualitatif, data tidak akan diperoleh di belakang meja tetapi harus terjun ke lapangan, ke organisasi, dan ke komunitas. Selama dalam proses observasi ini peneliti membuat *field notes* selama dan sesudah proses observasi berkenaan dengan peristiwa dan fenomena penting yang ada dalam konteks penelitian dan subjek penelitian.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Galang Surya Gumilang, "Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan dan Konseling," *Jurnal Fokus Konseling*, Vol 2, No. 2 (Agustus 2016), 154.

<sup>12</sup> J.R Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya* (Jakarta: Grasindo, 2010), 112.

<sup>13</sup> Gumilang, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan dan Konseling*, 154.

Observasi atau pengamatan langsung dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan penelitian. Hal-hal yang diobservasi dalam penelitian ini yaitu media sosial yang digunakan dalam promosi, kegiatan mengaji metode ummi yang dilaksanakan setiap hari dan hal-hal yang berkaitan dengan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.

### 3. Dokumentasi

Menurut Gottschalk yang dikutip oleh Imam Gunawan kata dokumentasi adalah setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambar, atau arkelogis.<sup>14</sup> Dokumen memiliki arti tertulis, di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat dan sebagainya.<sup>15</sup> Tentunya dalam hal ini adalah catatan tertulis yang sering digunakan untuk memperoleh data dokumen tentang manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun terkait proses perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dalam kegiatan PPDB seperti dokumentasi kegiatan ekstrakurikuler MI Al-Amin Dempelan Madiun. Selain itu dokumen berupa gambar atau foto dapat diperoleh dengan mengambil gambar saat pelaksanaan kegiatan baik saat pembelajaran maupun kegiatan ekstrakurikuler serta setiap kegiatan perlombaan yang diikuti hingga memperoleh prestasi.

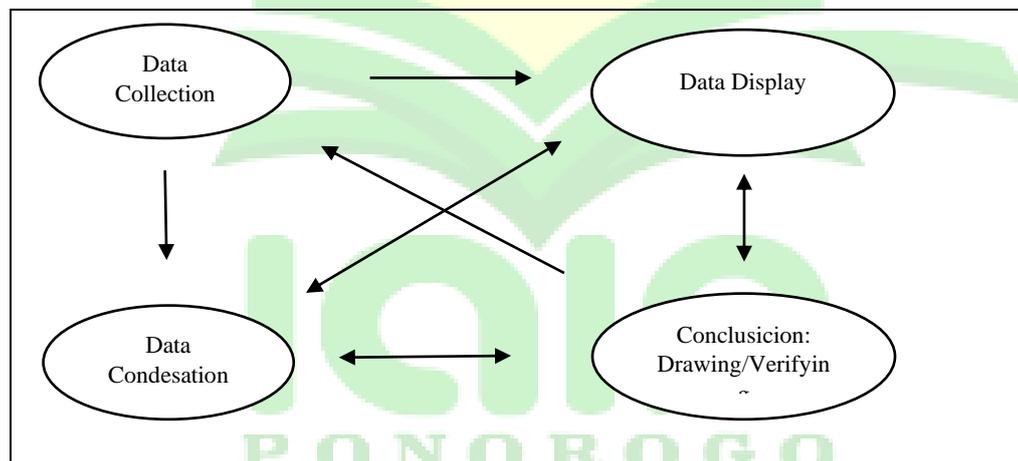
---

<sup>14</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 175.

<sup>15</sup> Mamik, *Metode Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatma, 2015), 97.

## E. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca, diinterpretasikan dan dipahami.<sup>16</sup> Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai pada tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Menurut Milles Huberman dan Saldana dalam buku metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction* (pemilihan data sesuai tema), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verifications* (penarikan kesimpulan / verifikasi).



**Gambar 3.1. Komponen dalam Analisis Data (Interactive Model)**

<sup>16</sup> A Michel Huberman dan Johnny Saldana Miles Metew B, *Qualitative Data Analysis A Methods Sources Edition 3* (Singapore: Sage Publication, 2014), 12-14.

### 1. *Data Condensation* (Kondensasi Data)<sup>17</sup>

Data yang ada mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, dan transformasi data yang dikumpulkan melalui penulisan catatan lapangan, transkrip atau hasil data wawancara, dokumen-dokumen dan bahan empiris lainnya. Dengan proses kondensasi diharapkan data lebih akurat. Hal itu disebabkan pada proses kondensasi data diperoleh berdasarkan penelitian yang dilakukan secara *kontinu* atau terus menerus. Kemudian berbagai data yang diperoleh, dikumpulkan, dianalisis dan dipadatkan untuk menajamkan, memilah, memfokuskan, membuang dan menata data sehingga dapat diverifikasi menjadi kesimpulan akhir. Dalam penelitian kualitatif, data dapat ditransformasikan dalam banyak cara melalui pemilihan, ringkasan dan parafrase. Dalam penelitian ini peneliti akan memahami data terkait proses penerimaan calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun, kemudian menitik fokuskan informasi terhadap proses manajemen humas yang ada di madrasah hingga dapat bertahan dan menjaga *eksistensi* pada perkembangan zaman.

### 2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah kondensasi data tahapan selanjutnya yaitu penyajian data, dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dengan uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Umumnya penyajian data yang digunakan yakni teks yang bersifat naratif. Tujuannya yaitu untuk memudahkan memahami apa yang terjadi serta melanjutkan kerja selanjutnya

---

<sup>17</sup> A Michel Huberman dan Johny Saldana Miles Metew B, *Qualitative Data Analysis A Methods Sources Edition 3* (Singapore: Sage Publication, 2014), 14.

berdasarkan informasi yang telah dipahami. Dalam penelitian ini penyajian data akan dilakukan dengan teks naratif.

### 3. *Drawing and Verifying Conclusions* (Kesimpulan)<sup>18</sup>

Langkah yang berikutnya yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang telah disampaikan di awal masih bersifat sementara, dan akan berubah setelah adanya bukti-bukti yang diperoleh saat pengumpulan data. Namun apabila bukti-bukti yang diperoleh bersifat valid dan terbukti kebenarannya serta sesuai dengan kesimpulan di awal, maka kesimpulan yang dikemukakan bersifat konsisten dan kredibel. Kesimpulan dalam penelitian ini merupakan temuan.

## **F. Pengecekan Keabsahan Data**

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (*validitas*) dan keandalan (*reliabilitas*).<sup>19</sup> Di dalam kegiatan ini peneliti harus mempertegas teknik apa yang digunakan dalam mengadakan pengecekan keabsahan data yang ditemukan. Dalam penelitian ini pengecekan keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

- 1) Peningkatan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat berkesinambungan agar dapat mendeskripsikan data secara lebih akurat dan sistematis terkait penelitian yang dilakukan.<sup>20</sup> Dalam hal ini peneliti membaca referensi buku dan menggunakan dokumentasi-dokumentasi terkait untuk memperluas dan mempertajam penelitian, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang dikemukakan secara benar dan terpercaya.

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan RD*, 252.

<sup>19</sup> Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: PT. Nata Karya, 2019), 272.

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan RD. Metode Penelitian, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan RD*, 272.

- 2) Pendekatan triangulasi yaitu melakukan crosscheck secara mendalam data yang telah dikumpulkan baik data wawancara, antar responden, hasil wawancara dengan observasi serta hasil wawancara dengan kajian teori atau pandangan tokoh-tokoh ahli di bidang penelitian ini.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini triangulasi yang dilakukan ada dua yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya penggunaan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data atau informan yang berbeda-beda untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat maupun valid. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Sehingga data yang diperoleh lebih konsisten, tuntas dan pasti. Triangulasi teknik pengumpulan data yakni dengan menggabungkan antara teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan Triangulasi sumber data yakni dengan menggabungkan data yang diperoleh dari Kepala Madrasah, Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan, dan Wakil Kepala Madrasah Bidang Kehumasan.
- 3) Member check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data.<sup>22</sup> Member check digunakan untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data dan telah disepakati maka data tersebut valid sehingga semakin kredibel atau dipercaya.

### **G. Tahap Penelitian**

Secara umum tahap penelitian kualitatif Menurut Moleong terdapat tiga tahapan yang harus dilakukan oleh peneliti yang perlu dipahami, yaitu:

---

<sup>21</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan RD*, 253-254.

<sup>22</sup> Endang Widi Winarni, *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas (PTK)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 186.

1. Tahap pra lapangan, ada beberapa kegiatan yang harus dilakukan dalam tahap ini, yang pertama peneliti harus menyusun rancangan penelitian. Rancangan penelitian kualitatif paling tidak berisi merumuskan permasalahan, mencari teori yang relevan, memilih lokasi penelitian, menentukan jadwal penelitian, memilih alat penelitian, rancangan pengumpulan data, rancangan analisis data, dan rancangan pengecekan kebenaran data. Kedua, peneliti terlebih dahulu melapor dan memohon izin kepada pimpinan yang ada di lokasi penelitian dengan disertai surat izin penelitian yang selanjutnya mengutarakan maksud dan tujuan peneliti, sekaligus memohon izin sebagai tanda bahwa peneliti benar-benar melakukan penelitian. Ketiga, memilih dan memanfaatkan informan. Informan adalah orang dalam pada latar penelitian, fungsinya sebagai orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.
2. Tahap pekerjaan lapangan, pada tahap awal peneliti memahami situasi dan kondisi lapangan penelitian. Menyesuaikan penampilan fisik serta cara berperilaku peneliti dengan norma-norma, nilai-nilai, kebiasaan, dan adat istiadat tempat penelitian.
3. Tahap analisis data, analisis data dilaksanakan langsung di lapangan bersama-sama dengan pengumpulan data. Menurut Fatchan proses analisis data adalah untuk mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian, sehingga dihasilkan suatu temuan atau simpulan seperti yang disarankan oleh data dan sejalan dengan tujuan penelitian. Jadi, analisis data

bermaksud untuk mengorganisasikan data, mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dengan mengkategorikan data.<sup>23</sup>



---

<sup>23</sup> Nazifah Rahmi Siregar, “Komunikasi Persuasif Da’i dalam Memahami Perbedaan Mahzab Masyarakat di dusun VII desa Bandar Setia kabupaten Serdang,”(Skripsi, UIN Sumatera Utara Medan, 2019), 74-75.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Latar Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya MI Al-Amin Dempelan Madiun

Sejarah berdirinya MI Al-Amin Dempelan berawal dari adanya madrasah diniyah di samping masjid desa Dempelan pada tahun 1969 atas prakarsa bapak Nur Ali (almarhum). Secara geografis bangunannya terletak di tengah-tengah pemukiman penduduk desa Dempelan. Selanjutnya, setelah mengalami perpindahan tempat maka MI Al-Amin Dempelan Madiun berdiri di atas tanah seluas 714 m<sup>2</sup>. Sekarang sudah memiliki tanah lagi yang belum bersertifikat dengan luas 700 m<sup>2</sup>.

Sebagai sebuah lembaga pendidikan dan sub sistem dari pendidikan nasional, MI Al-Amin Dempelan Madiun memiliki tanggung jawab yang cukup berat untuk ikut mencerdaskan dan menanamkan moral serta keimanan dalam kehidupan bangsa dan negara. Dalam melaksanakan tanggungjawabnya tidak sedikit halangan dan rintangan serta masa-masa sulit yang harus dilalui dan dihadapi. Adanya sistem pendidikan yang kurang berpihak pada pendidikan madrasah maupun stigma negatif masyarakat sekitar akan prospek lulusan madrasah yang suram dalam memasuki jenjang pendidikan berikutnya merupakan salah satu contoh rintangan yang ada.

Namun hal tersebut tidaklah dijadikan sebagai halangan melainkan menjadi pompa semangat dan tekad para generasi penerus pendiri MI Al-Amin Dempelan Madiun untuk terus maju dalam menegakkan syi'ar agama Islam serta ikut mencerdaskan kehidupan bangsa. Maka seiring berjalannya waktu

dan terus menerus mengalami perubahan MI Al-Amin Dempelan Madiun mulai mendapatkan perhatian, dukungan serta kepercayaan dari pemerintah dan dukungan dari masyarakat sekitar untuk mendidik putra putri mereka.

Demikian semakin bertambahnya dukungan dan kepercayaan masyarakat berarti semakin besar dan berat pula tuntutan masyarakat terhadap Madrasah Ibtidaiyah Al- Amin Dempelan Madiun. Guna memenuhi tuntutan tersebut maka secara bertahap Madrasah Ibtidaiyah Al- Amin Dempelan Madiun berbenah diri dengan membangun dan melengkapi sarana dan prasarana pendidikan seperti ruang kelas, ruang guru, lapangan olah raga dan sebagainya hingga sekarang. Selanjutnya MI Al- Amin Dempelan Madiun juga melakukan peningkatan SDM tenaga pendidik dan kependidikan melalui workshop, seminar dan lain sebagainya untuk meningkatkan keprofesionalannya.

Semenjak tahun 1969 MI Al-Amin Dempelan Madiun sudah mengalami pergantian Kepala Madrasah sebanyak 5 kali. Adapun Kepala Madrasah dari awal sampai sekarang sebagai berikut: <sup>1</sup>

**Tabel 4.1. Data Kepala Madrasah MI Al-Amin Dempelan Madiun**

No	Nama	Tahun
1	Bapak Isclichan, BA	1969 - 1987
2	Bapak Imam Hadi As'adi	1987 - 2004
3	Bapak Yeni Kriswanto, S.Pd.I	2004 - 2009
4	Bapak Isclichan, BA	2009 - 2011
5	Ibu Kusmiati, S.Pd.I	2011 – Sekarang

## 2. Profil Geografis MI Al-Amin Dempelan Madiun<sup>2</sup>

Nama Lembaga : MI Al-Amin Dempelan

Alamat/Desa : Jl. Falmboyan No.3 Desa Dempelan

<sup>1</sup> Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 01/D/09-I/-2023.

<sup>2</sup> Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 05/D/09-I/-2023.

Kecamatan	: Madiun
Kabupaten	: Madiun
Provinsi	: Jawa Timur
Kode Pos	: 63151
No. Telepon	: (0351) 484420
Nama Yayasan	: Yayasan Pesantren dan Pendidikan Islam Al-Amin
Status Sekolah	: Terakreditasi B
Status Lembaga MI	: Swasta
No. SK Kelembagaan	: 7704 Tahun 2016
Nomor Statistik Madrasah (NSM)	: 1112351
Nomor Induk Sekolah (NIS)	: 60717745
Tahun didirikan/beroperasi	: 1969
Status Tanah	: Milik Sendiri
Luas Tanah	: 1417 m <sup>2</sup>

### 3. Letak Geografis MI Al-Amin Dempelan Madiun

MI Al-Amin Dempelan terletak di jalan Flamboyan No.3 RT 18/RW 03 desa Dempelan kecamatan Madiun kabupaten Madiun, MI Al-Amin Dempelan memiliki lokasi yang strategis, tidak jauh dari perkotaan sehingga sangat mudah dijangkau dari semua kecamatan. MI Al-Amin Dempelan terletak di jalur utama kecamatan Wungu, Madiun, hingga Nglames. Sehingga banyak sekali siswa MI Al-Amin Dempelan yang berasal dari beberapa kecamatan tersebut.

Adapun batas-batas dari lokasi MI Al-Amin Dempelan adalah sebelah utara berbatasan dengan rumah penduduk, sebelah barat berbatasan dengan sawah, sebelah selatan berbatasan dengan masjid, sebelah timur berbatasan dengan rumah penduduk.

#### 4. Visi, Misi dan Tujuan MI Al-Amin Dempelan Madiun

Visi merupakan deskripsi sekaligus cerminan tujuan fundamental bagi keberadaan suatu lembaga. Misi madrasah adalah aspirasi kepala madrasah, wakil kepala madrasah, guru, tenaga kependidikan dan masyarakat madrasah lainnya yang dijadikan fundamental penyelenggaraan program madrasah dengan alasan yang jelas serta konsisten sesuai dengan nilai-nilai madrasah. Sedangkan tujuan merupakan pemberian arahan dengan cara menggambarkan keadaan masa datang yang menghasilkan kesepakatan umum. MI Al-Amin Dempelan Madiun memiliki visi, misi, dan tujuan sebagai berikut:

##### a. Visi MI Al-Amin Dempelan Madiun:

“Unggul dalam Prestasi Berdasarkan Iman dan Taqwa Serta Ramah Lingkungan”

Indikator-indikator Visi sebagai berikut:

- 1) Menjadikan ajaran-ajaran agama dan nilai-nilai Islam sebagai pandangan hidup, sikap hidup keterampilan hidup dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) Terwujudnya peningkatan prestasi akademik.
- 3) Terwujudnya peningkatan prestasi non akademik
- 4) Memiliki lingkungan madrasah yang nyaman dan kondusif untuk belajar.

b. Misi MI Al-Amin Dempelan Madiun

Bertolak pada visi madrasah serta tujuan umum pendidikan dasar, misi madrasah sebagai berikut:

- 1) Membekali siswa dengan keimanan, ketakwaan dan akhlaqul karimah.
- 2) Mencetak lulusan yang terampil melaksanakan sholat lima waktu dan membaca Al-Qur'an dengan tartil.
- 3) Meningkatkan kompetensi guru dan pegawai yang amanah dan profesional dalam pembelajaran yang berkarakter.
- 4) Melaksanakan proses pembelajaran yang aktif, kreatif, efektif dan menyenangkan.
- 5) Mewujudkan tersedianya sarana madrasah yang cukup dan memadai.
- 6) Menumbuhkan semangat keunggulan baik akademik maupun non akademik.

c. Tujuan MI Al-Amin Dempelan Madiun

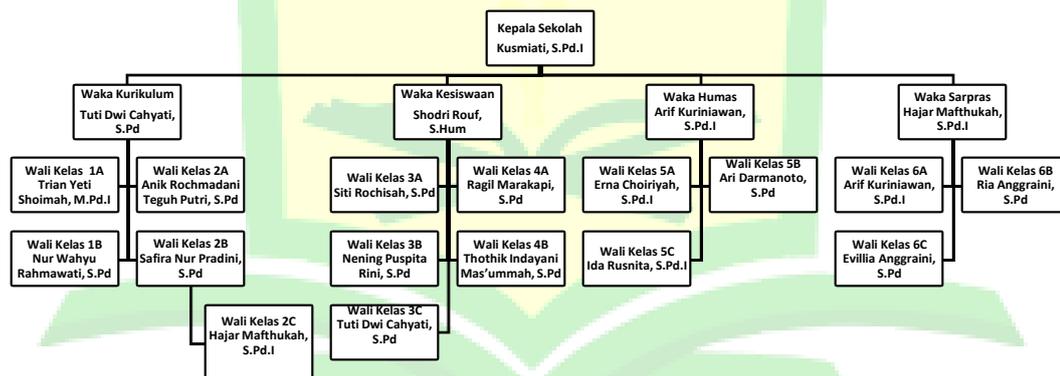
Dengan berpedoman pada visi misi yang telah dirumuskan sesuai kondisi di madrasah, maka tujuan madrasah yang ingin dicapai sebagai berikut:

- 1) Mewujudkan terbentuknya siswa yang memiliki keimanan dan ketakwaan serta akhlaqul karimah.
- 2) Mewujudkan terbentuknya siswa yang terampil melaksanakan sholat lima waktu dan membaca Al-Qur'an dengan tartil.
- 3) Mewujudkan guru yang amanah dan profesional.
- 4) Mewujudkan pembelajaran yang aktif, kreatif, efektif dan menyenangkan.

- 5) Mewujudkan tersedianya sarana madrasah yang cukup memadai.
- 6) Mewujudkan siswa yang berprestasi dalam bidang akademik maupun non akademik.<sup>3</sup>

## 5. Struktur Organisasi MI Al-Amin Dempelan Madiun

Organisasi yang berkualitas adalah organisasi yang tentunya memiliki pengelola sesuai dengan standar yang sudah ada. Para pengelola tersebut dijadikan dalam satu wadah dengan nama struktur organisasi. Struktur organisasi dibuat untuk memudahkan koordinasi dan komunikasi dengan para anggotanya. Demi hal tersebut maka MI Al-Amin Dempelan Madiun memiliki struktur organisasi dengan standar yang dipakai.<sup>4</sup>



**Gambar 4.1. Struktur Organisasi MI Al-Amin Dempelan Madiun**

## 6. Tenaga Pendidik, Kependidikan dan Siswa MI Al-Amin Dempelan Madiun

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor terpenting yang ada pada sebuah organisasi. Karena sumber daya manusia inilah yang dapat menggerakkan sebuah organisasi. Di lembaga pendidikan, sumber daya manusia berarti semua warga madrasah yang terdapat dalam lembaga madrasah

<sup>3</sup> Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 04/D/09-I/-2023.

<sup>4</sup> Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 06/D/09-I/-2023.

seperti kepala madrasah, guru, siswa, tenaga kependidikan dan lain-lain termasuk di MI Al-Amin Dempelan. Jumlah tenaga pendidik dan kependidikan di MI Al-Amin Dempelan ada 22 yang terdiri dari 20 tenaga pendidik dan 2 tenaga kependidikan. Sedangkan untuk jumlah siswa-siswi pada tahun pelajaran 2022/2023 ada 347 siswa.<sup>5</sup>

## **B. Deskripsi Data**

### **1. Perencanaan Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.**

Perencanaan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menentukan hal-hal apa saja yang ingin dicapai (tujuan) di masa mendatang serta bertujuan untuk menentukan berbagai tahapan atau strategi apa saja yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan merupakan tahapan yang sangat penting, karena menjadi dasar yang digunakan sebelum melakukan suatu program kerja yang telah disusun. Pada dasarnya peran dari manajemen humas adalah sebagai penghubung antara pihak lembaga dengan masyarakat serta dibutuhkan terutama dalam kegiatan PPDB. Dalam kegiatan PPDB madrasah harus memiliki strategi yang tepat dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru yang meliputi promosi di luar penerimaan calon peserta didik baru dan promosi ketika penerimaan calon peserta didik baru. Manajemen humas madrasah diharapkan harus bisa membuat perencanaan dan strategi yang baik dan matang agar nantinya dapat bersaing dengan madrasah lain serta dapat menarik minat calon peserta didik baru. Aktivitas perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan

---

<sup>5</sup> Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 07/D/09-I/-2023.

Madiun yaitu mengkaji kebijakan yang relevan, menganalisis kondisi lembaga, merumuskan tujuan pengembangan, mengumpulkan data dan informasi, menganalisis data dan informasi, serta memilih alternatif program.<sup>6</sup>

Alternatif program perencanaan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru yang dilakukan MI Al-Amin Dempelan Madiun yaitu promosi di luar PPDB dan promosi pada saat PPDB. Promosi di luar PPDB yakni menampilkan drumband keliling sekitar desa Dempelan dan memposting kegiatan-kegiatan yang ada di madrasah pada media sosialnya. Kegiatan ini merupakan bentuk *soft marketing* dan promosi *intensif* yang dilakukan pada awal semester ganjil guna untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru.<sup>7</sup>

Kemudian tahap perencanaan selanjutnya yaitu promosi pada saat PPDB yang dilakukan pada semester ganjil akhir. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Kusmiati selaku Kepala Madrasah: “Perencanaan PPDB kami mulai sejak akhir semester ganjil yaitu sekitar bulan Desember hingga sampai pelaksanaan PPDB.”<sup>8</sup>

Adapun tahapan perencanaan kegiatan PPDB yaitu menyusun panitia PPDB yang langsung ditentukan oleh kepala madrasah melalui rapat. Panitia PPDB terdiri dari semua guru yang ada di MI Al-Amin Dempelan Madiun sesuai dengan pembagian *jobdesknya* masing-masing. Tak kalah penting dari kepanitiaan PPDB yang ada di MI Al-Amin Dempelan Madiun adalah adanya keterlibatan para alumni yang telah sukses, karena hal ini akan membawa

---

<sup>6</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>7</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>8</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/16-1/2023.

dampak yang baik bagi lembaga. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan selaku Waka Humas yaitu:

Ada kaitannya dengan calon peserta didik baru, pada panitia PPDB ada yang namanya bagian sosialisasi TK/RA proses pembentukannya otomatis lewat rapat dan yang terlibat semua warga madrasah yaitu semua wakil kepala, semua bapak/ibu guru, bahkan alumni itu terlibat semua. operator data madrasah pun juga ikut terlibat karena sekarang data-data siswa masuk langsung ke emis.<sup>9</sup>

Hal tersebut diperkuat lagi sesuai hasil wawancara dengan Bapak Shodri Rouf, selaku Waka Kesiswaan yang mengutarakan bahwa: “Untuk kepanitiaan PPDB seluruh warga madrasah kita libatkan yaitu bapak/ibu guru, komite bahkan alumni, semua kita maksimalkan. Agar dapat berjalan dengan baik, kegiatan ini merupakan input dari kehumasan.”<sup>10</sup>

Sementara itu, dengan adanya pembagian tugas yang jelas dan matang nantinya akan mempermudah dalam mencapai tujuan. Jadi, pada proses meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun melibatkan pihak internal dan eksternal. Pihak internal terdiri dari semua tenaga pendidik dan kependidikan. Sedangkan pihak eksternal terdiri dari komite sekolah dan alumni yang telah sukses yang nantinya akan membawa dampak positif bagi lembaga.<sup>11</sup>

Adapun tahap perencanaan selanjutnya adalah memetakan target. Targetnya yaitu anak-anak kelas TK/RA di sekitar desa Dempelan, lintas desa, hingga lintas kecamatan, tetapi yang paling utama targetnya adalah anak-anak kelas TK/RA di sekitar desa Dempelan. Seperti penjelasan yang disampaikan oleh Bapak Shodri Rouf, selaku Waka Kesiswaan sebagai berikut:

---

<sup>9</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>10</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

<sup>11</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

Dalam tahapan penerimaan calon peserta didik baru yang pertama kami lakukan adalah memetakan target, target kami yaitu anak-anak kelas TK/RA di sekitar desa Dempelan, lintas desa, hingga lintas kecamatan, tetapi yang paling utama target kami adalah anak-anak kelas TK/RA di sekitar desa Dempelan saja. Sementara itu dengan adanya target yang jelas nantinya akan mempermudah kegiatan promosi sosialisasi ke TK/RA.<sup>12</sup>

Begitupun dengan Ibu Kusmiati selaku Kepala Madrasah juga menambahkan mengenai pemetaan target dalam perencanaan PPDB. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Kusmiati selaku Kepala Madrasah sebagai berikut: “Selain itu tak kalah penting dari perencanaan adalah adanya pemetaan target untuk mempermudah kegiatan selanjutnya, target kami adalah anak TK/RA tanpa memandang golongan atas maupun menengah.”<sup>13</sup>

Setelah pemetaan target dengan jelas tahap perencanaan selanjutnya adalah melakukan pemasangan banner di depan pintu masuk madrasah, di depan pasar mbarak desa Dempelan dan di sekitar jalan raya serta melakukan penyebaran brosur secara online (whatsapp dan instagram) dan offline (pada saat kegiatan sosialisasi). Dengan pemasangan banner dan penyebaran brosur ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat di sekitar MI Al-Amin Dempelan serta masyarakat luar, bahwa telah dibuka pendaftaran siswa baru.<sup>14</sup>

Selain pemasangan banner dan penyebaran brosur perencanaan promosi PPDB selanjutnya adalah mengadakan perayaan milad madrasah dengan berbagai perlombaan yaitu mewarnai dan hafalan surat pendek serta doa-doa sehari-hari yang diikuti oleh semua anak TK/RA. Kegiatan mendatangkan calon peserta didik baru pada saat perayaan milad madrasah merupakan strategi

---

<sup>12</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

<sup>13</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/16-1/2023.

<sup>14</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan.<sup>15</sup>

Di dalam penyusunan perencanaan kegiatan perayaan milad MI Al-Amin Dempelan Madiun, melibatkan semua siswa-siwi untuk memeriahkan milad dengan beberapa penampilan yaitu yaitu drumband, tilawah, MHQ dan tak kalah penting adalah adanya *market day* kegiatan ini adalah kegiatan membuat produk atau olahan secara sederhana karya siswa-siswi MI Al-Amin Dempelan Madiun yang nantinya akan dipasarkan pada saat perayaan milad, kegiatan *market day* berguna untuk melatih jiwa *entrepreneur* siswa-siswi di MI Al-Amin Dempelan Madiun. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan selaku Waka Humas: “Tak kalah penting dari perayaan milad adalah adanya penampilan dari siswa-siswi yang menang lomba dan kegiatan *merket day*. Kegiatan *market day* bertujuan untuk melatih jiwa *entrepreneur* pada siswa-siswi”.<sup>16</sup>

Adanya kegiatan sosialisasi atau promosi ke TK/RA juga merupakan bagian dari perencanaan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan selaku Waka Humas: “Perencanaan yang kami lakukan adalah sosialisasi atau promosi ke TK/RA.”<sup>17</sup>

Kemudian untuk mendukung kegiatan sosialisasi atau promosi PPDB yang telah direncanakan perlu adanya pemilihan media informasi untuk menunjang keberhasilan promosi. Tanpa adanya promosi maka madrasah tersebut tidak akan dikenal masyarakat. MI Al-Amin Dempelan Madiun dalam

---

<sup>15</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>16</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>17</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

kegiatan promosinya menggunakan media cetak dan media sosial. Untuk media cetaknya berupa brosur dan banner. Sedangkan media sosialnya melalui instagram dan whatsapp. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan selaku Waka Humas yaitu: “Untuk kegiatan promosi kita menggunakan media cetak dan media sosial. Media sosialnya berupa instagram dan whatsapp dengan memposting brosur. Sedangkan media cetaknya kita menggunakan brosur dan banner.”<sup>18</sup>

Bapak Shodri Rouf selaku Waka Kesiswaan juga menambahkan mengenai upaya untuk mendukung kegiatan promosi PPDB di MI Al-Amin Dempelan Madiun. Dalam hal ini sesuai hasil wawancara sebagai berikut:

Tentunya dalam kegiatan promosi kita juga mengoptimalkan teknologi informasi yang telah gencar pada saat ini, maka dari itu semua dewan guru harus bisa mengoprasikan teknologi. Kegiatan-kegiatan yang ada di madrasah seperti drumband, pramuka, tartil, qiro'ah dan lain-lain juga kami posting di instagram dan whatsapp MI Al-Amin Dempelan Madiun, mungkin bisa dilihat di medsos kami. Dengan postingan kami tadi diharapkan menjadi salah satu bentuk *soft marketing* madrasah untuk menarik minat calon peserta didik baru dan ditambah lagi promosi yang dilakukan oleh bapak/ibu guru melalui status whatsapp masing-masing.<sup>19</sup>

Dengan adanya SDM yang menunjang kegiatan promosi PPDB pastinya akan membawa dampak positif bagi madrasah. Adapun SDM yang menunjang kegiatan promosi PPDB adalah adanya tim editor dari madrasah itu sendiri, adanya kegiatan ekstrakurikuler komputer, dan tak kalah penting MI Al-Amin Dempelan meraih juara 3 dalam rangka membuat media pembelajaran berbasis di tingkat MI kabupaten Madiun. Dalam hal ini sesuai hasil wawancara dengan Ibu Kusmiati selaku Kepala Madrasah MI Al-Amin Dempelan Madiun yaitu:

---

<sup>18</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>19</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

Terkait PPDB dan kegiatan lainnya kami mempunyai tim editor sendiri yang merupakan guru di MI Al-Amin. Tak kalah penting MI Al-Amin Dempelan juga mempunyai program ekstrakurikuler komputer yang dibina oleh guru dari madrasah sendiri yaitu Bapak Shodri Rouf dan Alhamdulillah kemarin Bapak Shodri Rouf juga meraih juara 3 dalam rangka membuat media pembelajaran berbasis di tingkat MI kabupaten Madiun.<sup>20</sup>

Penjelasan di atas diperkuat dengan hasil dokumentasi peneliti terkait dengan tenaga pendidik yang meraih juara 3 dalam rangka lomba guru membuat media pembelajaran berbasis di tingkat MI kabupaten Madiun.<sup>21</sup>

Dalam kegiatan perencanaan promosi PPDB tentunya memerlukan dana untuk menunjang kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan. Dana tersebut nantinya akan disusun menjadi anggaran dana. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan selaku Waka Kesiswaan yaitu: “Dalam perencanaan tak kalah penting adalah adanya dana agar bisa berjalan dengan baik. Dana PPDB disusun dan dikelola secara maksimal oleh bendahara menjadi anggaran dana.”<sup>22</sup>

Kemudian setelah adanya penyusunan anggaran dana yang harus dikelola secara maksimal, MI Al-Amin Dampelan Madiun juga melakukan kerja sama dengan Nurul Hayat untuk kegiatan promosi PPDB. Bentuk kerja sama yang dilakukan berupa penyaluran bantuan berupa finansial atau barang kepada siswa-siswi yatim piatu, kurang mampu maupun sarana prasarana untuk menunjang kegiatan belajar mengajar. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Kusmiati selaku Kepala Madrasah yaitu: “Kami bekerja sama dengan Nurul Hayat dalam kegiatan promosi PPDB. Nurul Hayat banyak

---

<sup>20</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/16-1/2023.

<sup>21</sup> Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 03/D/09-I/-2023.

<sup>22</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

memberikan bantuan siswa-siswi yang kurang mampu dan yang paling utama adalah yatim piatu dalam memenuhi kebutuhan sekolahnya berupa uang atau barang.”<sup>23</sup>

Selain merencanakan kegiatan PPDB tentunya madrasah juga harus merencanakan strategi dan teknik dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru. Strategi dan teknik yang direncanakan MI Al-Amin Dempelan adalah promosi dari mulut ke mulut baik orang tua atau siswa selaku pengguna jasa pendidikan.<sup>24</sup> Dalam hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan Ibu Kusmiati mengenai teknik dan strategi dalam kegiatan promosi PPDB yaitu: “Strategi untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat yaitu dengan adanya program silaturahmi kepada sesepuh yayasan MI Al-Amin Dempelan. Program silaturahmi dilakukan dengan cara mengundang beliau para sesepuh pada saat perayaan milad madrasah.”<sup>25</sup>

Kemudian Bapak Shodri Rouf selaku Waka Kesiswaan MI Al-Amin Dempelan Madiun juga menambahkan mengenai strategi dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun sebagai berikut:

Salah satu strateginya kita juga menjalin hubungan dengan pihak-pihak yang terkait terutamanya yaitu TK/RA. Karena yang kami bidik memang anak TK/RA sehingga kami harus ada komunikasi dan jalinan dengan bapak/ibu guru yang mengajar di TK/RA misalnya dengan RA Al-Hidayah Dempelan karena kami satu yayasan yang sama jadi kita tetap menjalin komunikasi yang baik dengan RA Al-Hidayah Dempelan.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/16-1/2023.

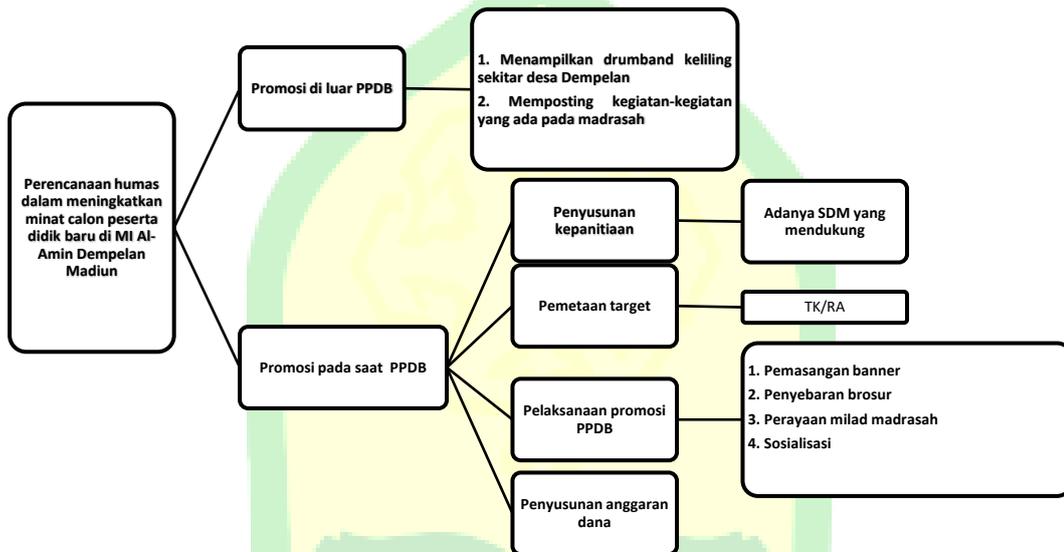
<sup>24</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>25</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/16-1/2023.

<sup>26</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

Berdasarkan uraian tentang perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun dapat disimpulkan bahwa pada proses perencanaan ini meliputi mengkaji kebijakan yang relevan, menganalisis kondisi lembaga, merumuskan tujuan pengembangan, mengumpulkan data dan informasi, menganalisis data dan informasi, serta memilih alternatif program, a) alternatif program yang dipilih adalah promosi di luar PPDB dimulai pada awal semester ganjil dengan menampilkan drumband keliling sekitar desa Dempelan dan memposting kegiatan-kegiatan yang ada pada madrasah (instagram dan whatsapp), b) dan promosi pada saat PPDB dimulai pada akhir semester ganjil dengan menyusun kepanitiaan PPDB yang akan dilaksanakan pada semester genap sesuai dengan tugas dan kewajibannya, pemetaan target, targetnya yaitu anak-anak kelas TK/RA di sekitar desa Dempelan atau lintas desa, tetapi target utamanya adalah anak-anak kelas TK/RA di sekitar desa Dempelan, melaksanakan pemasangan banner di sekitar jalan raya, depan pintu madrasah, dan depan pasar mbarak Dempelan, penyebaran brosur melalui online (whatsapp dan instagram) dan offline (pada saat sosialisasi), kemudian mengadakan kegiatan perayaan milad madrasah yang dilaksanakan sebelum sosialisasi, sosialisasi ke TK/RA (dengan membagikan brosur), penyusunan anggaran dana PPDB, hal ini berguna untuk meminimalisir terjadinya pembengkakan dana, dan yang terakhir tak kalah penting dari promosi adalah strategi yang direncanakan dalam meningkatkan minat calon peserta didik yaitu promosi mulut ke mulut baik siswa maupun orang tua siswa, adanya program silaturahmi kepada sesepuh yayasan, menjalin hubungan baik kepada pihak TK/RA, dan adanya

kerja sama dengan Nurul Hayat terkait bantuan siswa-siswi yatim piatu dan kurang mampu. Secara skematis perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan dapat dilihat pada bagan berikut:



**Gambar 4.2. Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru**

## 2. Pelaksanaan Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di MI Al-Amin Dempelan 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 pendidikan tersebut. Sehingga program-program yang telah dilaksanakannya dapat dicapai.

Proses pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun dilakukan sejak awal semester ganjil yaitu dengan *soft marketing* penampilan drumband keliling di sekitar desa Dempelan setiap dua minggu sekali dan memposting kegiatan-kegiatan yang ada di madrasah melalui media sosial whatsapp dan instagram.<sup>27</sup>

Pelaksanaan kegiatan drumband keliling yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan sebelum kegiatan promosi pada saat PPDB sebanyak 10 kali. Drumband keliling tersebut berdurasi sekitar 1 jam dan dipandu oleh bapak/ibu guru pembina. Untuk jumlah siswa-siswi yang mengikuti kegiatan drumband keliling kurang lebih ada 50 siswa-siswi. Kegiatan ini merupakan promosi yang dilakukan madrasah di luar penerimaan peserta didik baru, guna meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan anaknya pada lembaga pendidikan tersebut.<sup>28</sup>

Selanjutnya untuk kegiatan memposting kegiatan-kegiatan yang ada di madrasah melalui whatsapp bapak/ibu dan instagram secara *intensif* dilaksanakan dengan dua postingan dalam seminggu. Untuk kegiatan yang diposting meliputi kegiatan ekstrakurikuler, belajar mengajar, prestasi-prestasi yang diraih dan lain sebagainya. Alasan MI Al-Amin Dempelan memilih media sosial whatsapp dan instagram adalah agar madrasah akan lebih dikenal dengan luas oleh masyarakat desa Dempelan, lintas desa maupun lintas kecamatan.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>28</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>29</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023

Kemudian pada semester genap MI Al-Amin Dempelan sudah memulai kegiatan promosi PPDB. Pelaksanaan PPDB di mulai setelah adanya penyusunan kepanitiaan sesuai pembagian tugas pada perencanaan dengan efektif, efisien dan ekonomis. Dengan adanya pembagian tugas sesuai dengan *jobdesknya* akan memberikan gambaran tentang apa yang akan dilakukan pada tahap pelaksanaan PPDB. Kepanitiaan tersebut terdiri dari pihak internal dan eksternal. Pihak internal yaitu bapak/ibu guru, sedangkan pihak eksternal terdiri dari alumni dan untuk komite hanya sebatas laporan saja. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan selaku Waka Humas sebagai berikut: “Untuk memulai waktu proses pelaksanaannya yaitu setelah adanya penyusunan kepanitiaan, yang terdiri dari pihak internal dan eksternal.”<sup>30</sup>

Adapun pelaksanaan kegiatan PPDB selanjutnya adalah memetakan target. Targetnya yaitu anak-anak kelas TK/RA di sekitar desa Dempelan, lintas desa, hingga lintas kecamatan, tetapi yang paling utama targetnya adalah anak-anak kelas TK/RA di sekitar desa Dempelan.<sup>31</sup>

Setelah penyusunan panitia dan pemetaan target selesai kegiatan PPDB siap dimulai. Tahap pertama yang dilakukan pada pelaksanaan promosi penerimaan calon peserta didik baru di MI Al- Amin Dempelan Madiun yaitu dengan pemasangan banner di depan pintu masuk madrasah, di depan pasar mbarak desa Dempelan dan di sekitar jalan raya. Dengan pemasangan banner ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat di sekitar MI Al- Amin Dempelan serta masyarakat luar, bahwa telah dibuka pendaftaran siswa baru. Hal ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat yang ada di sekitar MI Al-

---

<sup>30</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>31</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

Amin Dempelan Madiun dan masyarakat luar sehingga dapat mendaftarkan anaknya untuk melanjutkan sekolah di MI Al- Amin Dempelan Madiun. Dalam hal ini sesuai hasil wawancara dengan Bapak Arif Kuriniawan selaku Waka Humas yaitu:

Untuk memulai pelaksanaannya yaitu pemasangan banner di depan pintu masuk madrasah, depan pasar mbarak desa Dempelan dan di sekitar jalan raya. Dengan pemasangan banner ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat sekitar desa Dempelan serta masyarakat lintas desa maupun lintas kecamatan, bahwa telah dibuka pendaftaran siswa baru. Hal ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat sekitar desa Dempelan serta masyarakat lintas desa maupun lintas kecamatan, untuk mendaftarkan anaknya di MI Al-Amin Dempelan Madiun.<sup>32</sup>

Begitupun dengan Ibu Kusmiati selaku Kepala Madrasah juga menambahkan mengenai bagaimana pelaksanaan promosi PPDB di MI Al-Amin Dempelan Madiun: “Mengenai promosi pada pelaksanaan PPDB dimulai dengan pemasangan banner dan penyebaran brosur. Penyebaran brosur dilaksanakan melalui offline dan online. Untuk online melalui media sosial instagram dan whatsapp, sedangkan offline berbarengan dengan kegiatan sosialisasi ke TK/RA.”<sup>33</sup>

Hal ini diperkuat dengan hasil dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti pada hari Senin 16 Januari 2023 di MI Al-Amin Dempelan Madiun, dapat diketahui bahwa terdapat brosur PPDB.<sup>34</sup>

Selain itu, untuk mendukung kegiatan promosi pada saat PPDB secara *intensif*, MI Al-Amin Dempelan Madiun juga menggunakan media sosial yang berkembang saat ini, yaitu whatsapp dan instagram. Pengoptimalan pada media sosial dalam kegiatan promosi yang dilakukan MI Al-Amin Dempelan

---

<sup>32</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>33</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/16-1/2023.

<sup>34</sup> Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 02/D/09-I-2023.

Madiun yaitu dengan memposting brosur di dalam status whatsapp dan instagram pada akun media sosial madrasah dan bapak/ibu guru, hal ini nantinya akan membawa dampak yang sangat baik pada madrasah. Dimana semua orang yang melihat dapat mengetahui keunggulan dan kelebihan dari MI Al-Amin Dempelan serta tahu apa yang ada di MI Al-Amin Dempelan itu nyata tidak dibuat-buat. Hal ini bertujuan untuk menarik penonton status whatsapp dan instagram lebih luas sehingga madrasah akan lebih dikenal oleh masyarakat desa Dempelan, lintas desa maupun lintas kecamatan. Dalam hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Shodri Rouf, selaku Waka Kesiswaan sebagai berikut:

Media yang digunakan dalam kegiatan promosi *intensif* adalah whatsapp dan instagram dengan mengoptimalkan pada postingan di status whatsapp dan instagram pada akun madrasah sendiri dan pada akun bapak/ibu guru di sini, ini nantinya akan membawa dampak yang baik dimana semua orang yang mengikuti di akun instagram dan yang mempunyai nomor whatsapp akan tau bahwa MI Al-Amin Dempelan itu mempunyai keunggulan yang nyata tidak di buat-buat.<sup>35</sup>

Dalam hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan mengenai media untuk mendukung kegiatan promosi yaitu: “Kemudian jika ada yang tanya-tanya di media sosial terkait madrasah dalam kaitannya penerimaan peserta didik baru kita gercep langsung kita *follow up*”.<sup>36</sup>

Adapun pelaksanaan promosi selanjutnya yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan Madiun dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru yaitu mengadakan perayaan milad madrasah. Perayaan milad madrasah diperingati setiap tanggal 19 Februari dengan mengadakan berbagai

---

<sup>35</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

<sup>36</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

perlombaan untuk anak-anak TK/RA antar kecamatan Wungu dan Nglames. Perlombaan milad madrasah diikuti oleh 5 TK/RA yaitu RA Al-Hikmah Sobrah, TK desa Sirapan (kecamatan Wungu), TK desa Dempelan 01, TK desa Dempelan 02, dan RA Al-Hidayah Dempelan (kecamatan Nglames). Lomba yang diadakan meliputi mewarnai, hafalan surat-surat pendek serta doa-doa sehari-hari. Kemudian dengan beberapa lomba tersebut pihak madrasah akan mendapatkan rekapitulasi kejuaraan lomba dan yang mendapatkan juara akan diberikan fasilitas. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Kusmiati selaku Kepala Madrasah yaitu: “Dalam pelaksanaan manajemen humas banyak kegiatan yang kami lakukan mulai dari perayaan milad yang diperingati setiap tanggal 19 Februari dengan berbagai perlombaan yang diikuti oleh anak TK/RA antar kecamatan Wungu dan Nglames. Untuk kecamatan Wungu yaitu RA Al-Hikmah Sobrah dan TK desa Sirapan, sedangkan kecamatan Nglames yaitu TK desa Dempelan 01, TK desa Dempelan 02 dan RA Al-Hidayah Dempelan. Kemudian perlombaan yang diadakan adalah mewarnai, hafalan surat-surat pendek serta doa-doa sehari-hari, dengan adanya lomba tersebut pihak madrasah akan mendapatkan rekapitulasi kejuaraan lomba dan yang mendapatkan juara akan diberikan fasilitas.”<sup>37</sup>

Setelah mengadakan perayaan milad pelaksanaan promosi selanjutnya yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan Madiun dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru yaitu melakukan sosialisasi secara langsung ke TK/RA di sekitar desa Dempelan hingga lintas desa. TK/RA yang diberi sosialisasi ada 10 yaitu TK Sirapan, RA Al-Hikmah Sobrah, TK Dempelan 01,

---

<sup>37</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/16-1/2023.

TK Dempelan 02, RA Al-Hidayah, TK Nglandung 01, TK Nglandung 02, TK Nglambangan 01, TK Nglambangan 02 dan TK Mojorayung 02. Sosialisasi ini dilakukan dengan mengenalkan madrasah dengan beberapa ciri khas serta keunggulan yang dimilikinya. Sebagaimana hasil Wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan selaku Waka Humas sebagai berikut: “Untuk offlinenya kita *direct* langsung ke 10 sekolah TK/RA di sekitar desa Dempelan hingga lintas desa untuk melakukan sosialisasi. TK/RA tersebut terdiri dari TK Sirapan, RA Al-Hikmah Sobrah, TK Dempelan 01, TK Dempelan 02, RA Al-Hidayah Dempelan, TK Nglandung 01, TK Nglandung 02, TK Nglambangan 01, TK Nglambangan 02, dan TK Mojorayung 02. Kegiatan sosialisasi diberikan kepada gurunya dengan pengertian bahwa terdapat program unggulan dari madrasah kami yang dapat dilihat dari brosur.”<sup>38</sup>

Bapak Shodri Rouf selaku Waka Kesiswaan juga menambahkan mengenai siapa saja yang terlibat dalam kegiatan sosialisasi PPDB. Dalam hal ini sesuai dengan hasil wawancara sebagai berikut:

Ada kaitannya dengan calon peserta didik baru, pada panitia PPDB ada yang namanya bagian sosialisasi TK/RA. Proses pembentukannya otomatis lewat rapat dan yang terlibat semua warga madrasah yaitu semua wakil kepala, semua bapak/ibu guru, bahkan alumni itu terlibat semua. operator data madrasah pun juga ikut terlibat karena sekarang data-data siswa masuk langsung ke emis.<sup>39</sup>

Setiap madrasah tentunya memiliki strategi dan teknik yang tepat dalam kegiatan sosialisasi PPDB untuk menarik minat calon peserta didik baru. Adapun strategi dan teknik dalam pelaksanaan sosialisasi tersebut adalah menjelaskan keunggulan atau ciri khas yang dimiliki oleh lembaga pendidikan.

---

<sup>38</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>39</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

Pada dasarnya madrasah yang memiliki ciri khas atau keunggulan akan lebih mudah dikenal dan diingat.

Adapun ciri khas yang bisa diunggulkan dari MI Al-Amin Dempelan Madiun yaitu program mengaji metode ummi yang setiap tahunnya dilaksanakan munaqosah siswa-siswi yang telah khatam juz 30 mendapatkan sertifikasi ummi, program pidato 3 bahasa, kaligrafi, drumband, tartil dan qiro'ah. Sehingga dapat mencetak peserta didik sadar sholat, mengaji dengan tartil dan melaksanakan ibadah harian, peserta didik cerdas secara akademik maupun non akademik, peserta didik yang memiliki akhlaq Islami. Dalam hal ini sesuai hasil wawancara dengan Bapak Shodri Rouf, selaku Waka Kesiswaan yaitu:

Untuk strategi promosi kami melakukan sosialisasi dengan menjelaskan program-program unggulan yang kami miliki seperti program mengaji metode ummi, yang setiap tahunnya dilaksanakan munaqosah siswa-siswi yang telah khatam juz 30 dan mendapatkan sertifikasi ummi, pidato 3 bahasa, kaligrafi, drumband, tartil dan qiro'ah. Program yang kami miliki nantinya juga dapat dilihat pada brosur.<sup>40</sup>

Selain yang disampaikan oleh Bapak Shodri Rouf mengenai upaya strategi dan teknik dalam kegiatan sosialisasi penerimaan calon peserta didik baru dengan menawarkan beberapa program unggulan yang dimiliki oleh lembaga. Hal ini sebagaimana yang dipaparkan oleh Ibu Kusmiati sebagai berikut:” Iya kami juga mengenalkan tentang program-program ekstrakurikuler, kemudian memberikan *reward* kepada anak yang mendapatkan juara pada saat lomba dalam perayaan milad. Hal yang menarik lain mungkin

---

<sup>40</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

di madrasah paling tidak diberikan bantuan seragam gratis bagi siswa yang kurang mampu.”<sup>41</sup>

Diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada hari Senin 16 Januari 2023 di MI Al-Amin Dempelan Madiun, dapat diketahui bahwa program kegiatan mengaji metode ummi dilakukan secara rutin setiap hari senin-kamis selama 30 menit sebelum jam pelajaran dimulai.<sup>42</sup>

Kemudian selain teknik dan strategi dalam sosialisasi, tentunya terdapat teknik dan strategi yang lain yang berhubungan dengan kegiatan promosi PPDB di MI Al-Amin Dempelan Madiun. Teknik dan strategi tersebut adalah berita dari mulut ke mulut baik orang tua atau siswa selaku pengguna jasa pendidikan.<sup>43</sup> Teknik mulut ke mulut menjadikan layanan terbaik kepada siswa, sebagai trik promosi sendiri sehingga siswa dan orang tua siswa akan merasa puas dan dengan sendirinya bercerita mulut ke mulut dengan orang tua lainnya. Dalam hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan Ibu Kusmiati mengenai teknik dan strategi dalam kegiatan promosi PPDB yaitu: “Strategi untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat yaitu dengan adanya program silaturahmi kepada sesepuh yayasan MI Al-Amin Dempelan Madiun. Program silaturahmi tersebut yaitu mengundang beliau para sesepuh pada saat perayaan milad madrasah.”<sup>44</sup>

Kegiatan mendatangkan calon peserta didik baru dan alumni yang telah sukses pada saat milad MI Al-Amin Dempelan Madiun juga termasuk strategi dan teknik dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru. Kegiatan

---

<sup>41</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/D/09-I/-2023.

<sup>42</sup> Lihat Transkrip Observasi Nomor: 03/O/16-I/-2023.

<sup>43</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>44</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/16-1/2023.

mendatangkan calon peserta didik baru merupakan usaha yang sangat penting, sehingga masyarakat bisa lebih mudah mengenal dan mengetahui MI Al- Amin Dempelan Madiun. Dalam hal ini sesuai hasil wawancara dengan Bapak Arif Kuriniawan selaku Waka Humas yaitu: “Kemudian adanya kegiatan milad madrasah kami juga mendatangkan alumni untuk membantu kegiatan promosi, tujuan kami melibatkan alumni adalah untuk menarik minat calon peserta didik baru dan ini akan membawa dampak yang sangat baik sekali bagi lembaga.”<sup>45</sup>

Kemudian Bapak Shodri Rouf selaku Waka Kesiswaan MI Al-Amin Dempelan Madiun juga menambahkan mengenai strategi dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun sebagai berikut:

Salah satu strateginya kita juga menjalin hubungan dengan pihak-pihak yang terkait terutamanya yaitu TK/RA karena yang kita bidik memang anak TK/RA sehingga kita harus ada komunikasi dan jalinan dengan bapak/ibu guru yang mengajar di TK/RA misalnya dengan RA Al-Hidayah Dempelan karena kita satu yayasan yang sama jadi kita tetap menjalin komunikasi yang baik dengan RA Al-Hidayah Dempelan.<sup>46</sup>

Upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuannya MI Al-Amin Dempelan Madiun bekerja sama dengan Nurul Hayat untuk memberikan donasi atau bantuan kepada siswa-siswi yang kurang mampu dan yatim piatu dalam memenuhi kebutuhan sekolahnya. Dengan adanya kerja sama ini akan membawa dampak yang signifikan bagi MI Al-Amin Dempelan Madiun untuk menarik minat calon peserta didik baru.<sup>47</sup>

Berdasarkan uraian tentang pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan

---

<sup>45</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

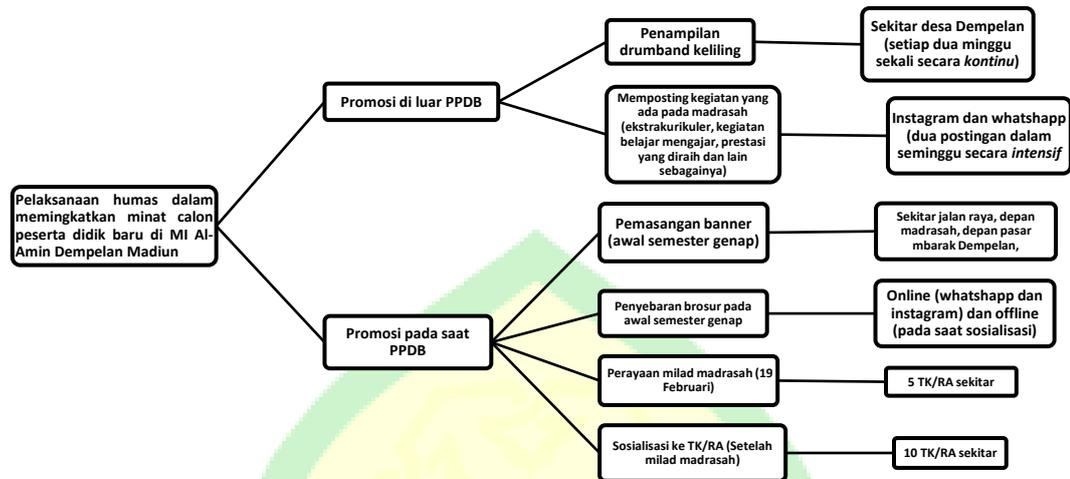
<sup>46</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

<sup>47</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

Madiun dapat disimpulkan bahwa pada proses pelaksanaan ini meliputi: a) promosi di luar penerimaan peserta didik baru yang dilakukan pada awal semester ganjil yaitu dengan penampilan drumband keliling di sekitar desa Dempelan dua minggu sekali dengan durasi 1 jam dipandu oleh bapak/ibu guru pembina secara *kontinu* diikuti oleh 50 siswa-siwi MI Al-Amin Dempelan, kegiatan drumband yang dilaksanakan sebelum promosi pada saat PPDB adalah sebanyak 10 kali dan memposting kegiatan-kegiatan yang ada di madrasah (ekstrakurikuler, kegiatan belajar mengajar, prestasi yang diraih dan lain sebagainya) pada akun media sosial instagram dan whatsapp secara *intensif* dengan dua postingan dalam seminggu (*soft marketing*), b) promosi pada saat penerimaan peserta didik baru yang dilakukan pada awal semester genap dengan pemasangan banner di sekitar jalan raya, depan madrasah, depan pasar mbarak Dempelan, penyebaran brosur melalui online (media sosial whatsapp dan instagram) dan offline (pada saat kegiatan sosialisasi), mengadakan perayaan milad madrasah setiap tanggal 19 Februari dengan mengadakan berbagai perlombaan untuk anak-anak TK/RA antar kecamatan Wungu dan Nglames, perlombaan milad madrasah diikuti oleh 5 TK/RA yaitu RA Al-Hikmah Sobrah TK desa Sirapan (kecamatan Wungu) TK desa Dempelan 01, TK desa Dempelan 02 dan RA Al-Hidayah Dempelan (kecamatan Nglames) dan lomba yang diadakan meliputi mewarnai, hafalan surat-surat pendek serta doa-doa sehari-hari kemudian dengan beberapa lomba tersebut pihak madrasah akan mendapatkan rekapitulasi kejuaraan lomba dan yang mendapatkan juara akan diberikan fasilitas, melakukan sosialisasi secara langsung ke TK/RA di sekitar desa Dempelan hingga lintas desa, TK/RA yang

diberi sosialisasi ada 10 yaitu TK Sirapan, RA Al-Hikmah Sobrah, TK Dempelan 01, TK Dempelan 02, RA Al-Hidayah, TK Nglanduk 01, TK Nglanduk 02, TK Nglambangan 01, TK Nglambangan 02, dan TK Mojorayung 02, sosialisasi ini dilakukan dengan mengenalkan madrasah dengan beberapa ciri khas serta keunggulan yang dimilikinya, dan tak kalah penting dari kegiatan promosi adalah adanya strategi dan teknik dalam pelaksanaan untuk menarik minat calon peserta didik baru yang meliputi berita dari mulut ke mulut baik orang tua atau siswa selaku pengguna jasa pendidikan, program silaturahmi kepada sesepuh yayasan dengan cara mengundang beliau pada saat perayaan milad madrasah, kegiatan mendatangkan calon peserta didik baru dan alumni yang telah sukses pada saat perayaan milad madrasah, menjalin hubungan baik dengan pihak TK/RA, dan yang terakhir adanya kerja sama dengan Nurul Hayat untuk memberikan donasi atau bantuan kepada siswa-siswi yang kurang mampu dan yatim piatu dalam memenuhi kebutuhan sekolahnya. Secara skematis pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan dapat dilihat pada bagan berikut:





**Gambar 4.3. Pelaksanaan Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru**

### 3. Evaluasi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun

Setelah adanya pelaksanaan, maka tahap selanjutnya adalah evaluasi. Evaluasi merupakan proses penilaian tentang sejauh mana suatu kegiatan tertentu telah dicapai. Evaluasi sangat penting dilakukan karena dalam tahap evaluasi tersebut nantinya akan mengetahui hambatan-hambatan yang mungkin terjadi pada saat proses pelaksanaan kegiatan manajemen humas. Hal ini yang perlu dilakukan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru.

Pada proses evaluasi yang dilakukan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru, pihak yang terlibat yaitu orang-orang yang terlibat pada proses perencanaan dan pelaksanaan sebelumnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Arif Kuriniawan selaku Waka Humas sebagai

berikut: “Pastinya yang terlibat pada kegiatan evaluasi ini adalah semua panitia yang ada pada perencanaan dan pelaksanaan.”<sup>48</sup>

Kemudian Bapak Shodri Rouf selaku Waka Kesiswaan MI Al-Amin Dempelan Madiun juga menambahkan mengenai siapa saja yang terlibat pada tahap evaluasi dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru, dalam hasil wawancara sebagai berikut: “Tentunya dalam tahap evaluasi ini yang terlibat adalah Bapak Arif Kurniawan sebagai ketua panitia dan bapak/ibu guru sesuai dengan *jobdesknya* masing-masing dan untuk komite itu hanya sebatas laporan saja”.<sup>49</sup>

Peran Kepala Madrasah dalam proses evaluasi ini yaitu sebagai petugas monitoring selama proses pelaksanaan yang sudah berjalan. Sehingga apa yang menjadi catatan pada saat monitoring tersebut akan dijadikan bahan pertimbangan dalam proses selanjutnya. Hal tersebut disampaikan oleh Bapak Arif Kurniawan selaku Waka Humas dalam hasil wawancara sebagai berikut: “Untuk proses evaluasi disini, Ibu Kusmiati berperan sebagai petugas monitoring pada saat pelaksanaannya, sehingga apa yang menjadi catatan pada saat proses monitoring tersebut akan menjadi bahan evaluasi kami bersama.”<sup>50</sup>

Pelaksanaan proses evaluasi terkait dengan meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun dilaksanakan sesuai jadwal yang telah ditentukan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Arif Kuriniawan selaku Waka Humas MI Al-Amin Dempelan Madiun sebagai

---

<sup>48</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>49</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

<sup>50</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

berikut: “Kegiatan evaluasi PPDB di MI Al-Amin Dempelan dilaksanakan sesuai jadwal yang telah ditentukan.”<sup>51</sup>

Adapun metode dalam evaluasi yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan yaitu observasi untuk promosi di luar PPDB dan pol pendapat untuk promosi pada saat PPDB. Observasi yang dilakukan pada promosi di luar PPDB untuk melihat pengaruh-pengaruh program-program hubungan masyarakat yang sedang dilaksanakan khususnya kegiatan drumband keliling dan memposting kegiatan yang ada pada madrasah di akun sosial media. Sedangkan metode pol pendapat untuk promosi pada saat PPDB dilakukan dengan wawancara langsung kepada seluruh panitia PPDB, agar memberikan opini atau masukan tentang pelaksanaan promosi pada saat PPDB.<sup>52</sup>

Setelah memilih metode evaluasi, evaluasi siap dilaksanakan. Evaluasi yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan Madiun melalui dua cara yakni *face to face* ketika kegiatan berlangsung dan rapat bersama. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan selaku Waka Humas MI Al-Amin Dempelan sebagai berikut: “Terkait evaluasi kami melakukan dengan cara *face to face* pada saat kegiatan berlangsung dan rapat bersama.”<sup>53</sup>

Tahap pelaksanaan evaluasi yang berkaitan dengan kegiatan drumband keliling di sekitar desa Dempelan (promosi di luar PPDB) dilaksanakan *face to face* pada saat kegiatan drumband berlangsung, yang dilakukan setiap dua minggu sekali oleh kepala madrasah yang berperan sebagai petugas monitoring. Hasil monitoring menghasilkan beberapa catatan yaitu untuk

---

<sup>51</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>52</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

<sup>53</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

drumband keliling sekitar madrasah sudah berjalan dengan baik dan maksimal hanya saja perlu latihan lagi khususnya siswa-siswi yang baru bergabung di ekstra drumband dan tak kalah penting MI Al-Amin Dempelan Madiun juga mendapatkan beberapa penghargaan dalam lomba drumband. Hal ini nantinya dapat dijadikan pijakan madrasah untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru.<sup>54</sup>

Bapak Shodri Rouf selaku Waka Kesiswaaan juga menambahkan terkait evaluasi kegiatan drumband. Dalam hasil wawancara sebagai berikut: “Pelaksanaan evaluasi yang berkaitan dengan kegiatan drumband dilaksanakan secara terus menerus setiap dua minggu sekali dan mereview ulang bagaimana progress pada pelaksanaan program drumband keliling yang berjalan. Alhamdulillah untuk kegiatan drumband keliling kemarin kami juga memperoleh beberapa penghargaan dalam kegiatan lomba drumband, ekstra drumband ini diminati oleh banyak siswa-siswi.”<sup>55</sup> Hal ini diperkuat dengan hasil dokumentasi peneliti yaitu beberapa piala yang diperoleh saat mengikuti lomba drumband.<sup>56</sup>

Kegiatan promosi melalui drumband keliling ini sangat berpengaruh bagi madrasah meskipun terlihat sepele tetapi membawa dampak yang baik sekali. Dampak dari *soft marketing* ini adalah timbulnya kepercayaan masyarakat terhadap madrasah dan timbulnya persepsi yang baik. Timbulnya persepsi yang baik dan kepercayaan inilah nantinya akan berdampak signifikan terhadap

---

<sup>54</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

<sup>55</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

<sup>56</sup> Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 10/D/09-I/-2023.

peningkatan minat para calon peserta didik baru pada MI Al-Amin Dempelan Madiun.<sup>57</sup>

Kemudian tahap evaluasi selanjutnya yang berkaitan dengan promosi di luar PPDB yakni kegiatan pengoptimalan postingan dalam akun media sosial instagram dan whatsapp yaitu dilaksanakan dengan cara monitoring berkala yang dilakukan oleh kepala madrasah dan akan dibahas melalui forum rapat setiap hari senin secara *kontinu*. Monitoring berkala bertujuan untuk melihat sejauhmana progress pelaksanaan memposting kegiatan yang ada pada akun media sosial instagram dan whatsapp apakah sudah berjalan dengan baik atau belum dan akan menghasilkan beberapa catatan. Catatan dari hasil monitoring berkala yaitu harus lebih dimaksimalkan lagi postingannya, karena dua postingan dalam seminggu itu di rasa masih kurang. Pengoptimalan yang dilakukan yaitu dengan cara terus memposting kegiatan-kegiatan yang dilakukan madrasah melalui media sosial instagram dan whatsapp. Karena pada kenyataannya media sosial itu dampaknya sangat besar sekali terkadang postingan di status whatsapp dan instagram ketimbun dengan postingan orang lain maka dari itu lebih dimaksimalkan lagi. Dalam hal ini sesuai hasil wawancara dengan Bapak Arif Kuriniawan selaku Waka Humas yaitu:

Evaluasi yang berkaitan dengan media sosial dilaksanakan dengan monitoring berkala oleh kepala madrasah dan akan dibahas pada rapat setiap hari senin secara *kontinu*. Monitoring menghasilkan catatan yaitu kami dari pihak madrasah harus lebih dimaksimalkan lagi, karena satu minggu dengan dua postingan itu saya rasa masih kurang. Media sosial itu dampaknya sangat besar sekali, terhang postingan di status whatsapp 24 jam akan hilang, jika di instagram itu kalau tidak ada yang like atau komen akan ketimbun dengan postingan orang lain maka dari itu lebih dimaksimalkan lagi, biasanya kalau postingan kami tidak ada yang komen atau tidak ada

---

<sup>57</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

yang like kami cukup menulis up biar dia naik lagi ke atas dan bisa dilihat kembali oleh semua orang.<sup>58</sup>

Setelah tahapan evaluasi kegiatan promosi di luar PPDB, evaluasi selanjutnya yaitu promosi yang berkaitan dengan pelaksanaan pada saat PPDB yakni penyebaran brosur dan pemasangan banner di jalan raya, di depan pasar mbarak dan di depan madrasah. Kegiatan evaluasi ini dilaksanakan pada saat rapat setelah kegiatan PPDB selesai dengan menghasilkan catatan yaitu pemasangan banner sudah berjalan dengan baik akan tetapi perlu ada pengawasan yang lebih efektif. Pengawasan yang ditekankan adalah pada pemasangan banner di depan pasar mbarak yang rawan sekali hilang.<sup>59</sup> Adanya program unggulan (ekstrakurikuler) dan beberapa penghargaan yang dituliskan di banner dan brosur dapat mendukung kegiatan sosialisasi yang membawa dampak sangat baik bagi lembaga.<sup>60</sup>

Milad MI Al-Amin Dempelan merupakan bentuk promosi madrasah dalam menarik minat calon peserta didik baru yang dilaksanakan sebelum sosialisasi. Pada kegiatan milad madrasah dengan berbagai lomba yaitu mewarnai dan hafalan surat pendek serta doa sehari-hari ini nantinya akan membawa dampak yang signifikan dalam madrasah. Target lomba dalam milad madrasah adalah anak-anak TK/RA dari desa Dempelan, lintas desa maupun lintas kecamatan. Milad madrasah MI Al-Amin Dempelan sudah berjalan dengan baik sesuai target dalam perencanaan, akan tetapi perlu diperbaiki lagi dalam pemilihan lomba yang banyak diminati oleh anak TK/RA dimana akan

---

<sup>58</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>59</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>60</sup> Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 02/D/09-I/-2023.

diperbaiki dalam kegiatan milad selanjutnya.<sup>61</sup> Adanya kegiatan milad madrasah menimbulkan hubungan yang baik dari berbagai pihak TK/RA.<sup>62</sup>

Kemudian evaluasi selanjutnya adalah sosialisasi. Sosialisasi merupakan suatu yang lumrah dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk memasarkan produk pendidikannya. Dengan adanya sosialisasi pada saat kegiatan PPDB diharapkan dapat meningkatkan minat calon peserta didik baru. Evaluasi terkait kegiatan pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan yaitu dengan rapat bersama. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan sosialisasi dapat berjalan sesuai target atau tidak. Kemudian dari hasil rapat bersama tersebut menghasilkan beberapa catatan yang akan dibahas bersama ketika PPDB sudah selesai. Hasil catatan kegiatan evaluasi tersebut yaitu sosialisasi sudah berjalan dengan baik, sesuai rencana dan sesuai target hanya saja perlu ditingkatkan lagi pada promosi PPDB selanjutnya. Hal ini sebagaimana yang dipaparkan oleh Ibu Kusmiati sebagai berikut: “Terkait evaluasi pada kegiatan sosialisasi dilaksanakan dengan rapat bersama apakah sudah berjalan dengan baik atau belum kemudian menghasilkan catatan. Catatan tersebut yaitu alhamdulillah sosialisasi sudah berjalan semestinya sesuai dengan target yaitu anak TK/RA, hanya saja perlu dimaksimalkan lagi.”<sup>63</sup>

Evaluasi selanjutnya adalah terkait anggaran dana yang telah direncanakan pada tahap perencanaan, kegiatan evaluasi ini dilaksanakan melalui forum rapat setelah kegiatan promosi PPDB selesai. Dana merupakan suatu hal yang sangat penting dalam mendukung kegiatan PPDB, tanpa adanya

---

<sup>61</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>62</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 05/W/16-1/2023.

<sup>63</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/16-1/2023.

dana semua kegiatan tidak akan berjalan dengan maksimal sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara Bapak Arif Kuriniawan selaku Waka Humas MI Al-Amin Dempelan Madiun sebagai berikut:

Pendanaan merupakan aspek yang paling utama dalam kegiatan PPDB di MI Al-Amin Dempelan Madiun dalam pembuatan banner yang cukup besar itu kan juga butuh dana yang lumayan, kemudian nanti orang yang memasang banner itu kan juga perlu dana lagi maka dari itu terkait pendanaan saya rasa masih harus dimaksimalkan lagi untuk kegiatan PPDB selanjutnya.<sup>64</sup>

Adapun seluruh pelaksanaan strategi dan teknik dalam kegiatan PPDB dievaluasi melalui forum rapat ketika pelaksanaan PPDB telah selesai. Strategi dan teknik memang merupakan aspek yang sangat penting dalam kegiatan PPDB. Strategi dan teknik ini nantinya akan berpengaruh terhadap peningkatan calon peserta didik baru, maka dari itu strategi harus direncanakan dan dilaksanakan dengan maksimal. Strategi dan teknik MI Al-Amin Dempelan Madiun yaitu promosi dengan mulut ke mulut dan menawarkan beberapa program unggulan. Untuk pelaksanaan promosi dari mulut ke mulut baik orang tua siswa atau siswa selaku pengguna jasa pendidikan sudah berjalan dengan baik. Dalam hal ini sesuai hasil wawancara dengan Bapak Arif Kuriniawan selaku Waka Humas yaitu: “Untuk evaluasi terkait promosi dari mulut ke mulut alhamdulillah sudah berjalan dengan baik. Promosi mulut ke mulut ini merupakan strategi dan teknik yang baik diimplementasikan pada saat kegiatan PPDB.”<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor :03/W/16-1/2023.

<sup>65</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

Selain yang disampaikan oleh Bapak Arif Kurniawan mengenai evaluasi strategi dan teknik dalam pelaksanaan PPDB. Ibu Kusmiati selaku Kepala Madrasah juga menyampaikan terkait strategi dan teknik dalam pelaksanaan PPDB yaitu adanya program silaturahmi dengan sesepuh yayasan berupa mengundang beliau pada saat perayaan milad madrasah sudah berjalan dengan baik sesuai dengan apa yang kita harapkan. Silaturahmi dengan sesepuh yayasan inilah salah satu bentuk kegiatan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru. Dengan jalinan silaturahmi dan komunikasi yang baik dengan pihak sesepuh yayasan maupun tetangga di sekitar madrasah diharapkan menjadi budaya yang menimbulkan persepsi dan kepercayaan tersendiri bagi MI Al-Amin Dempelan Madiun. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Kusmiati selaku Kepala Madrasah sebagai berikut:

Evaluasi dari kegiatan PPDB yang berkaitan dengan strategi silaturahmi kepada sesepuh yayasan dengan cara mengundang beliau pada saat perayaan milad madrasah dan tetangga madrasah sekitar, sudah berjalan dengan semestinya. Silaturahmi ini perlu kami lakukan karena dapat menimbulkan persepsi dan kepercayaan masyarakat sekitar bahwa kami merupakan madrasah yang menjaga tali silaturahmi kepada semua lingkungan madrasah.<sup>66</sup>

Bapak Arifin Kurniawan selaku Waka Humas juga menambahkan terkait strategi dan teknik dalam pelaksanaan PPDB. Adanya kerja sama dengan Nurul Hayat sangat berpengaruh bagi madrasah khususnya bagi calon peserta didik baru yang kurang mampu agar memperoleh hak pendidikan yang layak seperti anak-anak yang lain. Nurul hayat banyak sekali membantu madrasah. Bantuan yang diberikan berupa finansial dan barang kepada siswa-siswi miskin dan

---

<sup>66</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 04/W/16-1/2023.

yatim piatu, untuk bantuan barang berupa al-qur'an, seragam gratis maupun mukena dan sarung. Dalam hal ini sesuai hasil wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan sebagai berikut:

Adanya kerja sama dengan Nurul Hayat juga berpengaruh bagi madrasah. Nurul hayat banyak sekali memberikan bantuan berupa finansial dan barang. Alhamdulillah kerja sama yang dilakukan berjalan dengan baik, sehingga para calon peserta didik baru khususnya calon peserta didik baru yang kurang mampu dapat memperoleh pendidikan dan fasilitas yang layak.<sup>67</sup>

Adapun tindak lanjut dari kegiatan evaluasi adalah terus menerus membenahi apa yang menjadi kekurangan atau kelemahan pada saat pelaksanaan PPDB dan terus mengembangkan ide-ide kreatif dalam rangka mendukung kegiatan PPDB. Tidak hanya itu madrasah diharapkan selalu menjaga *eksistensi* di media sosial, melakukan pengawasan terhadap banner yang ada di depan pasar mbarak yang rawan hilang dan paling utama adalah pendanaan yang perlu dimaksimalkan lagi. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Bapak Arif Kuriniawan selaku Waka Humas dalam hasil wawancara sebagai berikut: “Untuk rencana tindak lanjut kita jadikan catatan dan untuk PPDB yang akan datang kami perbaiki. Lobang-lobang apa yang menjadi masalah akan kami tutupi dan benahi untuk kegiatan PPDB selanjutnya khususnya mengenai postingan, banner yang rawan hilang dan pendanaan.”<sup>68</sup>

Adanya evaluasi ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana tingkat ketercapaian target atau tujuan yang diinginkan. Tujuan diadakannya manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun bisa dikatakan sudah tercapai sesuai tujuan dan

---

<sup>67</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>68</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

target. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah siswa-siswi di MI Al-Amin Dempelan Madiun yang tidak hanya berasal dari desa Dempelan saja akan tetapi ada siswa-siswi yang berasal dari lintas desa bahkan lintas kecamatan. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara kepada wali murid kelas 4 Ibu Umarti yang berasal dari lintas kecamatan sebagai berikut: “Tentunya ada teman sesama wali murid yang berasal dari lintas desa hingga lintas kecamatan, kemarin saya juga berbincang kepada teman sesama wali murid ternyata ada yang berasal dari lintas desa yaitu Sirapan hingga lintas kecamatan yaitu dari kecamatan Madiun.”<sup>69</sup>

Pada tahap evaluasi yang dilakukan MI Al-Amin Dempelan Madiun juga membahas apa saja yang menjadi faktor penghambat atau kendala yang dihadapi selama proses pelaksanaan PPDB. Adapun faktor penghambat atau kendala yang dihadapi selama pelaksanaan PPDB yaitu kurangnya pengawasan terhadap kegiatan promosi contohnya banner yang dipasang di dekat pasar rawan sekali hilang, faktor penghambat selanjutnya adalah pendanaan tentu saja dalam kegiatan PPDB ini memerlukan dana agar bisa berjalan dengan baik. Dengan adanya identifikasi kendala-kendala tersebut nantinya akan dirumuskan solusi apa yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Hal tersebut sesuai wawancara dengan Bapak Arif Kuriniawan selaku Waka Humas MI Al-Amin Dempelan Madiun sebagai berikut:

Tentu saja ada faktor penghambatnya yaitu kurangnya pengawasan contohnya pemasangan banner yang cukup besar di depan pasar mbarak dempelan itu rawan sekali hilang, dan faktor penghambat lainnya adalah pendanaan. Pendanaan merupakan aspek yang paling utama dalam kegiatan PPDB di MI Al-Amin Dempelan Madiun dalam pembuatan banner yang cukup besar itu kan juga butuh dana yang

---

<sup>69</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 02/D/09-I/-2023.

lumayan, kemudian nanti orang yang memasang banner itu kan juga perlu dana lagi maka dari itu terkait pendanaan saya rasa masih harus di maksimalkan lagi.<sup>70</sup>

Selanjutnya selain faktor penghambat ada faktor pendukung dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun yaitu adanya beberapa prestasi dan program-program unggulan seperti pramuka, kaligrafi, renang, drumband, sempoa, pidato 3 bahasa, literasi dan lain sebagainya. Dengan adanya faktor pendukung nantinya akan mempermudah dalam menarik minat calon peserta didik baru. Hal tersebut sesuai wawancara dengan Bapak Arif Kuriniawan selaku Waka Humas MI Al-Amin Dempelan Madiun sebagai berikut:

Faktor pendukung yang dijadikan nilai plus adalah adanya beberapa prestasi yang diraih dan program-program unggulan seperti pramuka, kaligrafi literasi dan lain sebagainya, dengan adanya prestasi dan program unggulan akan mempermudah kita mensosialisasikannya. Ibarat kita menjual barang yang tidak mempunyai keistimewaan itu akan susah, alhamdulillah beberapa prestasi kita jadikan jargon untuk menjual atau marketing.<sup>71</sup>

Hal ini diperkuat dengan hasil dokumentasi peneliti terkait adanya brosur PPDB yang berisi tentang program unggulan yang ditawarkan dan beberapa penghargaan.<sup>72</sup>

Berdasarkan uraian tentang evaluasi manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun dapat disimpulkan bahwa pada proses evaluasi ini menggunakan metode observasi untuk promosi di luar PPDB dan pol pendapat untuk promosi pada saat PPDB. Observasi yang dilakukan pada promosi di luar PPDB untuk

<sup>70</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>71</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor: 03/W/16-1/2023.

<sup>72</sup> Lihat Transkrip Dokumentasi Nomor: 02/D/09-I/-2023.

melihat pengaruh-pengaruh program-program hubungan masyarakat yang sedang dilaksanakan khususnya kegiatan drumband keliling dan memposting kegiatan yang ada pada madrasah di akun sosial media. Sedangkan metode pol pendapat untuk promosi pada saat PPDB dilakukan dengan wawancara langsung kepada seluruh panitia PPDB, agar memberikan opini atau masukan tentang pelaksanaan promosi pada saat PPDB, adapun proses evaluasi ini meliputi: a) promosi di luar PPDB meliputi kegiatan drumband keliling dievaluasi dengan cara *face to face* pada saat kegiatan berlangsung menghasilkan catatan perlu adanya latihan lagi khususnya siswa-siswi yang baru bergabung dan memposting kegiatan yang ada pada madrasah dievaluasi melalui monitoring berkala serta rapat setiap hari secara *kontinu* menghasilkan catatan bahwa postingan di media sosial perlu dioptimalkan lagi dengan 3 postingan dalam seminggu secara *intens*, b) promosi pada saat PPDB dievaluasi melalui rapat bersama membahas tentang kegiatan pemasangan banner yang harus ada pengawasan lebih baik lagi khususnya banner yang dipasang di pasar mbarak maupun di jalan raya yang rawan hilang, penyebaran brosur melalui online (media instagram dan whatshapp) dan offline (pada saat sosialisasi) harus ditingkatkan lagi, kemudian kegiatan perayaan milad madrasah perlu adanya pemilihan lomba yang banyak diminati oleh anak TK/RA, selanjutnya kegiatan sosialisasi sudah berjalan dengan baik sesuai dengan target dan rencana perlu ditingkatkan lagi, terkait pendanaan juga harus dimaksimalkan lagi karena tanpa adanya dana kegiatan PPDB tidak dapat berjalan sesuai dengan rencana, tidak hanya itu saja evaluasi juga membahas terkait pelaksanaan strategi dalam kegiatan promosi, strateginya yang

dilakukan MI Al-Amin Dempelan Madiun yaitu promosi dari mulut ke mulut, program silaturahmi kepada sesepuh yayasan dengan cara mengundang beliau pada saat perayaan milad madrasah, menjalin hubungan baik dengan pihak TK/RA, adanya kerja sama dengan Nurul Hayat terkait bantuan kepada siswa miskin dan yatim piatu yang sudah berjalan dengan baik. Adanya evaluasi ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana tingkat ketercapaian target atau tujuan yang diinginkan. Tujuan diadakannya manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun bisa dikatakan sudah tercapai sesuai tujuan dan target. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah siswa-siswi di MI Al-Amin Dempelan Madiun yang tidak hanya berasal dari desa Dempelan saja akan tetapi ada siswa-siswi yang berasal dari lintas desa bahkan lintas kecamatan. Secara skematis evaluasi manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan dapat dilihat pada bagan berikut:



**Gambar 4.4. Evaluasi Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru**

### C. Pembahasan

#### 1. Analisis Perencanaan Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun

Perencanaan adalah penentuan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai dalam menetapkan jalan dan sumber yang diperlakukan untuk mencapai tujuan seefektif dan seefisien mungkin.<sup>73</sup> Dalam manajemen humas perencanaan merupakan modal atau langkah awal yang dilakukan untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat yang di dalamnya merumuskan program-program apa saja yang dapat dilakukan agar masyarakat bisa berpartisipasi pada lembaga pendidikan tersebut.<sup>74</sup> Dengan adanya perencanaan yang baik dan disusun secara matang, nantinya akan berpengaruh terhadap keberhasilan dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Perencanaan humas dilakukan pada saat kegiatan penerimaan calon peserta didik baru. Kegiatan perencanaan tersebut nantinya akan menjadi strategi yang harus dibuat dan dilaksanakan, sebagai pedoman dalam melaksanakan kegiatan sebagai usaha dalam mencapai tujuan dari lembaga pendidikan tersebut dapat efektif dan efisien. Menurut George R. Terry dalam bukunya Nanang Fatah, perencanaan berarti merumuskan pembagian tugas, memilih alternatif program serta menetapkan langkah-langkah kegiatan pelaksanaan.<sup>75</sup> Hal ini sesuai yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan Madiun bahwa pada proses perencanaan sudah melalui tahap penyusunan kepanitiaan dan pembagian tugas serta kewajiban setiap anggotanya.

---

<sup>73</sup> Fatah, *Landasan Manajemen Pendidikan*, 71.

<sup>74</sup> Dwiyama, *Manajemen Humas Membangun Peran Masyarakat pada Lembaga Pendidikan*, 66.

<sup>75</sup> Fatah, *Landasan Manajemen Pendidikan*, 71.

Penyusunan kepanitiaan PPDB di MI Al-Amin Dempelan terdiri dari pihak internal dan eksternal. Pihak internal terdiri dari semua tenaga pendidik dan kependidikan sedangkan pihak eksternal terdiri dari komite sekolah dan alumni yang telah sukses yang nantinya akan membawa dampak positif bagi lembaga. Tak kalah penting dari penyusunan kepanitiaan adalah adanya tim editor sendiri yang merupakan salah satu guru MI Al-Amin Dempelan.

Aktivitas perencanaan meliputi mengkaji kebijakan yang relevan, menganalisis kondisi lembaga, merumuskan tujuan pengembangan, mengumpulkan data dan informasi, menganalisis data dan informasi, merumuskan dan memilih alternatif program dan menetapkan langkah-langkah kegiatan pelaksanaan.<sup>76</sup> Hal ini sesuai yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan Madiun bahwa kegiatan perencanaan meliputi mengkaji kebijakan yang relevan sampai dengan merumuskan dan memilih alternatif program dan menetapkan langkah-langkah kegiatan pelaksanaan. Alternatif program yang dilakukan MI Al-Amin Dempelan Madiun yaitu promosi di luar PPDB dan promosi pada saat PPDB.

Chusnul Chatimah dalam bukunya menjelaskan bahwa dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru upaya yang harus dilakukan madrasah adalah mengadakan promosi di luar PPDB dan promosi pada saat PPDB.<sup>77</sup> Promosi di luar PPDB seperti menyebarkan seluruh kegiatan-kegiatan ke media sosial, tidak hanya itu pelayanan yang terbaik dalam proses pembelajaran juga menjadikan hal yang sangat penting dalam promosi di luar

---

<sup>76</sup> Wahyu Wisnu, *Manajemen Humas dalam Program Praktik Kerja Industri Jurusan Perhotelan SMK 3 Palangka Raya*, 134.

<sup>77</sup> Chusnul Chatimah, *Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan dengan Masyarakat*, 98.

PPDB untuk meningkatkan minat peserta didik baru. Sedangkan untuk promosi ketika PPDB yaitu penyebaran pamflet, banner, brosur hingga sosialisasi ke lembaga pendidikan.

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil temuan yang dilakukan oleh peneliti proses perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun sudah mengacu pada teori yang ada yaitu dengan adanya promosi di luar PPDB dan promosi pada saat PPDB. Promosi di luar PPDB (*soft marketing*) meliputi:

1. Program drumband keliling di sekitar MI Al-Amin Dempelan Madiun

Promosi di luar PPDB yang dilakukan MI Al-Amin Dempelan Madiun adalah drumband keliling. Drumband tersebut merupakan salah satu program unggulan ekstrakurikuler yang sangat diminati oleh banyak siswa-siswi dan memiliki sejumlah penghargaan yang didapat pada saat lomba.

2. Memposting kegiatan-kegiatan yang ada pada madrasah di akun sosial media (*promosi intensif*)

Media sosial merupakan salah satu alat promosi yang dilakukan oleh beberapa lembaga pendidikan. Dengan adanya media sosial yang terus mengalami perkembangan, maka lembaga pendidikan juga dituntut untuk mengikuti arus perkembangan tersebut. Seperti halnya yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan dalam kegiatan promosi memanfaatkan media sosial instagram dan whatsapp, kemudian kegiatan yang di posting adalah ekstrakurikuler, belajar mengajar hingga beberapa prestasi yang diraih. Dengan memposting kegiatan-kegiatan yang ada di madrasah, diharapkan untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru.

Sedangkan promosi ketika penerimaan calon peserta didik baru yang dilakukan MI Al-Amin Dempelan Madiun meliputi:

1. Pemasangan banner di jalan raya, depan pintu madrasah, dan pasar mbarak desa Dempelan

Menurut Kotler yang ditulis oleh Ahmad Sofan Anshor salah satu alat promosi dalam PPDB adalah periklanan.<sup>78</sup> Periklanan yang dimaksud adalah dengan adanya pemasangan banner sesuai tujuan dan target yang telah ditetapkan. Seperti MI Al-Amin Dempelan Madiun bahwa dalam kegiatan promosi dimulai dengan pemasangan banner di jalan raya, depan pintu madrasah, dan pasar mbarak desa Dempelan. Hal ini bertujuan untuk menarik minat calon peserta didik baru yang berasal dari desa Dempelan, lintas desa Dempelan hingga lintas kecamatan dan yang paling penting adalah untuk memberikan informasi kepada semua orang bahwa telah dibuka pendaftaran siswa baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.

2. Penyebaran brosur melalui online (media sosial whatsapp dan instagram) dan offline (pada saat kegiatan sosialisasi).
3. Milad yang dilaksanakan pada 19 Februari

Milad madrasah dengan berbagai perlombaan dan mendatangkan para calon peserta didik baru merupakan salah satu trik atau promosi yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan sebelum melakukan sosialisasi. Mendatangkan calon peserta didik baru pada saat milad bertujuan untuk mengenalkan dan mengetahui madrasah secara langsung.

4. Sosialisasi PPDB

---

<sup>78</sup> Ansor, *Pengaruh Kualitas Pendidikan dan Promosi Terhadap Perolehan Jumlah Siswa pada Sekolah Menengah Atas Swasta Maarif Kota Cilegon Banten*, 324.

Sosialisasi dalam lembaga pendidikan merupakan salah satu kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi pelanggan jasa pendidikan pada kegiatan pembelian dengan kebutuhan dan keinginannya.<sup>79</sup> Hal ini terlihat pada MI Al-Amin Dempelan Madiun bahwa dalam kegiatan PPDB untuk menarik minat calon peserta didik baru sebagai pelanggan jasa pendidikan menggunakan teknik sosialisasi dengan pihak guru yang mengajar pada TK/RA serta membagikan brosur kepada siswa-siswi TK/RA.

Selanjutnya, Adittia Fradito, Sutiah, dan Mulyadi dalam jurnalnya menjelaskan bahwa promosi memegang peran terbaik dalam meningkatkan jumlah penjualan, akan tetapi promosi dalam produk jasa tidak memegang peranan penting bahkan dapat berakibat sebaliknya menjadi *boomerang*.<sup>80</sup> Artinya lembaga yang hanya menonjolkan promosi saja tanpa adanya strategi yang lain mengalami penurunan minat. Dari hasil fakta yang ditemukan oleh peneliti, peneliti menemukan beberapa strategi dalam promosi yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru yaitu sebagai berikut:

1. Promosi mulut ke mulut dari orang tua atau siswa selaku pengguna jasa Pendidikan

Teknik promosi mulut ke mulut ini merupakan teknik yang paling menjamin, siswa maupun orang tua siswa akan merasa puas dan dengan sendirinya akan bercerita mulut ke mulut dengan orang tua lainnya.<sup>81</sup> Hal

---

<sup>79</sup> Raya, *Marketing Jasa di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran dalam Pendidikan)*, 46.

<sup>80</sup> Fradito, Suti'ah, dan Mulyadi, *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah*, 18.

<sup>81</sup> Fradito, Suti'ah, dan Mulyadi, *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah*, 18.

itu terlihat pada siswa maupun orang tua siswa yang bercerita dengan tetangga, kerabat bahkan orang lain terkait apa saja keunggulan, prestasi serta program ekstrakurikuler yang dimiliki oleh MI Al-Amin Dempel

## 2. Program silaturahmi ke sesepuh Yayasan

Sekolah seyogyanya merupakan lembaga yang tidak jauh dan tak terpisahkan dari masyarakat karena sesungguhnya kekuatan sekolah itu terletak pada sejauh mana ia mampu berkomunikasi, berintegrasi, dengan masyarakat pemakai dan berapa besar kontribusinya kepada dunia sekitarnya.<sup>82</sup> Hal ini sesuai dengan paparan data bahwa MI Al-Amin Dempel Madiun adalah lembaga pendidikan yang tidak jauh dari masyarakat, buktinya terdapat program silaturahmi ke sesepuh yayasan dengan mengundang beliau para sesepuh pada saat perayaan milad MI Al-Amin Dempel tanggal 19 Februari. Harapannya agar menimbulkan persepsi positif dan kepercayaan dari masyarakat sekitar untuk menyekolahkan anaknya di MI Al-Amin Dempel.

## 3. Menjalin hubungan baik dengan pihak TK/RA

Hubungan yang baik antara pihak MI Al-Amin Dempel dengan pihak TK/RA tentunya akan membawa dampak yang baik, karena target dari MI sendiri adalah anak-anak TK/RA. Dengan adanya jalinan hubungan yang baik tentunya pihak TK/RA akan membantu dan merekomendasikan siswa-siswinya untuk memilih MI Al-Amin Dempel dalam melanjutkan jenjang selanjutnya.

---

<sup>82</sup> Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Sekolah secara Mandiri*, 286.

4. Adanya kerja sama dengan Nurul Hayat terkait bantuan siswa-siswi miskin dan yatim piatu

Hubungan sekolah dengan masyarakat mencakup hubungan sekolah dengan sekolah lain, sekolah dengan pemerintah setempat, sekolah dengan instansi dan jawatan lain, dan sekolah dengan masyarakat pada umumnya.<sup>83</sup> Hendaknya, semua hubungan itu merupakan hubungan kerja sama yang bersifat pedagogis, sosiologis, dan produktif yang mendapatkan keuntungan dan perbaikan serta kemajuan kedua belah pihak. Hal ini sesuai dengan paparan data bahwa bentuk kerja sama humas untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru yang dilakukan MI Al-Amin Dempelan adalah kerja sama dengan Nurul Hayat. Kerja sama yang dilakukan berupa pemberian bantuan finansial dan barang kepada siswa-siswi miskin dan yatim piatu dalam memenuhi kebutuhan sekolahnya. Dalam hal ini kedua belah pihak akan mendapatkan keuntungan terutama bagi MI Al-Amin Dempelan yaitu agar semua calon peserta didik baru khususnya siswa-siswi miskin maupun yatim piatu dapat melanjutkan dan memperoleh pendidikan yang layak seperti teman-teman yang lain.

Menurut Sri Minarti Hubfan proses perencanaan dan strategi program humas dapat dikatakan sebagai proses daur ulang.<sup>84</sup> Proses tersebut tidak akan pernah berhenti dan terus menerus diperbaharui yang dimulai dari pengenalan kebutuhan (*need assessment*), kemudian diikuti perencanaan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, pemantauan serta evaluasi, kemudian kembali pada

---

<sup>83</sup> Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Sekolah secara Mandiri*, 286.

<sup>84</sup> Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Sekolah secara Mandiri*, 294.

awal. Hal ini pun selaras dengan deskripsi data bahwa perencanaan dan strategi humas di MI Al-Amin Dempelan Madiun terus menerus diperbaharui dan diperbaiki sesuai dengan perkembangan zaman khususnya pada pemilihan media promosi yang awalnya hanya menggunakan media cetak seperti brosur dan banner sekarang ditambah dengan menggunakan media sosial yang berkembang dan paling banyak digunakan oleh berbagai kalangan yaitu whatsapp dan instagram. Proses perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan dimulai dari analisis kebutuhan yaitu SDM yang mendukung dan media dalam kegiatan promosi, hubungan yang baik antara pihak madrasah dengan masyarakat, pihak madrasah dengan sesepuh yayasan dan pihak madrasah dengan Nurul Hayat, kemudian diikuti perencanaan pelaksanaan, pemantauan serta evaluasi, promosi di luar PPDB dan promosi pada saat PPDB kemudian kembali pada awal.

## 2. Analisis Pelaksanaan Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun

Pelaksanaan merupakan suatu fungsi manajemen yang paling utama, jika perencanaan dan pengorganisasian lebih banyak berhubungan dengan aspek-aspek abstrak proses manajemen, maka fungsi *actuating* justru malah lebih menekankan pada kegiatan yang berhubungan langsung dengan orang-orang dalam organisasi lembaga pendidikan. Pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru tentunya melibatkan pihak internal dan eksternal madrasah. Pihak internal terdiri dari semua tenaga pendidik dan kependidikan sedangkan pihak eksternal terdiri dari komite

sekolah dan alumni yang telah sukses yang nantinya akan membawa dampak positif bagi lembaga.

Di lembaga pendidikan, kepala madrasah memiliki peran sangat penting dalam menggerakkan anggotanya untuk dapat melaksanakan suatu program atau kegiatan sesuai dengan perencanaan yang sudah disusun di awal.<sup>85</sup> Hal tersebut sesuai dengan paparan data yang ada bahwa peran kepala madrasah di MI Al-Amin Dempelan Madiun dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru, yaitu sebagai koordinator penerimaan calon peserta didik baru, menciptakan komunikasi yang harmonis antar sesama anggota dan terus berupaya membangkitkan semangat para anggota agar dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai *jobdesknya* masing-masing.

Menurut E. Mulyasa yang dikutip oleh Bernadetta Nadeak menerangkan bahwa manajemen hubungan sekolah dengan masyarakat merupakan seluruh proses kegiatan yang direncanakan dan diusahakan secara sengaja dengan sungguh-sungguh, disertai pembinaan secara *kontinu* untuk mendapatkan simpati dari masyarakat pada umumnya, dan khususnya pada masyarakat yang berkepentingan langsung dengan sekolah.<sup>86</sup> Dari hasil temuan yang dilakukan oleh peneliti, pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun sudah mengacu pada teori yang ada yaitu dengan adanya pelaksanaan promosi di luar PPDB dan promosi pada saat PPDB secara *kontinu*. Adapun pelaksanaan promosi tersebut sebagai berikut:

---

<sup>85</sup> Astutiti, *Manajemen Hubungan Sekolah dengan Masyarakat*, 24.

<sup>86</sup> Bernadetta Nadeak, *Manajemen Humas pada Lembaga Pendidikan*, 19.

1. Promosi di luar PPDB (*soft marketing*) yang dilaksanakan pada awal semester ganjil meliputi:
  - a) Program drumband keliling di sekitar desa Dempelan dengan durasi 1 jam dipandu oleh bapak/ibu guru pembina secara *kontinu*. Kegiatan drumband diikuti oleh 50 siswa-siwi MI Al-Amin Dempelan, kegiatan drumband yang dilaksanakan sebelum promosi pada saat PPDB adalah sebanyak 10 kali
  - b) Memposting kegiatan-kegiatan yang ada pada madrasah (ekstrakurikuler, kegiatan belajar mengajar, prestasi yang diraih dan lain sebagainya) di akun sosial media instagram dan whatsapp. Kegiatan memposting di akun media instagram dan whatsapp dilaksanakan dengan dua postingan dalam seminggu secara *intensif*.
2. Promosi ketika PPDB dilaksanakan pada awal semester genap meliputi
  - a) Pemasangan banner di jalan raya, depan pintu madrasah, serta pasar mbarak desa Dempelan.
  - b) Penyebaran brosur melalui online (media sosial whatsapp dan instagram) dan offline (pada saat kegiatan sosialisasi).
  - c) Perayaan milad madrasah diperingati setiap tanggal 19 Februari dengan mengadakan berbagai perlombaan untuk anak-anak TK/RA antar kecamatan Wungu dan Nglames. Perlombaan milad madrasah diikuti oleh 5 TK/RA yaitu RA Al-Hikmah Sobrah TK desa Sirapan (kecamatan Wungu) TK desa Dempelan 01, TK desa Dempelan 02 dan RA Al-Hidayah Dempelan (kecamatan Nglames). Lomba yang diadakan meliputi mewarnai, hafalan surat-surat pendek serta doa-doa sehari-hari.

Kemudian dengan beberapa lomba tersebut pihak madrasah akan mendapatkan rekapitulasi kejuaraan lomba dan yang mendapatkan juara akan diberikan fasilitas.

- d) Melakukan sosialisasi secara langsung ke TK/RA di sekitar desa dempelan hingga lintas desa. TK/RA yang diberi sosialisasi ada 10 yaitu TK Sirapan, RA Al-Hikmah Sobrah, TK Dempelan 01, TK Dempelan 02, RA Al-Hidayah, TK Nglanduk 01, TK Nglanduk 02, TK Nglambangan 01, TK Nglambangan 02 dan TK Mojorayung 02. Sosialisasi ini dilakukan dengan mengenalkan madrasah dengan beberapa ciri khas serta keunggulan yang dimilikinya.

Selain promosi di luar PPDB dan pada saat PPDB tentunya terdapat strategi pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru yang dilaksanakan oleh MI Al-Amin Dempelan Madiun. Strategi memegang peranan penting, karena lembaga yang hanya menonjolkan promosi saja tanpa adanya strategi yang lain mengalami penurunan minat.<sup>87</sup> Adapun strategi yang dilaksanakan oleh MI Al-Amin Dempelan adalah sebagai berikut:

1. Promosi mulut ke mulut dari orang tua atau siswa selaku pengguna jasa pendidikan. Promosi mulut ke mulut tersebut dilakukan oleh siswa maupun orang tua siswa MI Al-Amin Dempelan yang bercerita dengan tetangga, kerabat bahkan orang lain terkait apa saja keunggulan, prestasi serta program ekstrakurikuler yang dimiliki oleh MI Al-Amin Dempelan.

---

<sup>87</sup> Fradito, Suti'ah, dan Mulyadi, *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah*, 18

2. Program silaturahmi ke sesepuh yayasan dengan mengundang beliau para sesepuh pada saat perayaan milad MI Al-Amin Dempelan tanggal 19 Februari.
3. Mendatangkan calon peserta didik baru pada saat perayaan milad MI Al-Amin Dempelan Madiun pada tanggal 19 Februari dan melakukan kegiatan sosialisasi ke TK/RA dapat menciptakan komunikasi dan hubungan yang baik dengan pihak TK/RA. Inilah strategi yang diterapkan MI Al-Amin Dempelan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru.
4. Adanya kerja sama dengan Nurul Hayat terkait bantuan siswa-siswi miskin dan yatim piatu. Pemberian bantuan yang diberikan berupa finansial dan barang kepada siswa-siswi miskin dan yatim piatu dalam memenuhi kebutuhan sekolahnya. Harapannya agar semua calon peserta didik baru khususnya siswa-siswi miskin maupun yatim piatu dapat melanjutkan dan memperoleh pendidikan yang layak seperti teman-teman yang lain.

Dengan adanya pelaksanaan manajemen humas dan strategi promosi yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan secara *kontinu* nantinya dapat membantu dalam mengidentifikasi terkait manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun, agar para calon peserta didik baru maupun para orang tua siswa percaya dan yakin memilih MI Al-Amin Dempelan Madiun sebagai madrasah pilihan untuk menyekolahkan anaknya. Dengan demikian, nantinya semua tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

### 3. Analisis Evaluasi Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun

Evaluasi adalah tahap terakhir setelah adanya tahap perencanaan dan pelaksanaan yang telah dilakukan sebelumnya. Menurut Sri Minarti Hubfan terdapat metode penilaian guna menilai suatu pelaksanaan program humas yang dilaksanakan pada suatu lembaga pendidikan yaitu observasi dan pol pendapat.<sup>88</sup> Hal ini sesuai yang dilakukan oleh MI Al-Amin Dempelan bahwa untuk promosi di luar PPDB menggunakan metode observasi sedangkan promosi pada saat PPDB menggunakan metode pol pendapat. Observasi yang dilakukan pada promosi di luar PPDB untuk melihat pengaruh-pengaruh program-program hubungan masyarakat yang sedang dilaksanakan khususnya kegiatan drumband keliling dan mempostingan kegiatan yang ada pada madrasah di akun media sosial. Kemudian pol pendapat untuk promosi pada saat PPDB dilakukan dengan wawancara langsung kepada seluruh panitia PPDB, agar memberikan opini atau masukan tentang pelaksanaan promosi pada saat PPDB.

Nina Fatimah dalam jurnalnya menjelaskan bahwa evaluasi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan yaitu dengan cara *face to face* pada saat kegiatan berlangsung dan forum rapat bersama yang bertujuan untuk menghasilkan suatu kesimpulan dari hasil analisis.<sup>89</sup> Seperti MI Al-Amin Dempelan Madiun kegiatan evaluasi dilaksanakan secara *face to face* pada saat kegiatan berlangsung untuk kegiatan drumband keliling, kemudian evaluasi

---

<sup>88</sup> Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Sekolah Secara Mandiri*, 313-315.

<sup>89</sup> Fatimah, *Peran Manajerial Kepala Sekolah, Etos Kerja Guru dan Fasilitas dalam Mengembangkan Keefektifan Pembelajaran Daring*, 1641.

pengoptimalan dalam penggunaan sosial media dilaksanakan melalui rapat bersama setiap hari senin dan promosi pada saat PPDB dievaluasi melalui rapat bersama setelah pelaksanaan PPDB selesai.

Vitri Yuniarti mengemukakan dalam jurnalnya bahwa dengan adanya evaluasi yang dilakukan pada saat itu akan menjadi acuan program selanjutnya untuk lebih baik lagi.<sup>90</sup> Hal ini pun selaras dengan deskripsi data sebelumnya bahwa dengan adanya proses evaluasi dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan ini akan menghasilkan beberapa tindak lanjut terkait pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru yaitu:

- 1) Promosi di luar PPDB, meliputi kegiatan drumband keliling perlu adanya latihan sedangkan untuk kegiatan memposting kegiatan yang ada di madrasah perlu ditingkatkan lagi dua postingan dalam seminggu dirasa masih kurang karena jangkauan sosial media itu sangat luas.
- 2) Promosi pada saat PPDB, meliputi kegiatan pemasangan banner harus ada pengawasan yang lebih baik karena banner yang dipasang di pasar mbarak maupun di jalan raya rawan sekali hilang, kemudian kegiatan milad madrasah perlu adanya pemilihan lomba yang banyak diminati oleh anak TK/RA, selanjutnya kegiatan sosialisasi sudah berjalan dengan baik sesuai dengan target dan rencana akan tetapi perlu ditingkatkan lagi, terkait pendanaan harus dimaksimalkan lagi karena tanpa adanya dana kegiatan PPDB tidak dapat berjalan sesuai dengan rencana dan yang terakhir tak

---

<sup>90</sup> Yuniarti, *Aplikasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MAN Malang*, 10-11.

kalah penting dari kegiatan evaluasi juga membahas strategi dalam kegiatan pelaksanaan yang sudah berjalan dengan baik dan perlu ditingkatkan lagi.

Sri Minarti Hubfan dalam bukunya menjelaskan bahwa proses perencanaan dan strategi program humas dapat dikatakan sebagai proses daur ulang.<sup>91</sup> Proses tersebut tidak akan pernah berhenti dan terus menerus diperbaharui yang dimulai dari pengenalan kebutuhan (*need assessment*), kemudian diikuti perencanaan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, pemantauan serta evaluasi, kemudian kembali pada awal. Hal ini pun selaras dengan deskripsi data bahwa perencanaan dan strategi humas di MI Al-Amin Dempelan Madiun terus menerus diperbaharui dan diperbaiki sesuai dengan perkembangan zaman khususnya pada pemilihan media promosi yang awalnya hanya menggunakan media cetak seperti brosur dan banner sekarang ditambah dengan menggunakan media sosial yang berkembang dan paling banyak digunakan oleh berbagai kalangan yaitu whatsapp dan instagram. Proses perencanaan humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan dimulai dari analisis kebutuhan yaitu SDM yang mendukung dan media dalam kegiatan promosi, hubungan yang baik antara pihak madrasah dengan masyarakat, pihak madrasah dengan sesepuh yayasan dan pihak madrasah dengan Nurul Hayat. Kemudian diikuti perencanaan promosi di luar PPDB dan promosi pada saat PPDB, pelaksanaan promosi di luar PPDB dan promosi pada saat PPDB, pemantauan serta evaluasi dengan cara *face to face* pada saat kegiatan dan rapat bersama terkait kegiatan promosi di luar PPDB dan promosi pada saat PPDB kemudian kembali pada awal.

---

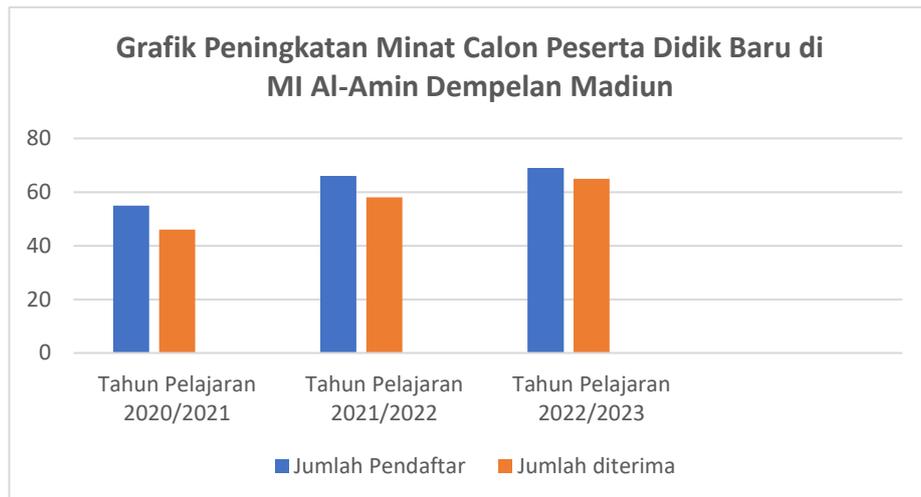
<sup>91</sup> Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Sekolah secara Mandiri*, 294.

Suatu program dapat dikatakan berhasil apabila program tersebut berjalan sesuai dengan tujuan awal, sasaran target dalam program tersebut tepat, dan program tersebut selesai tepat waktu.<sup>92</sup> Dari hasil temuan yang dilakukan oleh peneliti, manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun sudah berjalan sesuai dengan tujuan awal, sasaran target dalam program tersebut tepat, dan program tersebut selesai tepat waktu, maka manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun sudah dikatakan berhasil sesuai dengan tujuannya. Ketercapaian tujuan dapat dilihat dari jumlah siswa-siswi MI Al-Amin Dempelan yang terus meningkat setiap tahunnya.

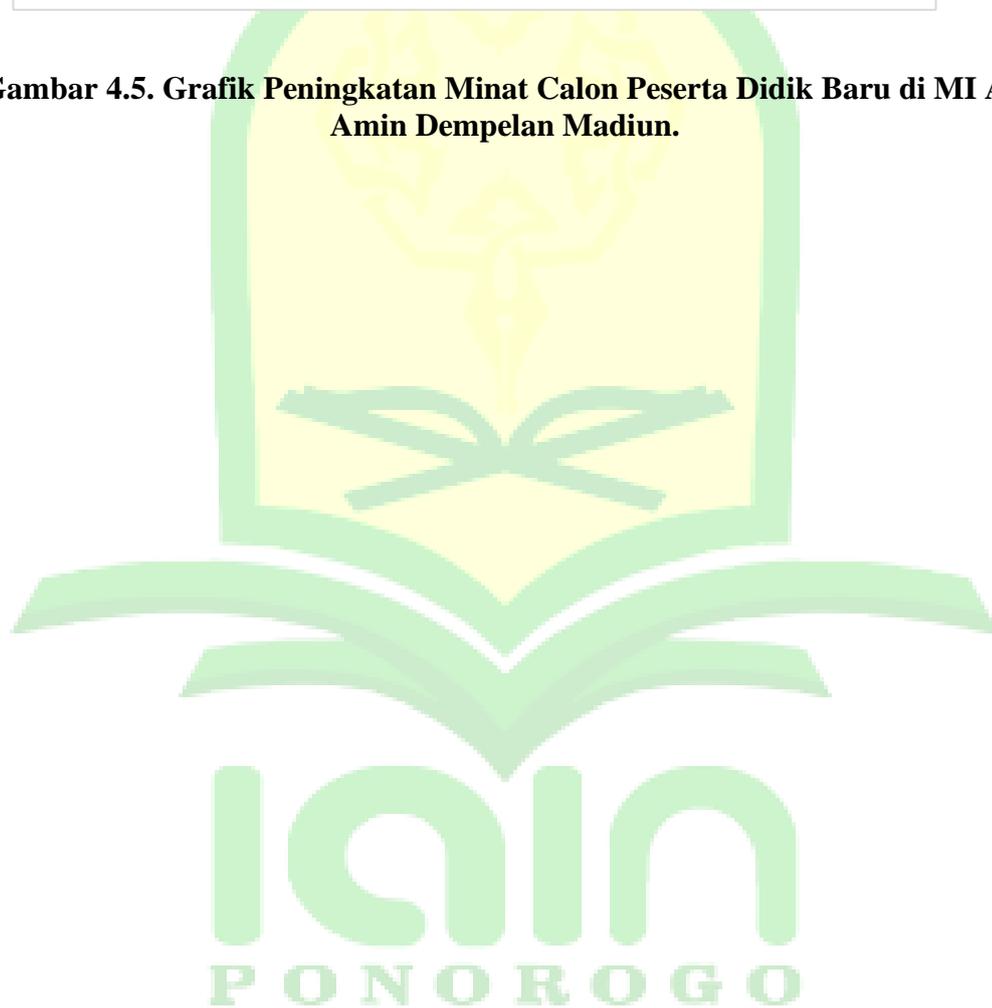
Dengan demikian, evaluasi sangat dibutuhkan manajemen humas dalam setiap kegiatan yang telah dilaksanakan sehingga akan mengetahui berhasil tidaknya dan faktor apa yang menghambat dan mendukung pada proses pelaksanaan kegiatan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru. Terlebih lagi bagi MI Al-Amin Dempelan Madiun melalui proses evaluasi akan dapat mengetahui tingkat ketercapaian tujuan yang ingin dicapai dalam hal meningkatkan minat calon peserta didik baru. Ketercapaian tujuan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru dapat dilihat pada grafik sebagai berikut:

---

<sup>92</sup> Tuginem, *Otomatisasi dan Tata Kelola Humas dan Keprotokolan*, 295.



**Gambar 4.5. Grafik Peningkatan Minat Calon Peserta Didik Baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun.**



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun; a) promosi di luar PPDB yakni meliputi kegiatan drumband keliling sekitar desa Dempelan dan memposting kegiatan-kegiatan yang ada pada madrasah, b) promosi pada saat PPDB meliputi penyusunan panitia, pemetaan target, pemasangan banner penyebaran brosur, perayaan milad madrasah, dan melakukan sosialisasi.
2. Pelaksanaan Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun; a) promosi di luar PPDB dilakukan pada awal semester ganjil yaitu dengan penampilan drumband keliling di sekitar desa Dempelan dua minggu sekali secara *kontinu* dan memposting kegiatan yang ada di madrasah pada akun media sosial instagram dan whatshapp secara *intensif* dengan dua postingan dalam seminggu (*soft marketing*), b) promosi pada saat PPDB yang dilakukan pada awal semester genap dengan pemasangan banner di jalan raya, depan pintu madrasah dan pasar mbarak desa Dempelan, penyebaran brosur secara online dan offline, perayaan milad madrasah setiap tanggal 19 Februari dengan mengadakan berbagai perlombaan untuk anak-anak TK/RA antar kecamatan, melakukan sosialisasi secara langsung ke TK/RA di sekitar desa Dempelan hingga lintas desa, dan tak kalah penting dari kegiatan promosi adalah adanya strategi dan

teknik dalam pelaksanaan untuk menarik minat calon peserta didik baru yang meliputi berita dari mulut ke mulut, program silaturahmi, menjalin hubungan baik dengan pihak TK/RA, dan yang terakhir adanya kerja sama dengan Nurul Hayat untuk memberikan bantuan.

3. Evaluasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat calon Peserta Didik Baru di MI Al-Amin Dempelan Madiun menggunakan dua metode yaitu observasi untuk promosi di luar PPDB dan pol pendapat untuk promosi pada saat PPDB; a) promosi di luar PPDB meliputi kegiatan drumband keliling dievaluasi melalui *face to face* dan memposting kegiatan yang ada pada madrasah dievaluasi melalui rapat setiap hari secara *kontinu*, b) promosi pada saat PPDB dievaluasi melalui rapat bersama setelah pelaksanaan PPDB selesai. Melalui proses evaluasi akan dapat mengetahui ketercapaian tujuan dalam hal meningkatkan minat calon peserta didik baru di MI Al-Amin Dempelan yaitu dapat dilihat dari jumlah siswa-siswi yang ada di MI Al-Amin Dempelan yang terus meningkat setiap tahunnya.

## **B. Saran**

1. Bagi Madrasah

Pihak madrasah diharapkan dapat terus menjalin komunikasi yang baik dengan pihak eksternal madrasah maupun pihak internal madrasah yang sudah terjalin, hal ini bertujuan untuk nantinya dapat melaksanakan program-program pendidikan dengan baik dan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Selain itu juga pihak madrasah untuk terus berupaya meningkatkan kompetensi dan pengetahuan peserta didik maupun tenaga pendidik dan kependidikan, agar

pengguna jasa pendidikan merasa puas dan percaya kepada lembaga pendidikan tersebut

## 2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya mampu menjadi referensi atau bahan acuan bagi peneliti lainnya yang berkaitan dengan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru. Hal ini berkaitan dengan perencanaan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru, pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru, evaluasi manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru.

## 3. Bagi Madrasah Lain

Adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi tolak ukur madrasah lain dalam manajemen humas yang bertujuan untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru sesuai dengan kompetensi yang dimiliki oleh lembaga pendidikan tersebut. Ketika madrasah mampu meningkatkan minat calon peserta didik baru secara baik maka nantinya *eksistensi* dari lembaga pendidikan tersebut akan menjadi baik pula. Selain itu, tentunya akan mempermudah dalam menjalankan program pendidikan yang sudah disusun dengan adanya kerja sama yang positif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Af'idah, Iffah, dan Asep Kurniawan. "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat." *Ejournal.Unhasy.Ac.Id* 01, no. 1 (2020): 12–19.
- Ali. Al-Jumanatul. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV J-Art, 2005.
- Alifiah, Nur Hanina, dan Erny Roesminingsih. "Pengaruh Manajemen Humas dan Citra Sekolah Terhadap Minat Orang Tua di Sub Rayon 34 Surabaya." *Inspirasi Manajemen Pendidikan* 1, no. 1 (2018): 1–8.
- Ansor, Ahmad Sofan. "Pengaruh Kualitas Pendidikan dan Promosi Terhadap Perolehan Jumlah Siswa pada Sekolah Menengah Atas Swasta Maarif Kota Cilegon Banten." *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 02 (2018): 317-324.
- Astuti. *Manajemen Hubungan Sekolah dengan Masyarakat*. Sumatera. Gunadarma Ilmu, 2018.
- Chatimah, Chusnul. *Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan dengan Masyarakat*. Tulungagung: IAIN Tulungagung Press, 2017.
- Dhuhani, Elfridawati Mai. "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidiyah Terpadu (Mit) As-Salam Ambon." Vol. 2, 2017.
- Dikutip Melalui Website Ombudsman, Permasalahan Penerimaan Peserta Didik Baru pada Umumnya, <https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/PNgweRoN-ombudsman-permasalahan-ppdb-sudah-terjadi-sejak-pendaftaran>, diakses 20 Desember 2022, Pukul 10.30 WIB.
- Dikutip Melalui Instagram, [https://Instagram.Com/Mi\\_dempelan?Ighid=YmMyMTA2MY=](https://Instagram.Com/Mi_dempelan?Ighid=YmMyMTA2MY=) diakses pada 20 Desember 2022, Pukul 10.30 WIB.
- Dwiyama, Fajri. "Manajemen Humas Membangun Peran Masyarakat pada Lembaga Pendidikan." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 1, No.2 (Februari 2020): 66-76.
- Fatimah, Nina. "Peran Manajerial Kepala Sekolah, Etos Kerja Guru dan Fasilitas dalam Mengembangkan Keefektifan Pembelajaran Daring", *Jurnal Syntax Transformation*, Vol 2, No.11 (November 2021), 1641-1650.
- Fachrurazi, Dhiana, Yoliesastuti, Sri usiyati. *Pengantar Manajemen*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri, 2022.
- Fandi Rosi Sarwo, Edi. *Tori Wawancara Psikodignostik*. Yogyakarta: Leutikaprio, 2016.
- Farida, Nurhaini. *Metode Penelitian Kualitataif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. solo: cakra books, 2014.

- Farlina, Yusti, dan Jamal Maulana Hudin. “Kajian Kepuasan Pengguna Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Online.” *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)* 2, No. 2 (2017): 48–54.
- Fradito, Aditia, Suti’ah Suti’ah, dan Mulyadi Mulyadi. “Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah.” *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam* 10, No. 1 (2020): 12–22.
- Fatah, Nanang. *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: PT.Remaja Rosakarya, 2011.
- Faizin, Imam. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah.” *Jurnal Madaniyah* 7 (2017): 261–83.
- Gumilang, galang surya. “Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan dan Konseling.” *Jurnal Fokus Konseling* 2, No. 2 (2016): 154-162.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Hasan Harir, Dedy H.Karwan dan Ridwan. *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Media Akademi, 2016.
- Hidayat, Taufik, Mahmudin Muttaqin, dan Djamaludin. “Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru Online Berbasis Website di Yayasan Pendidikan Arya Jaya Sentika.” *Komputika : Jurnal Sistem Komputer* 9, No. 1 (2020): 7–14.
- Imam, Mohammad, 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), 83-90.
- Indahningrum, Rizka putri. et al., “Manajemen POAC Wakaf di Indonesia,” *Jurnal Zakat dan Wakaf*, Vol. 7, No. 2 (2020):112-121 .
- Juhji. *Perkembangan, Fungsi, dan Peran Humas Lembaga Pendidikan*. Bandung: Widina Bakti Persada, 2020.
- Karim, Lugyana dan AB. Musyafa’ Fathoni. “Strategi Promosi Madrasah Ibtidaiyah,” *Edumanagerial*, Vol. 1, No. 2 (2022): 207-218.
- Makin, Baharudin dan Moh. *Manajemen Pendidikan Islam: Transformasi Menuju Sekolah Atau Madrasah Unggul*. Malang: UIN Maliki Malang Press, 2016.
- Mamik. *Metode Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatma, 2015.
- Megawati, Yaya Ruyatnasih dan Liya. *Pengantar Manajemen Teori, Fungsi dan Kasus*. Yogyakarta: CV.Absolute Media, 2018.
- Trygu. *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika*. Bogor: Guepedia, 2021.
- Miles Metew B, A Michel Huberman dan Johny Saldana. *Qualitative Data Analysis A Methods Sources Edition 3*. Singapore: Sage Publication, 2014.

- Minarti, Sri. *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Sekolah Secara Mandiri*. Yogyakarta: Arruz Media, 2016.
- Mulyono. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*. Yogyakarta: Arruz Media, 2009.
- Muri, Yusuf. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan*. Jakarta: kencana, 2017.
- Mulyadi, Slamet. *Manajemen Humas dan Publik Opinion Building*. Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019.
- Nadeak, Bernadetta. *Manajemen Humas pada Lembaga Pendidikan*. Bandung: Widina Persada, 2020.
- Nisa, Afiatin. "Pengaruh Perhatian Orang Tua dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial." *Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan II*, No. 1 (2015): 1–9.
- Nurgiansah, Heru. "Pengembangan Kesadaran Hukum Berlalu Lintas Siswa Melalui Model Pembelajaran Jurisprudensial dalam Pendidikan Kewarganegaraan". *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, Vol 1 No.1 (2018): 50-64.
- Novita Sari, Ifit Liliana Puji Lestari, dan Dedy Wijaya Kusuma. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UNISMA Press, 2022.
- Patras, Yuyun Elizabeth al. "Manajemen Kepemimpinan pada Lembaga Pendidikan," *Jurnal Manajemen Kepemimpinan*, Vol. 4, No. 1 (Januari-Juni 2019) 44-60.
- Permana, Widya Astuti. "Manajemen Rekrutmen Peserta Didik dalam Meningkatkan Mutu Lulusan ." *Jurnal Isema : Islamic Educational Management* 5, No. 1 (2020): 83–96.
- IAIN Ponorogo. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Ponorogo: Fakultas Ilmu dan Keguruan 2022.
- Prahastiwi, Nova Lintya. "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Minat Peserta Didik Baru di SMKN 5 Bojonegoro." *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Vol 1, No. 1 (2020): 3-11.
- Priandono, Fifi. "Media Informasi Pendidikan Islam". *Jurnal At-Ta'lim Media Informasi Pendidikan Islam*, Vol. 18, No. 2 (Desember 2019), 392.
- Pramono, Joko. *Otomatisasi Tata Kelola Humas dan Pertokohan Kelas XI*. Yogyakarta: : Andi Press, 2019.
- Raya, Moch. Kafidz Fuad. "Marketing Jasa di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran dalam Pendidikan)." *Jurnal Falasifa* ,Vol. 7, No. 1 (Maret 2016): 36-47.
- Rahmat, Abdul. *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media akademi, 2016.
- Raco, J.R. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo, 2010.

- Suardi. “Analisis Manajemen Humas dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan.” *Kelola: Journal of Islamic Education Management* 2, No. 2 (2017): 160-177
- Samsu. *Metode Penelitian:(Teori dan Aplikasi Penelitian, Kualitatif Kuantitatif, Mixed Methods Serta Research & Development)*.Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA), 2017.
- Sandu Sitoyo dan M. Ali Sodik. *Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sarwindah, Sarwindah. “Sistem Pendaftaran Siswa Baru pada SMP N 1 Kelapa Berbasis Web Menggunakan Model UML.” *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)* 7, no. 2 (2018): 110–115.
- Satria, Rachmat, Achmad Supriyanto, Agus Timan, dan Maulana Amirul Adha. “Peningkatan Mutu Sekolah Melalui Manajemen Hubungan Masyarakat.” *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan* 7, No. 2 (September 29, 2019): 177-180.
- Siregar, Nazifah Rahmi. “Komunikasi Persuasif Da’i dalam Memahami Perbedaan Mahzab Masyarakat di dusun VII Desa Bandar Setia Kabupaten Serdang”(Skripsi UIN Sumatera Utara Medan,2019).
- Soraya, Iin. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City.” *Jurnal Komunikasi* 6, No. 1 (2015): 10–23.
- Sri Wahyuningsih. *Metode Penelitian Studi Kasus : Konsep Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi dan Contoh Penelitiannya*. Madura: UTM Press, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian,Pendekatan Kualitatif,Kuantitatif dan RD*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharyat, Yayat. *Hubungan antara Sikap,Minat dan Perilaku Manusia* (Bekasi :UNISMA Press 2009).
- Suprihanto, John. *Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2014.
- Tuginem. *Otomatisasi dan Tata Kelola Humas dan Keprotokolan*. Jakarta: Ikapi, 2019.
- Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: PT. Nata Karya, 2019.
- Wahyu wisnu, et al.,. “Manajemen Humas dalam Program Praktik Kerja Industri Jurusan Perhotelan SMK 3 Palangka Raya.” *Equity Education Journal(EEJ)* 2 (2021): 134-140.
- Werdiningsih, Wilis. “Manajemen Humas dalam Meningkatkan Peran Komite Sekolah di PAUD Sabila Ponorogo.” *Al-Idaroh: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam* 4, No. 1 (2020): 108–122.
- Wicaksana, Arif. “Peranan Strategis Humas dalam Mempertahankan Image dan

Reputasi SD Plus Hikmah Pamekasan,” *Jurnal Of Islamic Education Management*, Vol 2, No.1 (2016): 169-177.

Winarni, Endang Widi. *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas (PTK)*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.

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

Yuniarti, Vitri. “Aplikasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MAN Malang.” *Sinteks Jurnal Teknik 1*, No. 1 (2016): 10–16.

Zulkarnain Nasution. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan”: Konsep Fenomena dan Aplikasinya*. Malang: Universitas Muhamadiyah

