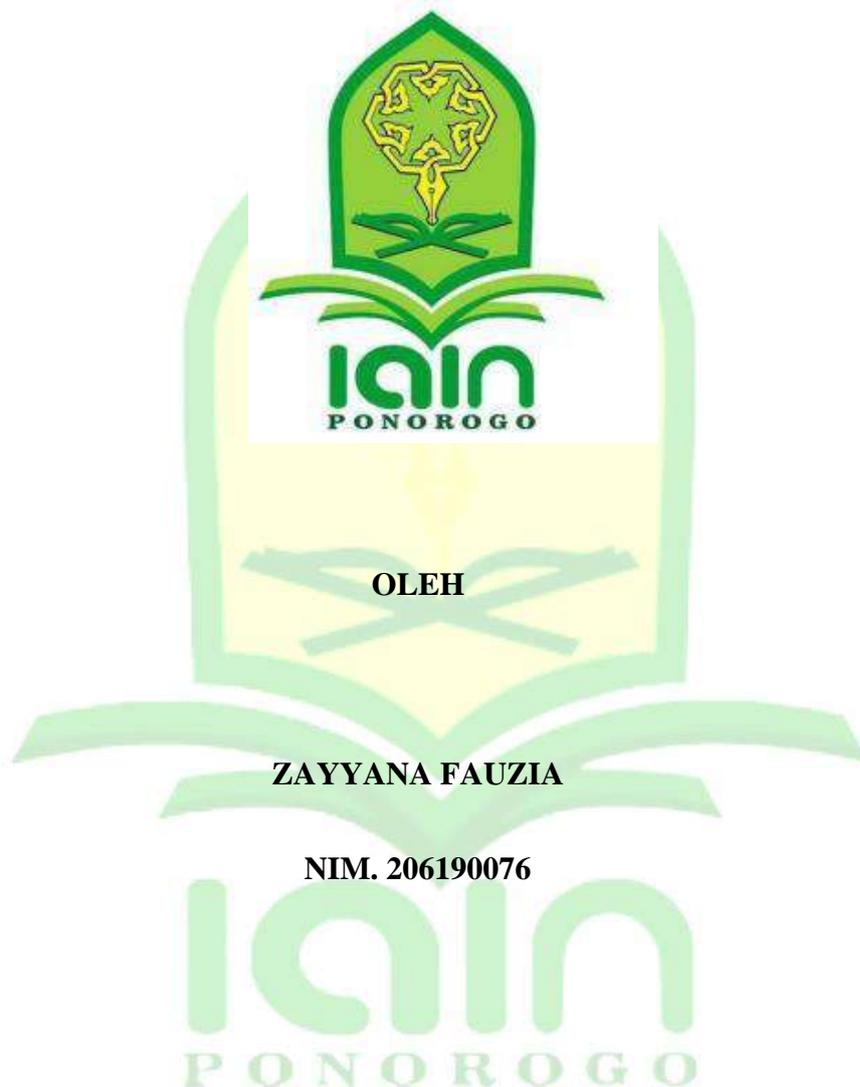


STRATEGI PROMOSI PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN CITRA

SEKOLAH UNGGUL DI SMP NEGERI 1 JETIS PONOROGO

SKRIPSI



OLEH

ZAYYANA FAUZIA

NIM. 206190076

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

2023

ABSTRAK

Fauzia, Zayyana. 2023. *Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo*. Skripsi. Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Dr. M. Syafiq Humaisi, M.Pd.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Pendidikan, Citra Sekolah Unggul

Konsumen utama di lembaga pendidikan yaitu para siswa dan wali murid, serta pihak-pihak lain yang terkait lainnya. Jika produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, maka mutunya tidak disenangi oleh konsumen sehingga produk jasa pendidikan yang ditawarkan tidak akan laku. Sehingga mengakibatkan lembaga pendidikan dapat ditutup. Pemasaran memiliki peranan penting dalam lembaga pendidikan, karena pemasaran merupakan kegiatan utama yang dapat menyalurkan produk dan jasa pendidikan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengadakan penelitian dengan tujuan (1) Untuk mengetahui bentuk penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, (2) Untuk mengetahui penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, (3) Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan menggunakan penelitian kualitatif. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan datanya. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik yang dipilih dalam analisis data ialah reduksi data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan simpulan.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Bentuk strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo yaitu media yang digunakan sebagai promosi pendidikan adalah media cetak, media online, media elektronik dan komunikasi dari mulut ke mulut. (2) Penerapan strategi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, yaitu tim promosi selalu mengupdate informasi sekolah, dan melakukan sosialisasi melalui kegiatan sintesis (sport, sains, teknologi, seni dan islami) tingkat SD/MI yang diadakan dalam rangka HUT SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo. (3) Faktor pendukung dan faktor penghambat penerapan strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo. Faktor pendukung di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, dilihat dari faktor internal yaitu di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo memiliki program ekstrakurikuler religi, program unggulan sekolah, bermacam prestasi siswa, sarana dan prasarana, output siswa, dan guru yang professional. Sedangkan faktor eksternal sekolah yaitu SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo memiliki hubungan kerjasama dari beberapa Sekolah SD/MI untuk mengadakan kegiatan SINTESIS sekaligus untuk bersosialisasi. Adapun faktor penghambatnya di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, dilihat dari faktor internal yaitu dalam penerapan strategi promosi pendidikan ini membutuhkan biaya yang besar untuk mengadakan kegiatan SINTESIS (sport, sains, teknologi, seni dan islami) sekaligus untuk memperkenalkan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo kepada masyarakat. Sedangkan faktor eksternal, berasal dari ancaman sekolah dalam promosi sekolah yaitu adanya persaingan dengan sekolah lain yang sama-sama menawarkan jasa pendidikan.

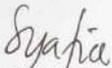
LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Zayyana Fauzia
NIM : 206190076
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah
Unggul Di SMP Negeri 1 Jetis

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Pembimbing


Dr. M. Syaiful Humaisi, M.Pd
NIP. 198204072009011011

Ponorogo, 13 Maret 2023

Mengetahui,

Ketua
Jurusan Manajemen Pendidikan Islam
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo



Dr. Ahtok Fuadik, M.Pd
NIP. 19761162006041004



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
PENGESAHAN

Skripsi atas nama:

Nama : Zayyana Fauzia
NIM : 206190076
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul di
Skripsi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

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

Hari : Selasa
Tanggal : 18 April 2023

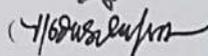
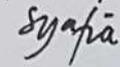
dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 08 Mei 2023

Ponorogo, 08 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 : Dr. Kharisul Wathoni, M.Pd.I ()
Penguji I : Abdul Kholiq, M.BA ()
Penguji II : Dr. M. Syafiq Humaisi, M.Pd ()

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zayyana Fauzia
NIM : 206190076
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Strategi Promosi Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

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

Ponorogo, 08 Mei 2023



Zayyana Fauzia
NIM. 206190076

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zayyana Fauzia
NIM : 206190076
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul
Di SMP Negeri 1 Jetis

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

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

Ponorogo, 13 Maret 2023
Yang Membuat Pernyataan



Zayyana Fauzia
NIM. 206190076

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Secara Teoritis	6
2. Manfaat Secara Praktis	6
F. Sistematika Pembahasan	6
G. Jadwal Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori	9
1. Strategi Promosi	9
a. Pengertian Strategi Promosi.....	9
b. Penerapan Strategi Promosi	10
c. Bentuk-Bentuk Strategi Promosi.....	14
d. Media Promosi Pendidikan	17
e. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Strategi Promosi	18
2. Pendidikan.....	20
a. Pengertian Pendidikan	20
b. Tujuan Pendidikan	20

3.	Indikator Sekolah Unggul.....	21
4.	Citra Sekolah.....	25
a.	Pengertian Citra Sekolah.....	25
b.	Strategi Membangun Citra Sekolah.....	26
B.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	26
C.	Kerangka Pikir.....	32
BAB III	METODE PENELITIAN.....	34
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
C.	Data dan Sumber Data.....	35
1.	Sumber Data Primer.....	35
2.	Sumber Data Sekunder.....	36
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
1.	Teknik Wawancara.....	37
2.	Teknik Observasi.....	38
3.	Teknik Dokumentasi.....	39
E.	Teknik Analisis Data.....	39
1.	Reduksi Data.....	40
2.	Kondensasi Data.....	41
3.	Penyajian Data.....	41
4.	Penarikan Simpulan.....	41
F.	Pengecekan Keabsahan Data.....	42
1.	Perpanjangan Pengamatan.....	42
2.	Meningkatkan Ketekunan.....	43
3.	Triangulasi.....	43
4.	Menggunakan Bahan Referensi.....	44
5.	Member Chek.....	45
G.	Tahap Penelitian.....	45
1.	Tahap Persiapan.....	45
2.	Tahap Penyusunan Rancangan Penelitian.....	45
3.	Tahap Pelaksanaan Penelitian.....	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A.	Gambaran Umum Latar Penelitian.....	47
B.	Deskripsi Data.....	57

1.	Bentuk Strategi Promosi Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.....	57
2.	Penerapan Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.....	63
3.	Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Penerapan Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.....	67
C.	Pembahasan.....	71
1.	Analisis Data Bentuk Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.....	71
2.	Analisis Data Penerapan Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.....	77
3.	Analisis Data Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Penerapan Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.....	81
BAB V	PENUTUP.....	84
A.	Simpulan.....	84
B.	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....		87



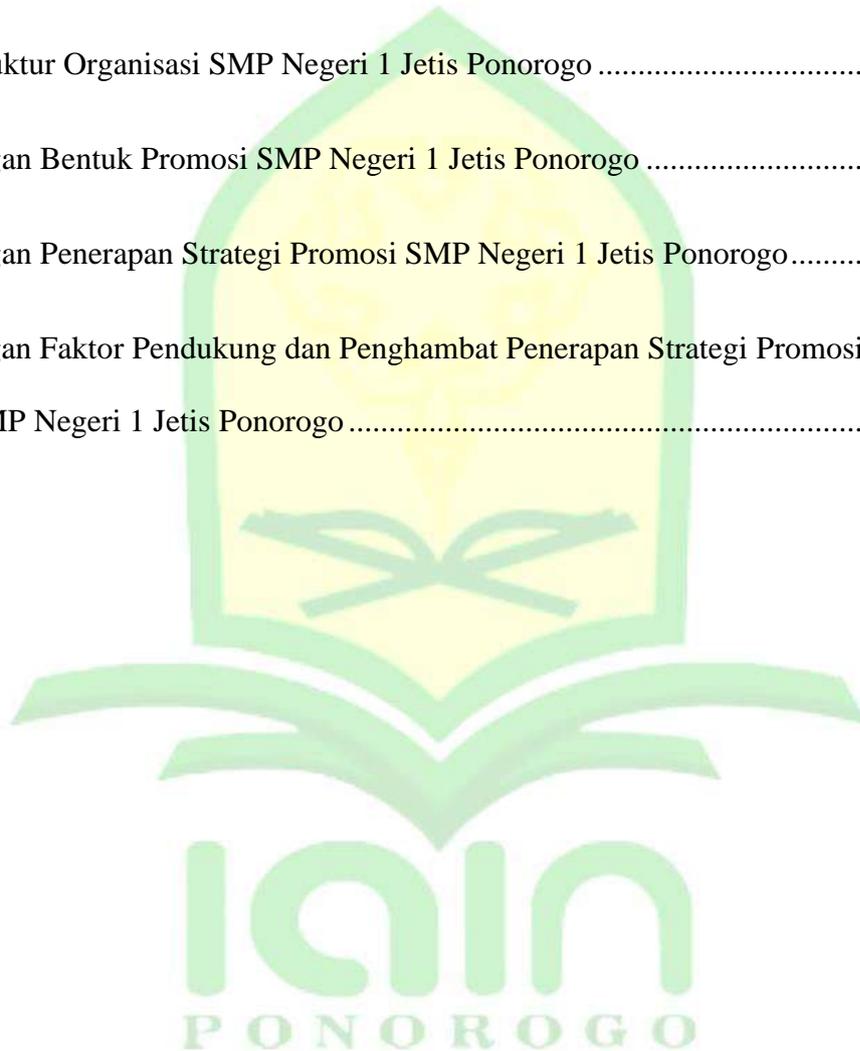
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang29



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul	32
Gambar 3.1 Analisis Data Interaktif	39
Gambar 3.2 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data.....	42
Gambar 3.3 Triangulasi Sumber Pengumpulan Data.....	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo	55
Gambar 4.2 Bagan Bentuk Promosi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo	61
Gambar 4.3 Bagan Penerapan Strategi Promosi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.....	65
Gambar 4.4 Bagan Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Strategi Promosi Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo	69



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan manusia, pendidikan merupakan salah satu hal yang terpenting dalam kehidupan manusia. Pendidikan dilakukan tidak hanya dalam sekolah, tetapi juga terdapat di lingkungan keluarga dan masyarakat. Pendidikan inilah yang dapat menentukan masa depan dan arah hidup manusia, karena dengan adanya pendidikan manusia dapat melakukan upaya mengembangkan dan melatih suatu bentuk pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan diri dari manusia.

Pendidikan salah satu faktor penting yang dapat menentukan arah masa depan manusia. Didalam pendidikan terdapat visi pendidikan yang berisi bahwa sistem pendidikan nasional harus dapat menjamin pemerataan kesempatan pendidikan, dapat meningkatkan mutu dan relevansi serta efisiensi manajemen pendidikan untuk menghadapi suatu rintangan sesuai dengan arah perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global sehingga perlu dilakukan pembaharuan pendidikan secara terencana, terarah, dan berkesinambungan.¹

Masyarakat mempercayai bahwa pendidikan digunakan sebagai alat meningkatkan fase hidup manusia. Adanya pendidikan, manusia dapat menjadi seseorang yang pandai, bersikap baik, memiliki kemampuan sehingga mampu bergaul dengan baik di kehidupan masyarakat. Dalam manajemen pemasaran pendidikan memiliki peran penting dan strategis dalam keberlangsungan kegiatan disebuah lembaga pendidikan. Manajemen pemasaran pendidikan harus berfokus terhadap adanya kebutuhan dan keinginan

¹ Muhammad Nur Kurniawan, Pengadministrasian Pendidikan Dalam Meningkatkan Kualitas Pengelolaan Lembaga Pendidikan, *Journal Of Education*, Vol.1, No.1, 2021, 70.

masyarakat dengan memperkirakan dalam menggunakan jasa pendidikan yang memuaskan secara efektif dan efisien.



Hal ini tentunya dapat menuntut lembaga pendidikan untuk mampu bersaing dalam melakukan proses pemasaran pendidikan. Apabila lembaga pendidikan ingin melakukan pemasaran pendidikan dengan baik maka perlu didukung dengan adanya sarana prasarana yang memadai. maka kualitas lembaga pendidikan dapat semakin meningkat. Namun, jika lembaga pendidikan tidak melakukan pemasaran pendidikan, maka bisa dipastikan minat masyarakat berkurang.²

Pemasaran menjadi suatu hal yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan, fungsi pemasaran lembaga pendidikan yaitu untuk memperkenalkan lembaga pendidikan, membentuk citra baik terhadap lembaga pendidikan dan dapat menarik sejumlah calon siswa. Maka oleh sebab itu, lembaga pendidikan harus menyusun strategi dalam pemasaran pendidikan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah siswa yang ada. Jika dilihat dari kacamata berbagai pandangan ahli, lembaga pendidikan merupakan suatu organisasi yang memproduksi hasil jasa pendidikan dan digunakan atau dibeli oleh para konsumen.

Konsumen utama di lembaga pendidikan yaitu peserta didik dan wali murid. Jika produsen tidak dapat memasarkan hasil produksinya, maka mutunya tidak disenangi oleh konsumen sehingga produk jasa pendidikan yang ditawarkan tidak akan laku. Akibatnya, sekolah akan mengalami kemunduran karena tidak terdapat adanya peminat dan pada akhirnya lembaga pendidikan tersebut dapat ditutup. Supaya lembaga pendidikan tidak ditinggalkan oleh konsumen jasa pendidikan, lembaga pendidikan tersebut harus dapat memberikan layanan jasa dengan maksimal mulai dari pemberian harga terjangkau, mutu lebih baik, fasilitas yang memadai dan pelayanan yang lebih baik.³

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi yang dapat dilakukan oleh pihak sekolah dengan masyarakat yang bertujuan untuk merubah sikap dan perilaku masyarakat

² Kacung Wahyudi, Manajemen Pemasaran Pendidikan, *Jurnal Kariman*, Vol.05, No.01, 2017,66.

³ M. Munir, Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kualitas Peserta Didik, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 1, No.2, 2018 79.

yang semula tidak memahami menjadi memahami layanan yang ada di sekolah dan masyarakat yang semula tidak mendukung program sekolah menjadi mendukung program sekolah. Promosi dapat dilakukan melalui dua cara yaitu promosi secara langsung dan promosi tidak langsung.⁴

Promosi pendidikan, jika ingin menarik pelanggan jasa pendidikan, maka lembaga pendidikan harus membangun hubungan baik dengan masyarakat dan menumbuhkan kepercayaan dalam menciptakan promosi dari mulut ke mulut. Melakukan promosi pada sekolah unggul sebaiknya mengedepankan prestasi akademik dan non akademik yang dimiliki.⁵

Lembaga pendidikan selain bergerak dibidang jasa juga bergerak di berbagai bidang kompetisi antar sekolah. Maka pihak sekolah selain menyelenggarakan pendidikan juga dituntut untuk berfikir kreatif untuk menemukan keunikan dan keunggulan sekolahnya supaya dapat diminati oleh Masyarakat. Di lembaga Pendidikan terdapat sekolah negeri, sekolah internasional, dan sekolah swasta yang menawarkan berbagai keunggulan fasilitas, bahkan terdapat sekolah dengan biaya yang terjangkau maka semakin menambah banyaknya persaingan pendidikan.⁶

Mempromosikan pendidikan terdapat macam-macam strategi atau cara yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk meningkatkan citra sekolah unggul dengan berbagai prestasi yang sudah diraihnya. Pemasaran merupakan kegiatan utama untuk menyalurkan produk dan jasa pendidikan.

Sehubungan dengan hal tersebut, adanya persaingan diantara beberapa lembaga pendidikan mengakibatkan beragamnya pandangan masyarakat terhadap citra sekolah di

⁴ Juhji, et al, *Manajemen Humas Sekolah* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020), 100-101.

⁵ Muhammad Musfiqon, *Mendesain Sekolah Unggul* (Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2015), 144.

⁶ Afidatun Khasanah, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden*, Vol. 8, No 2, 2015, 162.

SMP Negeri 1 Jetis. Masyarakat dapat dengan bebas memilih jasa pendidikan yang ditawarkan oleh lembaga-lembaga pendidikan di wilayah Ponorogo dan sekitarnya. Namun, demi berkembangnya suatu lembaga pendidikan, maka minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan harus tetap menjadi penentu utama untuk memasarkan lembaga pendidikan. Agar lembaga pendidikan bisa terus memberikan kepercayaan terhadap masyarakat dan memberikan penilaian atau pandangan yang baik kepada lembaga pendidikan tersebut.

Masyarakat sekarang berfikir secara lebih luas untuk menyekolahkan anaknya serta melihat produk lembaga pendidikan, sehingga masyarakat mengetahui lembaga pendidikan tersebut melalui output lembaga pendidikan. Jadi, masyarakat tidak akan merasa ragu, jika harus mengeluarkan biaya yang banyak untuk mendapatkan hasil yang bermutu. Lembaga pendidikan yang bermutu harus menerapkan strategi promosi yang baik supaya mendapatkan tujuan yang diinginkan dicapai.

Peneliti memilih tempat penelitian di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, karena sekolah tersebut memiliki keunikan dalam mempromosikan sekolah yang membedakan dengan SMP lainnya yaitu mengadakan kegiatan sintesis (sport, sains, teknologi, seni dan islami) untuk tingkat SD/MI Se-Kabupaten Ponorogo dan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo memiliki program unggulan, yaitu kelas riset dan kelas internasional yang telah memperoleh prestasi baik di tingkat Nasional maupun Internasional. SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo merupakan sekolah yang ditunjuk oleh Bupati Ponorogo melalui Dinas Pendidikan untuk mengikuti program kelas Internasional dengan kurikulum dari *Oxfrod*.

Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi promosi pendidikan yang diterapkan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dalam meningkatkan citra sekolah unggul masih bertahan ditengah-tengah persaingan yang ketat dengan sekolah lainnya. Sehingga lembaga pendidikan dituntut untuk memiliki strategi promosi yang baik agar dapat mempertahankan eksistensi sekolah unggul. Karena tanpa adanya promosi

lembaga pendidikan yang maksimal akan menyebabkan minimnya masyarakat mengetahui tentang lembaga pendidikan tersebut. Berangkat dari kerangka tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Promosi dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo”**.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini fokus pada pembahasan terkait strategi promosi pendidikan di lembaga sekolah yang meliputi bentuk strategi promosi pendidikan, penerapan strategi promosi pendidikan, faktor-faktor pendukung dan penghambat penerapan strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

C. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo?
2. Bagaimana penerapan strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo?
3. Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat penerapan strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo?

D. Tujuan Penelitian

Bersarakan pada latar belakang masalah dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penulisan penelitian ini ialah:

1. Memaparkan dan menganalisis bentuk strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.
2. Memaparkan dan menganalisis penerapan strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

3. Memaparkan dan menganalisis faktor-faktor pendukung dan penghambat penerapan strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi peneliti, maupun obyek yang diteliti, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai penerapan strategi promosi Pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul. Pada khususnya bagi pengelola lembaga-lembaga pendidikan dan pada umumnya bagi serta memperkaya khasanah penelitian dikalangan para peneliti.

2. Manfaat secara praktis

- a. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan informasi mengenai strategi promosi Pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul.
- b. Dapat memberikan masukan pada SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo tentang strategi promosi Pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penulisan penelitian dan agar dapat dicerna secara runtut, maka diperlukan sebuah sistematika pembahasan. Dalam penulisan penelitian ini, peneliti mengelompokkan menjadi lima bab yang masing-masing bab terdiri dari sub-sub yang saling berkaitan satu sama lain. Sistematika pembahasan penelitian ini sebagai berikut:

Bab I terkait dengan pendahuluan yang merupakan gambaran umum untuk memberikan pola pemikiran bagi laporan hasil penelitian secara keseluruhan. Dalam bab ini akan dibahas terkait latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika pembahasan dan jadwal penelitian.

Bab II menjelaskan tentang kajian teori yang meliputi tinjauan tentang konsep strategi promosi, bentuk strategi promosi, penerapan strategi promosi, faktor-faktor pendukung dan penghambat strategi promosi, citra sekolah, kajian penelitian terdahulu, dan kerangka pikir.

Bab III memuat tentang metode penelitian, dalam bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan penelitian, dan tahap penelitian.

Bab IV memuat tentang hasil penelitian dan pembahasan, dalam bab ini berisi tentang gambaran umum latar penelitian, deskripsi data dan pembahasan.

Bab V memuat tentang penutup, bab terakhir dari semua rangkaian pembahasan dari Bab I sampai Bab IV. Pada bab ini dimaksudkan untuk mempermudah pembaca dalam memahami intisari dari penelitian ini yang berisi kesimpulan dan saran.

G. Jadwal Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan kurang lebih dalam kurun waktu lima bulan, Adapun alokasi waktu seperti berikut:

1. Pembuatan proposal pada tanggal 1-20 November 2022.
2. Ujian seminar proposal pada pertengahan bulan Desember 2022.
3. Pembuatan instrument pedoman wawancara pada bulan Desember 2022.
4. Penelitian lapangan pada bulan Januari-Februari 2023.
5. Pencarian data penelitian pada bulan Januari-Februari 2023.
6. Menyusun laporan skripsi pada bulan Januari-Maret 2023.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Untuk memperkuat masalah yang akan diteliti maka penulis mengadakan kajian pustaka dengan cara mencari dan menemukan teori-teori yang akan dijadikan landasan penelitian, yaitu:

1. Strategi Promosi

a. Pengertian strategi promosi

Strategi merupakan suatu pendekatan yang dilakukan secara keseluruhan berkaitan dengan pelaksanaan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai prinsip-prinsip pelaksanaan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Secara umum strategi merupakan proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada jangka panjang Pendidikan, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan secara khusus strategi merupakan Tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang terkait suatu hal yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.

Menurut Siagian dalam Apri Winge Adindo mengemukakan bahwa, strategi adalah serangkaian keputusan serta tindakan yang mendasar yang dibuat oleh pemimpin dan diterapkan kesemua jajaran dalam lembaga pendidikan untuk mencapai tujuan tersebut.⁷ Promosi merupakan elemen penting dalam aktivitas

⁷ Apri Winge Adindo, *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai dan Mengelola Bisnis* (Yogyakarta: CV.Budi Utama, 2021), 39.

penjualan produk dan bagian dari bauran pemasaran. Promosi adalah suatu upaya dalam mempromosikan dan menyediakan produk atau jasa yang dirancang untuk menarik calon konsumen untuk meningkatkan penjualan.

Menurut Muslichah dalam Riri Oktarini mengemukakan bahwa, promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan sasaran atas produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal kepada calon pengguna jasa pendidikan.⁸

Menurut Peter dan Olson dalam Rinnanik mengemukakan bahwa, promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pemasar untuk menyampaikan informasi tentang produk.⁹ Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran berupa suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk, mempengaruhi dan mengingatkan sasaran atas lembaga dan produknya agar konsumen bersedia menerima pada produk yang ditawarkan oleh lembaga. Promosi ini dilakukan dengan mengadakan suatu pameran, peragaan, pawai, dan lain sebagainya.

b. Penerapan strategi promosi

Menurut Usman dalam ahmadi dan David C.E Lisapaly mengemukakan bahwa, penerapan merupakan bermuara pada aktivitas, aksi, Tindakan atau adanya mekanisme suatu sistem. Penerapan tidak cenderung pada suatu aktivitas melainkan suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penerapan merupakan perbuatan menerapkan. Sedangkan menurut beberapa ahli, penerapan yaitu suatu perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode dan hal lain untuk

⁸ Riri Oktarini, *Buku Ajar Strategi Pemasaran* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2022), 3.

⁹ Rinnanik, et al, *Ilmu Manajemen di Era 4.0* (Indamay: Abad, 2021), 99-100.

mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya.¹⁰

Menurut Kotler dan Fox dalam Khairul Azan, et al mengemukakan bahwa, pemasaran ialah suatu pekerjaan yang melibatkan beberapa faktor di dalamnya. Faktor tersebut membentuk suatu sistem yang saling mempengaruhi. Ketika salah satu faktor tidak berkerja dengan optimal maka akan berdampak pada hasil dari faktor lain yang tidak akan maksimal dan pastinya akan berdampak pada keseluruhan aktivitas pemasaran tersebut. Faktor atau elemen bauran pemasaran pendidikan yang sering digunakan terdiri dari 7P, yaitu:¹¹

1) *Product* (Produk)

Product (produk) pendidikan merupakan program dan layanan jasa yang diberikan. Aktivitas pemasaran melibatkan faktor produk yang dihasilkan. Agar pemasaran mampu menarik calon pelanggan sebaiknya lembaga pendidikan menghasilkan produk yang berbeda dengan lembaga lainnya sehingga calon pelanggan tertarik pada produk lembaga yang ditawarkan.

2) *Price* (Harga)

Price (harga) merupakan suatu faktor penting sebagai penentu biaya pada lembaga pendidikan. Pelanggan akan merasa tertarik pada biaya yang dibebankan untuk mendapatkan layanan jasa dengan taraf yang dapat dijangkau. Tentunya biaya yang relatif terjangkau tersebut bukan berarti meninggalkan kualitas. Kualitas tetap menjadi bagian utama.

3) *Place* (Tempat)

Place (tempat) merupakan lokasi sebagai tempat dimana suatu lembaga dapat beroperasi menjadi pertimbangan khusus melalui analisa yang tepat. Tempat

¹⁰ Ahmadi dan David C.E Lisapaly, *Efektivitas Penerapan Pembelajaran Daring Ditengah Badai Covid-19* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), 70.

¹¹ Khairul Azan, et al, *Isu-Isu Global Manajemen Pendidikan Islam* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2021), 71.

yang tepat dimana lembaga pendidikan menyelenggarakan pendidikan yang akan diterima oleh siswa. letak lokasi sekolah memiliki peran yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang dipandang cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan.

4) *Promotion* (Promosi)

Banyaknya calon pelanggan yang berminat tentunya tidak terlepas dari promosi yang dilakukan. Promosi melibatkan komunikasi yang intensif. Intensifnya komunikasi menuntut lembaga pendidikan harus menggunakan istilah menjemput bola bukan menggunakan bola. Promosi menuntut komunikasi yang efektif dari bagian humas, tugas tersebut ialah:

- a) memelihara dan meningkatkan citra dari lembaga pendidikan.
- b) Membangun dukungan dan loyalitas alumni lembaga pendidikan.
- c) Menarik para donatur.
- d) Menyediakan informasi tentang penawaran dari suatu program.
- e) Menarik calon siswa.
- f) Mengkoreksi informasi yang tidak akurat tentang lembaga pendidikan.

5) *People* (Sumber Daya Manusia)

People (Sumber Daya Manusia) dalam pendidikan terbagi menjadi tiga golongan yaitu pengelola (kepala sekolah, wakil kepala sekolah, bidang kesiswaan, bidang kurikulum dan bidang sarana prasarana sekolah), staf akademik (para tenaga pengajar atau guru) dan staf pendukung (tenaga tata usaha, keamanan dan kebersihan).

6) *Physical Evidence* (Bangunan Fisik)

Bangunan fisik yang ada disuatu lembaga pendidikan menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas pemasaran. Komponen bangunan fisik

yang dimaksud yaitu mulai dari keindahan bentuk hingga fasilitas di dalamnya. Komponen bangunan fisik atau dalam kata lain disebut fasilitas fisik, yang mencakup lingkungan yang diciptakan, buatan manusia dan fisik jasa. Elemen dari fasilitas fisik terdiri dari atribut eksterior yang meliputi rambu-rambu, tempat halaman parkir, halaman atau taman dan atribut interior, yang meliputi desain gedung, tata letak, pencahayaan, music, peralatan dan dekorasi.

7) *Process* (Proses)

Selain beberapa elemen pokok pada pemasaran pendidikan yang telah disebutkan, terdapat faktor lain yang menjadi faktor prioritas yaitu proses yang terjadi. Proses yang dimaksud ialah aktivitas dalam proses pembelajaran yang secara langsung menjadi komponen inti dalam memasarkan produk pendidikan. Proses tersebut meliputi prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme, kegiatan dan rutinitas dimana suatu produk jasa disampaikan kepada pelanggan.

Promosi dilakukan untuk menginformasikan suatu jasa Pendidikan yang ditawarkan kepada masyarakat agar jasa Pendidikan dikenal, diketahui, dibutuhkan, dan diminati oleh masyarakat. Kegiatan promosi dapat dilakukan berupa iklan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui media cetak, media elektronik dan media online. Dalam melakukan promosi terdapat dana khusus untuk mengembangkan promosi agar menghasilkan media promosi yang menarik dan dipercaya masyarakat untuk menggunakan jasa Pendidikan pada sekolah tersebut.¹²

¹² Zulfatul Choiriyah dan Lailatus Sa'adah, *Penerapan Strategi Pemasaran di CV. Zam-Zam* (Jombang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas A.Wahab Hasbullah, 2021), 71.

Kegiatan promosi pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antar sekolah dengan pelanggan (siswa dan wali murid) jasa pendidikan saja, tetapi juga sebagai alat untuk mempengaruhi pelanggan jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Dalam melakukan promosi pendidikan terdapat pengawasan terhadap berlangsungnya kegiatan promosi. Pengawasan tersebut dilakukan dengan melakukan supervisi, sidak, dan mengecek data administrasi yang dilaporkan oleh petugas tim promosi. Tim promosi yang bertugas untuk mempromosikan sekolah bertanggung jawab atas hasil kerjanya kepada kepala sekolah. Pengawasan terhadap kegiatan promosi dilakukan pihak sekolah dengan meminta laporan balik dari pelaksana tim promosi dan dari masyarakat selaku target promosi pendidikan.¹³

c. Bentuk-Bentuk strategi promosi

Menurut Alma dalam Abdul Rahmat mengemukakan bahwa, promosi jasa pendidikan merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang meliputi aktivitas pemasaran untuk mempengaruhi pengguna jasa pendidikan, menyebarkan suatu informasi, membujuk atau mengingatkan sasaran pengguna tentang produk jasa pendidikan agar pengguna jasa pendidikan bersedia menerima, membeli dan setia pada lembaga pendidikan yang bersangkutan. Promosi jasa pendidikan juga meliputi suatu aktivitas dan materi yang digunakan sekolah agar dapat menjangkau khalayak sekolah, membangun internal sekolah yang peduli dan menciptakan kesadaran upaya pihak sekolah untuk memenuhi keinginan serta harapan masyarakat.¹⁴

¹³ Rina Ariyani dan Mundilarno, Manajemen Promosi Sekolah Dalam Rangka Meningkatkan Animo Masyarakat Masuk SMK, *Jurnal Media Manajemen Pendidikan*, Vol.3, No. 1, 2020, 68.

¹⁴ Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah dan Masyarakat* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021), 75.

Kegiatan promosi jasa pendidikan merupakan bentuk pengembangan dari komunikasi pemasaran jasa pendidikan. Melalui komunikasi pemasaran jasa pendidikan, mulai dari kepala sekolah, guru, siswa, karyawan sekolah dan masyarakat dapat melakukan interaksi secara efektif. Oleh sebab itu, pihak sekolah harus menginformasikan tujuan, aktivitas dan penawaran program pendidikan kepada pelanggan jasa pendidikan agar tertarik dengan sekolah yang sedang dipromosikan.¹⁵

Dalam promosi jasa pendidikan, terdapat sifat dan karakteristik yang membutuhkan bentuk komunikasi yang bisa mengedepankan pelaksanaan jasa pendidikan. Menurut Lovelock dalam David Wijaya mengungkapkan bahwa enam macam bentuk promosi jasa pendidikan, yaitu:¹⁶

1. Komunikasi Pribadi (*personal communications*)

Komunikasi pribadi merupakan komunikasi yang dilakukan secara langsung antar pemasar jasa pendidikan dan pelanggan jasa pendidikan yang melibatkan dialog dua arah seperti percakapan tatap muka, panggilan telepon, suara elektronik (*email*).

2. Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan bentuk-bentuk komunikasi bukan pribadi yang dilakukan pemasaran jasa pendidikan yang memiliki tujuan untuk menginformasikan mengedukasi dan membujuk calon pengguna jasa pendidikan melalui siaran radio, materi tercetak, internet, papan reklame, dan surat langsung (*email*).

3. Promosi Penjualan (*sales promotion*)

¹⁵ David Wijaya, Pemasaran Jasa Pendidikan (Jakarta: Bumi Askara, 2022), 134

¹⁶ David Wijaya, Pemasaran Jasa Pendidikan....., 136.

Promosi Penjualan merupakan bentuk interaktif jangka pendek yang ditawarkan kepada pelanggan jasa pendidikan dan perantara jasa pendidikan untuk menarik pembelian produk jasa pendidikan, seperti pengambilan sampel produk jasa pendidikan, kupon produk jasa pendidikan, potongan harga produk jasa pendidikan, tawaran pengembalian tunai produk jasa pendidikan, hadiah dan promosi berhadiah.

4. Hubungan Masyarakat (*public relations*)

Hubungan masyarakat merupakan suatu upaya yang dilakukan pemasar jasa pendidikan untuk membuat minat positif terhadap sekolah dan produk jasa pendidikan melalui penyebaran berita baru, pelaksanaan konferensi press, penyelenggaraan kegiatan istimewa sekolah, pekan raya sekolah dan kegiatan sponsor yang dilakukan sekolah.

5. Materi Instruksional (*instructional materials*)

Materi instruksional merupakan materi promosi untuk mempromosikan produk jasa pendidikan yang baru. Apabila pelanggan jasa pendidikan tidak memahami produk jasa pendidikan, maka dapat melihat dari situs sekolah, buku pedoman sekolah, brosur sekolah, video sekolah dan kotak suara (*voice mail*) sekolah.

6. Desain Organisasi (*corporate design*)

Desain organisasi merupakan merupakan aplikasi, warna, simbol dan kop surat yang berbeda-beda sehingga dapat memberikan kemudahan pihak sekolah dalam mengakui identitasnya. Meliputi papan merk sekolah, dekorasi bangunan dalam, kendaraan sekolah, peralatan sekolah, alat tulis sekolah, dan seragam sekolah.

d. Media promosi Pendidikan

Menurut Mahnun dalam Juhdi, dkk mengemukakan bahwa media merupakan berkaitan dengan perantara yang berfungsi menyalurkan pesan dan informasi dari sumber yang akan diterima oleh peneriman pesan. Dalam pengertian ini lebih menekankan pada pengertian media kepada perantara atau alat komunikasi yang bisa memberikan kelancaran penyampaian pesan yang dimaksud.¹⁷

Jadi media promosi merupakan sarana untuk menyampaikan pesan pada sasaran yang digunakan berdasarkan kebutuhan atau permintaan sasaran agar informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas dan terarah. Menurut freeman dalam Juhadi, dkk mengemukakan bahwa jenis-jenis media humas antara lain:¹⁸

- 1) Iklan, merupakan media yang digunakan humas untuk melakukan komunikasi dalam menyampaikan pesan terkait dengan pembahasan kehumasan.
- 2) Pameran, dimanfaatkan sebagai alat media untuk melakukan publikasi kelembagaan.
- 3) Media internal, didalamnya terdiri dari beberapa informasi dengan tujuan menyampaikan informasi dari bawahan keatas atau dari atas kebawahan.
- 4) Fotografi, pada fotografi ini berupa foto yang memberikan kekuatan melebihi kata-kata yang memberikan dampak otentik.
- 5) Film, film ini merupakan hasil riset yang dapat dimanfaatkan oleh humas dalam menyampaikan informasi dalam bentuk film documenter.
- 6) Pers, pers ini termasuk kedalam bentuk media massa yang didalamnya terdiri dari radio, televisi, surat kabar, majalah, junal, buku dan lain sebagainya.

¹⁷ Juhji, et al, *Manajemen Humas Sekolah* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020), 67.

¹⁸ Juhji, et al, *Manajemen Humas Sekolah.....*, 73.

e. Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi promosi

Promosi pendidikan terdapat koordinator hubungan masyarakat (humas), yang memiliki tanggung jawab kelancaran proses mempromosikan lembaga pendidikan. Menurut Lupiyoadi dalam Bilqis Asrori dan Rivo Nugroho mengemukakan bahwa koordinator atau wakil kepala sekolah bidang hubungan masyarakat (humas) sangat peduli terhadap beberapa tugas pemasaran pendidikan seperti: (1) Membangun citra lembaga, (2) mendukung aktivitas komunikasi lainnya, (3) mengatasi permasalahan dan isu yang ada, (4) memperkuat penentuan posisi lembaga, (5) mempengaruhi publik yang spesifik, (6) mengadakan peluncuran untuk produk jasa baru.¹⁹

Faktor pendukung dalam strategi promosi yaitu promosi yang dilakukan sekolah tersebut harus memperhatikan sebuah aspek yang mana aspek tersebut menjadi pendukung dalam pelaksanaan promosi yang dilakukan. Dalam hal ini lembaga Pendidikan dapat memberikan tenaga kependidikan yang sesuai dengan bidangnya sehingga dapat menjadi aspek pendukung yang dapat dipercaya oleh masyarakat.

Sedangkan faktor penghambatan dalam strategi promosi yaitu dalam proses pengimplementasian pemasaran pendidikan terdapat kurang lengkapnya sarana dan prasarana yang dimiliki sekolah sehingga hal tersebut menjadikan faktor pembelajaran sekolah sedikit terhambat. Maka akan muncul adanya rasa kurang kepercayaan yang dimiliki masyarakat untuk menitipkan anak-anaknya ke lembaga pendidikan tersebut.²⁰

¹⁹ Bilqis Asrori dan Rivo Nugroho, Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di SMA Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkal, *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 3, No.1, 2016, 6.

²⁰ Sahra Rohmatus Saidah, et al, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah 02 Cakru Kencong Jember, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol.3, No.1, 2022, 32.

Dalam memasarkan jasa pendidikan terdapat faktor pendukung dan penghambat, yaitu:²¹

1) Faktor Pendukung

- a) Sudah memiliki nama (*brand*) lembaga pendidikan.
- b) Tempat strategis.
- c) Program unggulan dan penunangan yang menjadi favorit.
- d) Mendapat kepercayaan masyarakat sekitar.
- e) Motivasi dan loyalitas tinggi yang dimiliki lembaga pendidikan dalam mempromosikan sekolah.
- f) Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki kualifikasi akademik yang memadai.

2) Faktor penghambat

- a) Keterbatasan dana.
- b) Waktu yang berbentokan dengan jam pelajaran.
- c) Guru yang rangkap menjadi panitia PPDB.
- d) Sarana dan prasarana yang memadai.
- e) Pada saat mempromosikan lembaga pendidikan, orang tua tidak fokus mendengarkan pesan-pesan yang disampaikan oleh panitia promosi.
- f) Keterlambatan membuat brosur.
- g) Kurang siapnya sekretaris dalam melaksanakan tugasnya, sehingga banyak kegiatan dilakukan tidak sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan.
- h) Masih ada panitia promosi yang tidak bertanggung jawab atas tugas yang diberikan.

²¹ Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Hanbook Of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2018), 216.

2. Pendidikan

a. Pengertian Pendidikan

Pendidikan berasal dari kata didik, kata ini mendapatkan kata “me” sehingga menjadi mendidik, artinya memelihara dan latihan. Menurut A. Tafsir dalam Rosmita Sari Siregar mengemukakan bahwa, pendidikan merupakan bimbingan yang diberikan kepada seseorang agar dapat berkembang secara maksimal.²²

Pendidikan dalam arti mikro (sempit) merupakan suatu proses interaksi antara pendidik dan peserta didik baik di keluarga, sekolah maupun di masyarakat. Sedangkan pendidikan dalam arti makro (luas) merupakan segala pengalaman belajar yang berlangsung dalam segala lingkungan dan sepanjang hidup.²³

b. Tujuan Pendidikan

Menurut A. Tresna Sastrawijaya dalam I Wayan Cong Sujana mengemukakan bahwa, tujuan pendidikan ialah segala sesuatu yang mencakup kesiapan jabatan, ketrampilan memecahkan masalah, penggunaan waktu senggang secara membangun, dan lain sebagainya karena harapan setiap peserta didik berbeda-beda. Selain hal tersebut, tujuan pendidikan berkaitan dengan beberapa bidang studi dapat dinyatakan lebih jelas. Misalnya, pada pelajaran bahasa berguna untuk mengembangkan kemampuan peserta didik dalam berkomunikasi dengan mahir secara lisan maupun tulisan.²⁴

²² Rosmita Sari Siregar, et al, *Dasar-Dasar Pendidikan* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 3.

²³ Rustam Efendy Rasyid, et al, *Buku Ajar Pengantar Pendidikan* (Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2022), 1.

²⁴ I Wayan Cong Sujana, Fungsi dan Tujuan Pendidikan Indonesia, *Jurnal Pendidikan Dasar*, Vol. 4, No. 1, 2019, 31.

Tujuan pendidikan memuat beberapa pernyataan terkait berbagai kemampuan yang diharapkan dapat dimiliki oleh peserta didik sesuai dengan sistem nilai dan falsafah yang dianutnya. Tujuan Pendidikan Nasional Indonesia bersumber pada pandangan hidup bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara yaitu Pancasila. Jadi pendidikan di Indonesia harus dapat membawa peserta didik agar menjadi manusia yang ber-pancasila. Dengan kata lain, landasan dan arahan yang ingin diwujudkan oleh Pendidikan di Indonesia adalah yang sesuai dengan kandungan falsafah pancasila itu sendiri.

Pendidikan Nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, cakap, kreatif, mandiri, bertanggung jawab dan menjadi warga negara yang demokratis.²⁵

3. Indikator Sekolah Unggul

Munculnya sekolah unggul ditunjukkan bahwa lembaga-lembaga pendidikan sudah membuka diri dan menyesuaikan diri dalam lingkungan sekolahan terhadap harapan dan tuntutan masyarakat yang lebih baik. Munculnya lembaga-lembaga tersebut tentunya tidak lepas dari peran para penyelenggara pendidikan terutama kepala sekolah dalam mengkondisikan model pendidikan yang memenuhi harapan masyarakat.

Indikator sekolah unggul menurut Purkey dan Smith, terdapat 13 indikator yang menggambarkan sekolah unggul, yaitu:²⁶

- a. Manajemen berbasis sekolah dan pengambilan keputusan yang demokratis.

²⁵ Naniek Kusumawati, et al, *Pengembangan Kurikulum Di Sekolah Dasar* (Magetan: CV. AE Media Grafika, 2017), 20-22.

²⁶ Mu'alimi, *Menjadi Sekolah Unggul* (Yogyakarta: Gending Pustaka, 2014), 115.

- b. Kepemimpinan pengajaran
- c. Stabilitas staff
- d. Artikulasi dan organisasi kurikulum
- e. Pengembangan staf untuk lingkup sekolah
- f. Keterlibatan dan dukungan orang tua
- g. Pengakuan keberhasilan secara luas
- h. Waktu belajar maksimal
- i. Adanya dukungan dari pemerintah setempat
- j. Perencanaan kolaboratif dan hubungan kolegal
- k. Adanya rasa kemasyarakatan diantara warga sekolah
- l. Adanya tujuan yang jelas dan harapan
- m. Adanya keteraturan dan disiplin.

Sedangkan menurut Departemen Pendidikan Nasional, memiliki 8 kriteria sekolah unggul, yaitu:²⁷

- a. Siswa yang masuk terseleksi dengan ketat dan dapat dipertanggung jawabkan berdasarkan prestasi akademik, psikotes dan tes fisik
- b. Sarana dan prasarana pendidikan terpenuhi dan kondusif untuk proses pembelajaran
- c. Iklim dan suasana mendukung untuk kegiatan belajar
- d. Guru dan tenaga kependidikan memiliki profesionalisme yang tinggi dan tingkat kesejahteraan yang memadai
- e. Melakukan improvisasi kurikulum sehingga dapat memenuhi kebutuhan siswa yang pada umumnya memiliki motivasi belajar yang tinggi dibandingkan dengan siswa seusianya

²⁷ Mu'alimi, *Menjadi Sekolah Unggul.....*, 110.

- f. Jam belajar siswa pada umumnya lebih lama karena berdasarkan tuntunan kurikulum dan kebutuhan belajar siswa
- g. Proses pembelajaran lebih berkualitas dan dapat dipertanggung jawabkan kepada siswa ataupun wali siswa
- h. Sekolah unggul bermanfaat untuk lingkungannya

Dari beberapa definisi tersebut bahwa, sekolah dapat dikatakan unggul ialah sekolah yang memiliki standar pengelolaan yang baik, transparan, dan mampu memperdayakan setiap komponen penting sekolah baik secara internal maupun eksternal dalam rangka pencapaian visi-misi dan tujuan sekolah secara efektif dan efisien.

Gerakan unggul diadopsi pemerintah Indonesia melalui tes standar yang disebut dengan Ujian Nasional (UN). Oleh karena itu, orientasi gerakan sekolah unggul pada dasarnya diukur dari kemampuan siswa secara akademik. Namun pada tahun 2021, pemerintah melalui Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Mendikbud), Nadiem Makarim telah mengganti Ujian Nasional (UN) menjadi Asesmen Nasional Berbasis Komputer (ANBK).

Asesmen Nasional Berbasis Komputer (ANBK) tidak lagi mengevaluasi pencapaian siswa secara individu, tetapi mengevaluasi dan memetakan sistem pendidikan berupa input, proses, dan hasil. ANBK ini dirancang tidak hanya sebagai pengganti Ujian Nasional (UN) dan Ujian Sekolah Berstandar Nasional (USBN), namun sebagai penanda perubahan paradigma tentang evaluasi pendidikan.

Sekolah dapat dikatakan unggul apabila siswa mampu mencapai prestasi akademik yang tinggi, memiliki kesadaran masyarakat yang bertanggung jawab, memiliki moral dan etika yang mengkarakter, mampu mengekspresikan nilai-nilai keindahan dan aspek emosi serta fisiknya.

Menurut murdiyati dalam Badrut Tamam dan Akhmad Muadin mengemukakan bahwa ada beberapa dimensi keunggulan yang hendak dicapai melalui sistem pendidikan itu, yaitu²⁸:

- a. Dimensi masukan (input) dalam hal ini peserta didik harus melalui seleksi ketat dengan kriteria tertentu untuk bisa menjadi peserta didik di sekolah unggulan. Dalam konsep depdikbud kriteria ini antara lain prestasi pelajar yang superior dengan indikator report, ncm dan hasil tes prestasi akademik, skor psikotes yang meliputi intelegensi dan kreatifitas serta tes fisik.
- b. Dimensi fasilitas, dimensi ini berupa tersedianya sarana dan prasarana yang memadai sehingga memungkinkan terpenuhinya kebutuhan belajar peserta didik guna menyalurkan bakat, minat dan kemampuannya, baik dalam kegiatan kurikuler maupun ekstrakurikuler.
- c. Dimensi lingkungan belajar, yaitu dimensi lingkungan yang kondusif untuk mengembangkan potensi keunggulan menjadi keunggulan nyata baik dalam arti fisik maupun psikologis.
- d. Dimensi tenaga pengajar, tenaga pengajar harus memiliki keunggulan dari pendidik di sekolah lain. Keunggulan tenaga pengajar ini mencakup penguasaan metodologi pengajaran komitmen dalam melaksanakan tugas untuk memberikan rangsangan kepada mereka hendaknya diberikan insentif memadai.
- e. Dimensi kurikulum, meskipun sekolah unggul tetap berpegang pada kurikulum nasional, namun untuk sekolah unggul, kurikulum tersebut harus dikembangkan demikian rupa atau diperkaya secara maksimal sesuai dengan kebutuhan dan kecepatan serta motivasi belajar peserta didik. Untuk itu perlu

²⁸ Badrut Tamam dan Akhmad Muadin, Implementasi Eduprepreneurship Dalam Pembentukan Karakter Sekolah Unggul, *Jurnal Studi Keislaman*, Vol.5, No.1, 2019, 17.

pengayaan dan percepatan kurikulum. Maka proses belajar tetap dapat dipertanggungjawabkan kepada siswa, lembaga maupun masyarakat.

- f. Dimensi rentang waktu belajar, rentang waktu belajar sekolah unggul lebih lama dibandingkan sekolah konvensional. Kegiatan ekstra kurikulum diorganisir sedemikian rupa dengan dukungan sarana dan prasarana yang memadai termasuk di dalam lingkungan asrama.

Dari beberapa dimensi-dimensi tersebut, dimensi keunggulan lainnya merupakan pembinaan kemampuan kepemimpinan yang menyatu dalam keseluruhan sistem pembinaan peserta didik melalui praktik lapangan langsung bukan sekadar sebagai materi pengajaran. Dan sesungguhnya dimensi yang diharapkan sekolah unggul ini adalah menjadi pusat keunggulan bagi sekolah-sekolah di sekitarnya. Penyelenggaraan sekolah ini memiliki resonansi sosial yang tinggi sehingga membawa pengaruh positif terhadap lingkungannya.

4. Citra Sekolah

a. Pengertian Citra Sekolah

Menurut Kotler dalam Philip Kotler mengemukakan bahwa, citra adalah sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki orang terhadap suatu objek, dimana sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek dan sangat dipengaruhi oleh objek tersebut.²⁹ Objek yang dimaksud bisa berupa orang, organisasi atau kelompok orang. Jika objek yang dimaksud adalah organisasi, berarti seluruh keyakinan, gambaran, dan kesan atas organisasi dari seseorang merupakan citra.³⁰

²⁹ Philip Kotler, *B2B Brand Management* (Berlin: Springer, 2006), 26.

³⁰ Frank Jafkins, *Essential of publik relations* (Jakarta: PT Gelora Aksara, 2003), 14.

Citra sekolah merupakan gambaran secara keseluruhan yang dibentuk dari semua komponen seperti kualitas output, keberhasilan pengelola, keuangan, perilaku anggota organisasi, tanggung jawab sosial dan sebagainya.

b. Strategi membangun citra sekolah

Langka pertama pada suatu lembaga pendidikan untuk membangun sebuah citra ialah dengan memiliki beberapa kelompok masyarakat yang mempunyai peranan penting terhadap keberhasilan usaha dan menentukan masa depan peserta didik. Dalam menentukan kelompok sasaran, suatu lembaga dapat menyusun program pembangunan citra sekolah secara terarah. Dengan menentukan segmen-segmen masyarakat yang dijadikan sasaran program pembinaan citra, lembaga juga dapat berkomunikasi dengan masyarakat secara lebih efektif.

Banyak strategi yang dapat dilakukan untuk melakukan pencitraan publik. strategi pencitraan sekolah tersebut antara lain:

- 1) Peningkatan kerja kepala sekolah, pendidikan dan tenaga pendidik.
- 2) Keikutsertaan sekolah dalam kegiatan-kegiatan lomba sekolah dan siswa.
- 3) Membangun jaringan kerja (*network*) dengan orang tua murid dan masyarakat.
- 4) Peningkatan layanan akademik dan non-akademik yang prima.
- 5) Kepemilikan peringkat akreditasi sekolah yang baik.³¹

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Adanya proses dan hasil pelaksanaan penelitian diperkuat dengan adanya kajian penelitian terdahulu yang relevan untuk memperkuat keaslian penelitian ini. Ada beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Diantaranya yaitu:

³¹ Idarwati Ningsih, et al, Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMPN 1 Tellu Siatting, *Jurnal Mappesona*, Vol. 5, No. 1, 2022, 17.

Pertama, skripsi oleh Ujang Syarif Hidayatullah yang berjudul *Strategi Promosi SMP PGRI 12 Jakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa*.³² Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2010 menggunakan data kuantitatif dengan fokus pembahasan terkait pelaksanaan promosi atau langkah-langkah promosi. Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan:

1. Strategi promosi yang dilakukan SMP PGRI 12 Jakarta sudah mengikuti langkah-langkah promosi atau komunikasi efektif mulai dari identifikasi audiens sasaran, menentukan tujuan, merancang pesan, pelaksanaan promosi, hingga evaluasi hasil.
2. Promosi yang dilakukan SMP PGRI 12 Jakarta presentasi profil sekolah ke beberapa sekolah sasaran, penyebaran brosur, pemasangan spanduk, dan promosi melalui event atau kegiatan-kegiatan.
3. Adapun media dan alat promosi yang paling efektif digunakan dalam mempromosikan SMP PGRI 12 Jakarta adalah brosur. Hal ini dikarenakan, brosur dianggap lebih simpel dan dapat menjangkau banyak kalangan.
4. Promosi yang dilakukan SMP PGRI 12 Jakarta berdampak pada meningkatnya jumlah siswa setiap tahunnya.

Penelitian ini memiliki kesamaan pokok pembahasan yaitu terkait strategi promosi pada lembaga pendidikan. Kemudian yang membedakan yaitu (1). Penelitian sebelumnya jumlah siswanya yang ditingkatkan sedangkan peneliti saat ini citra sekolah yang akan ditingkatkan, (2). Metode pada peneliti sebelumnya menggunakan data kuantitatif sedangkan pada peneliti menggunakan data kualitatif, (3). Lokasi sebelumnya di SMP PGRI 12 Jakarta sedangkan pada peneliti melakukan di SMP Negeri 1 Jetis.

Kedua, skripsi oleh Risdianto Siregar yang berjudul “*Strategi Promosi Sekolah Menengah Kejuruan Taruna Masmur Pekanbaru Dalam Menarik Minat Calon Siswa*

³² Ujang Syarif Hidayatullah, “*Strategi Promosi SMP PGRI 12 Jakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa*,” (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010).

Baru".³³ Penelitian dilakukan pada tahun 2019 menggunakan data kualitatif dengan fokus pembahasan terkait strategi promosi dalam menarik minat siswa baru di SMK Taruna Masmur Pekanbaru. Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa:

Strategi promosi yang dilakukan SMK Taruna Masmur dalam menarik calon siswa baru berupa strategi periklanan menggunakan media baliho, spanduk dan brosur. Promosi penjualan dilakukan dengan memberikan pengurangan biaya masuk. Penjualan perorangan tidak hanya dilakukan tim promosi namun guru dan siswa juga terlibat dalam promosi ini. Kegiatan publisitas yang dilakukan dengan mengikuti lomba baris berbaris dan didikan dasar militer atau diksarmil. Kegiatan pemasaran langsung yang dilakukan menggunakan nomor telepon dan menyebarkan informasi di media sosial.

Penelitian ini memiliki kesamaan pada metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode kualitatif dan kedua penelitian berfokus pada pokok pembahasan terkait strategi promosi pada lembaga pendidikan. Kemudian yang membedakan yaitu, (1). Pada penelitian sebelumnya, jumlah siswa yang masuk di setiap tahunnya mengalami penurunan sedangkan pada peneliti saat ini jumlah siswa di setiap tahunnya bertambah (2). Pada penelitian sebelumnya menggunakan media cetak sedangkan peneliti menggunakan media sosial, (3). Penelitian sebelumnya dilakukan Sekolah Menengah Kejuruan Taruna Masmur Pekanbaru sedangkan peneliti saat ini dilakukan di SMP Negeri 1 Jetis.

Ketiga, skripsi oleh Alya Bintang Widyawati yang berjudul "*Strategi Promosi Pendidikan Melalui Partisipasi Masyarakat Di MI Nashrul Fajar Kota Semarang*".³⁴

Penelitian dilakukan pada tahun 2021 menggunakan data kualitatif dengan fokus

³³ Risdianto Siregar, "*Strategi Promosi Sekolah Menengah Kejuruan Taruna Masmur Pekanbaru Dalam Menarik Minat Calon Siswa Baru*" (Universitas Islam Riau, Riau, 2019).

³⁴ Alya Bintang Widyawati, "*Strategi Promosi Pendidikan Melalui Partisipasi Masyarakat Di MI Nashrul Fajar Kota Semarang*" (UIN Walisongo, Semarang, 2021).

pembahasan terkait strategi promosi pendidikan melalui partisipasi masyarakat dan kontribusi mengenai strategi promosi melalui partisipasi masyarakat di MI Nashrul Fajar Meteseh Kota Semarang. Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Strategi promosi di MI Nashrul Fajar sudah sesuai apa yang diharapkan oleh lembaga tersebut. Karena lembaga tersebut menggunakan partisipasi masyarakat. Yang mana masyarakat juga ikut andil dalam berbagai kegiatan.
2. Implikasi dari strategi promosi melalui partisipasi masyarakat di MI Nashrul Fajar mempunyai pengaruh yang baik untuk MI Nashrul Fajar. Ini dapat terlihat dari semakin banyaknya antusias masyarakat yang ingin menyekolahkan anaknya di MI Nashrul.

Penelitian ini memiliki kesamaan kesamaan pada metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode kualitatif dan kedua penelitian berfokus pada pokok pembahasan terkait strategi promosi pada lembaga pendidikan. Sedangkan perbedaannya yaitu (1). Pada penelitian sebelumnya dilakukan ditingkat Madrasah Ibtidaiyah (MI) sedangkan peneliti saat ini dilakukan ditingkat SMP, (2). Implikasi strategi pada penelitian sebelumnya melalui partisipasi masyarakat sedangkan peneliti saat ini melalui citra sekolah unggul, (3). Media periklanan pada penelitian sebelumnya menggunakan media cetak, sedangkan peneliti saat ini menggunakan media sosial.

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Ujang Syarif Hidayatullah (2010)	<i>Startegi Promosi SMP PGRI 12 Jakarta Dalam</i>	a. Kedua penelitian membahas terkait strategi promosi	a. Penelitian sebelumnya jumlah siswanya yang

		<i>Meningkatkan Jumlah Siswa</i>	b. Penelitian sama-sama dilakukan di jenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP).	ditingkatkan sedangkan peneliti saat ini citra sekolah yang akan ditingkatkan. b. Metode pada peneliti sebelumnya menggunakan data kuantitatif sedangkan pada peneliti menggunakan data kualitatif. c. Lokasi sebelumnya di SMP PGRI 12 Jakarta sedangkan peneliti saat ini dilakukan di SMP Negeri 1 Jetis.
2.	Risdianto Siregar (2019)	<i>Strategi Promosi SMK Taruna Masmur Pekanbaru Dalam Menarik Minat Calon Siswa Baru</i>	a. Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode kualitatif.	a. Pada penelitian sebelumnya, jumlah siswa yang masuk di setiap tahunnya mengalami penurunan sedangkan pada

			<p>b. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.</p> <p>c. kedua penelitian berfokus pada pokok pembahasan terkait strategi promosi pada lembaga pendidikan</p>	<p>peneliti saat ini jumlah siswa di setiap tahunnya bertambah.</p> <p>b. Pada penelitian sebelumnya menggunakan media cetak sedangkan peneliti menggunakan media sosial.</p> <p>c. Penelitian sebelumnya dilakukan Sekolah Menengah Kejuruan Taruna Masmur Pekanbaru sedangkan peneliti saat ini dilakukan di SMP Negeri 1 Jetis.</p>
3.	Alya Bintang Widyawati (2021)	<i>Strategi Promosi Pendidikan Melalui Partisipasi</i>	a. Kedua penelitian menggunakan	a. Pada penelitian sebelumnya dilakukan ditingkat Madrasah Ibtidaiyah

		<p><i>Masyarakat di MI Nashrul Fajar Kota Semarang</i></p>	<p>metode kualitatif.</p> <p>b. Kedua penelitian berfokus pada pokok pembahasan terkait strategi promosi pada lembaga pendidikan.</p>	<p>(MI) sedangkan peneliti saat ini dilakukan ditingkat SMP.</p> <p>b. Implikasi strategi pada penelitian sebelumnya melalui partisipasi masyarakat sedangkan peneliti saat ini melalui citra sekolah unggul.</p> <p>c. Media periklanan pada penelitian sebelumnya menggunakan media cetak, sedangkan peneliti saat ini menggunakan media sosial.</p>
--	--	--	---	--

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan panduan logis yang akan diterapkan oleh peneliti dalam penelitiannya. Proses penelitian ini mencakup permasalahan yang akan diteliti, dianalisis, dan disimpulkan menjadi temuan dalam penelitian. Kerangka pikir dalam proposal penelitian bersumber dari peneliti sendiri, sehingga kerangka pikir tidak merujuk

pada literatur dan referensi lain.³⁵ Adapun strategi promosi dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul



³⁵ Syech Idrus, *Menulis Skripsi Sama Gampangnya Membuat Pisang Goreng: Penting Ada Niat dan Kemauan* (Malang: Literasi Nusantara, 2021), 53.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna lebih ditampilkan sedangkan landasan teori digunakan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Penelitian kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami gejala-gejala sosial dari sudut pandang partisipan dan penelitian kualitatif ini digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah.

Tujuan utama dalam penelitian kualitatif adalah untuk memahami, untuk menggambarkan, untuk mengembangkan dan untuk menemukan suatu *central phenomenon*. *Central phenomenon* adalah menyepifikasikan sesuatu yang direncanakan untuk tujuan eksplorasi, mengidentifikasi subyek penelitian dengan jelas, menyebutkan lokasi penelitian dengan jelas.³⁶

Sedangkan pendekatan, pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan dan menerjemahkan suatu objek sesuai dengan apa adanya. Penelitian ini disebut dengan noneksperimen, karena pada penelitian ini peneliti tidak melakukan kontrol dan memanipulasi variabel penelitian. Pendekatan deskriptif juga merupakan penelitian, dimana pengumpulan data untuk mengetes pertanyaan penelitian atau hipotesis yang berkaitan dengan keadaan dan kejadian sekarang.

³⁶ Ismail Suardi Wekke, et al, *Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Gawe Buku, 2019), 33-39.

Pendekatan deskriptif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama, yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat. Dalam penelitian deskriptif, peneliti tidak akan melakukan manipulasi variabel dan tidak akan menetapkan peristiwa yang akan terjadi. Dengan penelitian deskriptif ini, peneliti memungkinkan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang berkaitan dengan hubungan variabel atau asosiasi dan mencari hubungan komparasi anatarvariabel.³⁷

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian menggambarkan serangkaian gambaran umum yang menjelaskan lokasi teknik pengumpulan data dalam sebuah riset. Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti untuk memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Pemilihan lokasi harus didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan menarik, unik dan sesuai dengan topik yang dipilih.³⁸

Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi penelitian di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo yang tepatnya terletak di Jl. Jendral Sudirman 28A Josari, Jetis, Ponorogo.

C. Data dan Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Namun untuk melengkapi data penelitian dibutuhkan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapatkan langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung. Pengambilan data primer melalui

³⁷ Muhammad Sukardi, *Metode Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 200.

³⁸ Eko Sudarmanto, et al, *Desain Penelitian Bisnis Kuantitatif* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 206-207.

instrument pengamatan, wawancara, catatan lapangan dan peengumpulan dokumentasi. Data primer diperoleh dari data atau informasi yang sumber pertamanya, disebut responden. Data atau informasi diperoleh melalui pernyataan tertulis atau lisan dengan menggunakan metode wawancara. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan kepala sekolah, wakil kepala kesiswaan, koordinator hubungan masyarakat (humas) dan perwakilan wali murid di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang digunakan untuk mendukung data primer melalui studi kepustakaan, dokumentasi, buku, majalah, koran, arsip tertulis yang berhubungan dengan obyek yang akan diteliti. Melalui data sekunder ini peneliti akan mendapatkan gambar yang lebih jelas terkait permasalahan yang dihadapi. Kejelasan dalam penelitian perlu didapatkan karena masalah yang tidak jelas akan menyulitkan dalam melakukan penyelidikan. Data sekunder menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai sarana untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti. Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dari hasil referensi buku-buku atau jurnal selain itu juga dari hasil dokumentasi dan observasi dilapangan.³⁹

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif dapat dimengerti maknanya secara baik, apabila dilakukan interaksi dengan subyek melalui wawancara yang mendalam dan observasi pada latar, dimana fenomena tersebut berlangsung dan disamping itu untuk melengkapi data diperlukan dokumentasi.

³⁹ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 28.

1. Teknik Wawancara

Pengumpulan data melalui wawancara merupakan salah satu karakteristik dari berbagai teknik. Teknik wawancara merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan melalui tatap muka dengan partisipan. Pengambilan data ini menggunakan tanya jawab oleh peneliti kepada partisipan untuk mengolah suatu informasi yang menerangkan suatu kejadian yang diperlukan untuk mengatasi masalah atau untuk menemukan sebuah susunan teori.

Teknik wawancara ini dapat memberikan pendekatan secara langsung dan luas untuk mengumpulkan data secara detail, komprehensif dan *important* atau penting. Pada penelitian ini, jenis wawancara yang dilakukan yaitu wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur merupakan cara memberikan tanya jawab kepada para partisipan dengan mengikuti pedoman wawancara yang telah dibuat sebelumnya.

Wawancara terstruktur ini merupakan jenis wawancara yang baku karena semua pertanyaan pengambilan data penelitian disusun terlebih dahulu kemudian ditanyakan kepada partisipan sesuai dengan daftar pertanyaan yang telah dibuat.⁴⁰ Wawancara terstruktur bertujuan untuk memperoleh keterangan atau informasi secara detail dan mendalam mengenai responden tentang strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo. Pihak yang menjadi informasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kepala Sekolah SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.
- b. Wakil Kepala Bidang Kesiswaan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

⁴⁰ Fitri Nur Mahmudah, *Analisis Data Penelitian Kualitatif Manajemen Pendidikan Berbantuan Software Atlas.IT* (Yogyakarta: UAD Press, 2021), 16.

- c. Koordinator Bidang Hubungan Masyarakat (Humas) SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.
- d. Wali Murid SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

2. Teknik Observasi

Secara umum, observasi merupakan cara atau metode penghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi yang sebenarnya. Maka, melalui teknik observasi ini dapat diperoleh gambaran yang jelas tentang kehidupan sosial yang sulit diperoleh dengan menggunakan metode lain.

Teknik observasi ini sangat diperlukan jika peneliti belum memiliki banyak keterangan masalah yang diselidiki. Observasi ini memiliki fungsi sebagai pengumpulan data, maka observasi harus dilakukan secara sistematis dan terarah. Dalam hal ini, observasi serta pencatatannya dilakukan semaksimal mungkin menurut prosedur dan aturan tertentu sehingga hasil observasi memberikan kemungkinan untuk ditafsirkan secara ilmiah. Teknik observasi dilakukan untuk mengamati keadaan yang wajar dan yang sebenarnya tanpa ada usaha yang disengaja untuk mempengaruhi, mengatur, dan memanipulasi situasi dan kondisi yang sedang diamati.⁴¹

Observasi atau pengamatan langsung dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan penelitian, yaitu tentang strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

⁴¹ Sitti Mania, Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran, *Jurnal Lentera Pendidikan*, Vol.11, No.2, 2008, 221.

3. Teknik Dokumentasi

Dokumen menurut bahasa Inggris berasal dari kata *document* yang memiliki arti suatu yang tertulis atau tercetak dan segala benda yang mempunyai keterangan-keterangan dipilih untuk di kumpulkan, disusun di sediakan atau untuk disebarkan.⁴²

Teknik dokumentasi ini sangat membantu peneliti dalam menganalisis data dengan dokumen-dokumen kualitatif ini analisis data akan lebih mendalam sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dokumen terdiri bisa berupa foto notula rapat, laporan berkala, jadwal kegiatan, peraturan pemerintah, anggaran dasar, rapot siswa, surat-surat resmi dan lain sebagainya. Dengan menggunakan foto akan dapat mengungkap situasi pada detik tertentu sehingga dapat memberikan informasi deskriptif yang berlaku pada saat tersebut.⁴³ Dokumentasi ini diharapkan dapat menjadi pelengkap dari metode wawancara dan observasi dalam penelitian ini.

E. Teknik Analisis Data

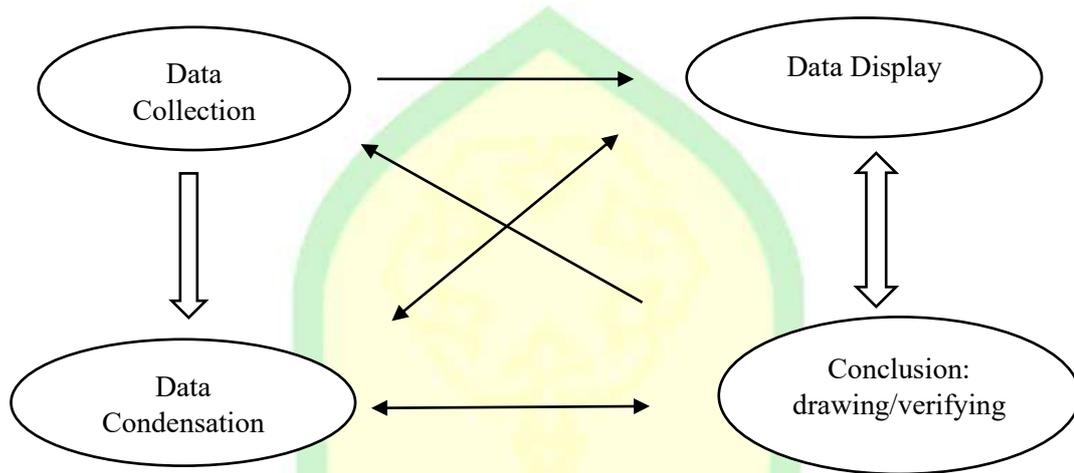
Analisis data pada penelitian dilakukan setelah pengumpulan data selesai. Analisis data kualitatif ialah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan pada pola hubungan tertentu menjadi hipotesis. Sebelum melakukan analisis data, peneliti melakukan teknik pengujian kepercayaan data yang akan dianalisis untuk dibuat kesimpulan penelitian. Teknik pengujian kepercayaan data yang digunakan oleh peneliti teknik triangulasi yaitu untuk menguji kepercayaan data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber dengan berbagai cara. Pengujian kepercayaan data sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif demi validitas dan reliabilitas serta tingkat kepercayaan data yang telah terkumpul.⁴⁴

⁴² Indra Kanedi, et al, Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Kota Bengkulu, *Jurnal Pseudocode*, Vol.IV, No.1, 2017, 42.

⁴³ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 104-116.

⁴⁴ Wiwin Yuliani, Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Persektif Bimbingan dan Konseling, *Jurnal Quanta*, Vol. 2, No.2, 2018, 87.

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan konsep analisis data model interaktif dari Milles Matthew, Michael Huberman dan Johny Saldana. Kegiatan dalam analisis data interaktif tersebut meliputi reduksi data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Analisis data tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Analisis Data Interaktif

Menurut Milles, Huberman dan Saldana, dalam teknik analisis data terdapat 4 langkah untuk menggunakan analisis data, yaitu:⁴⁵

1. Reduksi Data (*Data Collection*)

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih yang pokok, memfokuskan dalam hal-hal yang penting, mencari tema dan pola data. Dalam reduksi data, seorang peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama pada penelitian kualitatif terdapat pada temuan.

Oleh sebab itu, jika peneliti saat melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang dianggap unik, tidak dikenal, belum memiliki pola maka hal seperti itulah yang harus dijadikan perhatian dalam melakukan reduksi data. Data yang diperoleh

⁴⁵ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook Edition 3* (Singapore: SAGE,2014), 12.

dari lapangan jumlahnya cukup banyak sehingga diperlukan pencatatan secara detail dan terinci. Maka, perlu dirangkum dan dipilih hal-hal yang pokok dan yang penting.

Reduksi data dilakukan dengan cara mengelompokkan data sesuai dengan aspek-aspek permasalahan atau fokus dalam penelitian. Tujuan mereduksi data untuk mempermudah peneliti mendapatkan gambaran yang lebih jelas dari data yang kompleks dan dapat mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya.⁴⁶

2. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data merujuk pada proses pemilihan, menyederhanakan, mengabstaraksikan dan menstransformasikan data yang mendekati keseluruhan bagian dari catatan lapangan secara tertulis, transkrip wawancara, dokumen-dokumen dan materi-materi empiris. Proses kondensasi data diperoleh setelah peneliti melakukan wawancara dan mendapatkan data tertulis yang ada di lapangan yang nantinya transkrip wawancara tersebut dipilih untuk mendapatkan fokus penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penyajian data, data yang sudah dipilah-pilah sesuai dengan tujuan penelitian kemudian disajikan kedalam tabel. Semua data yang telah terkumpul mulai dari perencanaan, pelaksanaan tindakan, observasi, dan refleksi diatur kedalam tabel agar mempermudah dalam membaca data.

4. Penarikan Simpulan (*Conclusions: drawing/verifying*)

Penarikan simpulan dilakukan berdasarkan hasil dari semua data yang telah diperoleh. Penarikan simpulan ini dilakukan karena kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan mungkin dapat berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap data berikutnya. Dalam

⁴⁶ Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Persepektif Kualitatif* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 66.

pandangan Milles, Huberman dan Saldana penarikan kesimpulan hanya sebagai dari serangkaian kegiatan dan konfigurasi yang utuh.

Kesimpulan-kesimpulan akan terus tetap diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi dapat berupa pemikiran kembali melalui analisis singkat selama peneliti menulis laporan, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan dan pengecekan secara seksama yang memerlukan peninjauan kembali.⁴⁷

F. Pengecekan Keabsahan Penelitian

Keabsahan data merupakan terjaminnya keakuratan data maka seorang peneliti akan melakukan keabsahan data. Data yang salah akan menghasilkan penarikan kesimpulan dan interpretasi yang salah, demikian pula sebaliknya, data yang sah akan menghasilkan kesimpulan hasil penelitian yang benar. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan yang dilaporkan peneliti dan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.⁴⁸

Dalam pengecekan keabsahan penelitian terdapat uji kredibilitas data atau kepercayaan data penelitian kualitatif terdiri atas perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, menggunakan bahan referensi dan member check.

1. Perpanjangan Pengamatan

Pada tahap awal peneliti memasuki lapangan, peneliti masih dianggap sebagai orang asing dan masih memungkinkan banyak hal yang dirahasiakan. Dengan perpanjangan pengamatan ini berarti hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin akrab. Dalam perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian, yaitu dengan cara melakukan pengamatan apakah data yang diperoleh sebelumnya itu benar atau tidak ketika dicek kembali ke lapangan.

⁴⁷ Nanda Saputra, et al, *Penelitian Tindakan Kelas* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), 132.

⁴⁸ Evanirosa, et al, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Bandung: Media Sains Indonesia,2022), 127.

Apabila setelah dicek kembali ke lapangan sudah benar, berarti sudah valid, maka waktu perpanjangan pengamatan dapat diakhiri oleh peneliti. Sebagai bentuk pembuktian bahwa peneliti telah melakukan uji kredibilitas, maka peneliti dapat melampirkan bukti dalam bentuk surat keterangan perpanjangan pengamatan dalam laporan penelitian.

2. Meningkatkan Ketekunan

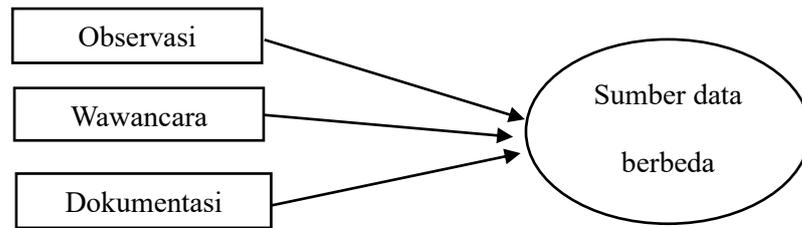
Peneliti dapat meningkatkan ketekunan dalam bentuk pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan itu benar atau tidak, dengan cara melakukan pengamatan secara terus-menerus, membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi yang terkait, sehingga wawasan peneliti akan semakin luas dan tajam.

3. Triangulasi

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan data yang diperoleh dari suatu sumber dengan pendekatan yang berbeda untuk mengecek dan membandingkan data penelitian yang telah diperoleh. Terdapat beberapa macam triangulasi data dalam penelitian yaitu triangulasi teknik, triangulasi sumber dan triangulasi waktu. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teknik dan sumber.

a. Triangulasi Teknik

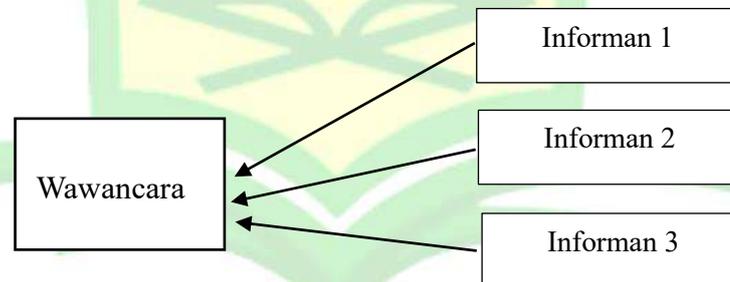
Triangulasi teknik merupakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber data yang sama. Dalam triangulasi teknik ini, peneliti menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan sumber data yang sama secara serempak. Adapun penyajian bagannya sebagai berikut:



Gambar 3.2 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

b. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan teknik pengumpulan data yang sama melalui sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Dalam triangulasi sumber ini menggunakan pertanyaan atau informasi yang sama ditanyakan kepada informan yang berbeda untuk mendapatkan keselarasan jawaban. Adapun penyajian baganya sebagai berikut:⁴⁹



Gambar 3.3 Triangulasi Sumber Pengumpulan Data

4. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi merupakan bagian dari pendukung untuk membuktikan data yang ditemukan oleh peneliti secara autentik. Sebagai contoh, data hasil wawancara mendalam dengan informan dilengkapi rekaman audio-visual saat dilakukannya wawancara mendalam.

⁴⁹ Achmad Anwar Abidin, *Pendidikan Islam Multikultural Pada Masyarakat Plural* (Lamongan: Academia Publication, 2022), 30.

5. Member Check

Member check merupakan suatu proses pengecekan data kepada sumber data. Adapaun tujuan dilakukannya member check yaitu agar informasi yang diperoleh dalam laporan penelitian memiliki kesesuaian dengan apa yang dimaksudkan oleh sumber data atau informan. Member check dapat dilakukan setelah berakhirnya satu periode pengumpulan data.

Mekanisme dalam member check dapat dilakukan secara individual, yaitu peneliti menemui sumber data atau bertemu dalam forum diskusi kelompok. Pada proses ini data dapat ditambah, dikurangi, ataupun ditolak oleh sumber data hingga diperolehnya kesepakatan bersama, dapat berupa dokumen yang telah ditandatangani.⁵⁰

G. Tahap Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tahapan dalam melakukan penelitian secara langsung, Adapun tahapannya yaitu:⁵¹

1. Tahap persiapan

Pada tahap ini dilakukan pembuatan pedoman atau panduan observasi. Pedoman observasi merupakan suatu panduan yang digunakan pada proses berlangsungnya observasi untuk menjangkau data, keterangan atau informasi yang berkaitan dengan data yang diperlukan.

2. Tahap penyusunan rancangan penelitian

Pada tahap ini, peneliti merancang langkah-langkah yang akan ditempuh dalam pelaksanaan penelitian untuk memperoleh data dari lapangan seperti mengelola data, petunjuk menganalisis data dan petunjuk mengecek keabsahan data.

⁵⁰ Arnild Augina Mekarisce, *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat*, Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat, Vol. 12, Edisi 3, 2020, 150.

⁵¹ Maya Luvita Sari, *Mengupas Keunikan Gambar Anak Lewat Karya Sanggar* (Yogyakarta: Yayasan Lembaga Gumun Indonesia, 2021), 45.

3. Tahap pelaksanaan penelitian

Pada tahap ini diawali dengan pencarian sumber data dalam penyusunan proposal, selanjutnya analisis data temuan dan menguji keabsahan data yang diperoleh dan terakhir data yang sudah dianalisis dan sudah teruji keabsahannya diubah menjadi sajian dalam bentuk deskriptif.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Latar Penelitian

1. Profil Sekolah

Nama Sekolah	: SMP NEGERI 1 JETIS PONOROGO
Alamat : Jalan/Desa	: Jl. Jendral Sudirman 28A Josari
Kecamatan/Kab./Kota	: Jetis / Ponorogo
No. Telp/Fax	: (0352) 311830 / 313589
e-mail	: smp1jts@gmail.com
1. NSS/NSM/NDS	: 201.05.11.16.001
2. NPSN	: 20510761
3. Jenjang Akreditasi	: Terakreditasi A (92)
4. Tahun didirikan	: 1978
5. Tahun Beroperasi	: 1978
6. Kepemilikan Tanah	: Pemerintah
a. Status Tanah	: Hak Pakai
b. Luas Tanah	: 8782 m ²
7. Status Bangunan milik	: Pemerintah
8. Luas Seluruh Bangunan	: 8.521 m ²
Jumlah Ruang Lantai I	: 29
Jumlah Ruang Lantai II	: 22
Jumlah Rombel	: 24

2. Sejarah Berdirinya SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

Berbicara sejarah, SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo merupakan salah satu sekolah Negeri pertama yang didirikan di luar Kecamatan Kota, yaitu pada Januari 1978. Sebagai sekolah Negeri, SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo tidak kesulitan mendapatkan siswa untuk masuk menjadi murid. Pertamakali dipimpin oleh Bapak Suyud (alm), memulai memberikan pendidikan dan pengajaran kepada putra-putri untuk mencerdaskan anak bangsa di tiga kelas. Dari tahun ke tahun, semakin berkembang dengan segala potensi yang ada.

Setelah purnanya tugas Bapak Suyud (alm) digantikan pemimpin kedua oleh Bapak Soelekan, BA. SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo semakin memantapkan langkahnya menuju prestasi. Dengan gaya kepemimpinan “Sadar akan tugas dan tanggung jawab” yang diterapkan kepada seluruh staf, guru serta karyawan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, menjadikan kualitas SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo semakin mantap. Adanya prestasi dan penghargaan semakin menambah berjajarnya rentetan piala.

Dengan purna tugasnya Bapak Soelekan, BA, kepemimpinan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dialihkan kepada pemimpin ketiga, Bapak Darmawan, BA (alm). SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo semakin terbentuk sistem yang mapan. Antara kepala sekolah, staf, guru, dan karyawan saling bekerja sama mewujudkan cita-cita pendidikan untuk mencetak manusia berkualitas yang memiliki SDM yang tangguh. Dengan ketekunan dan strategi yang diterapkan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo meraih peringkat ketiga dijenjang sekolah tingkat SMP di Kabupaten Ponorogo.

Selama 3 tahun Bapak Darmawan, BA (alm) memimpin SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo lalu digantikan pemimpin keempat oleh Bapak H. Sukir. Dalam pimpinan Bapak H. Sukir banyak menghadapi tantangan kemajuan zaman, Bapak H. Sukir menerapkan beberapa program yang cukup membanggakan diantaranya terdapat kelompok belajar di lingkungan siswa. Adanya program tersebut dapat memecahkan permasalahan pelajaran yang dihadapi

siswa, dengan membuat program les rutin dapat menentukan peningkatan belajar siswa sehingga penanganannya dapat efektif dan efisien terutama menghadapi ujian akhir nasional.

Selain melakukan program les rutin juga terdapat program penanaman keimanan dan ketaqwaan terhadap semua siswa setiap pagi 15 menit sebelum dimulainya pelajaran diberikan siraman rohani oleh Bapak atau Ibu guru agama. Sehingga lengkaplah sudah penanaman Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dan Iman dan Taqwa (IMTAQ) kepada semua siswa agar memiliki keseimbangan antara kecerdasan dan religi. Program tersebut benar-benar menjadikan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo menjadi sekolah yang maju di kawasan Ponorogo sekitarnya.

Di alih tugasannya Bapak H. Sukir dari SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo datang pengantinya sebagai pemimpin kelima yaitu Ibu Nunuk Sri Murni Karyati, M.Pd. SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dipilih menjadi Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional (RSBI). Status tersebut lebih menguatkan kedudukan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo sebagai sekolah berkualitas di Kabupaten Ponorogo. Prestasi-prestasi yang telah diraih bukan hanya prestasi di Kabupaten tetapi juga prestasi yang diraih ditingkat Provinsi dan bahkan siswa SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo pernah mewakili Jawa Timur dalam rangka Olimpiade Science tingkat Nasional.

Di penghujung tahun 2013, Ibu Nunuk Sri Murni Karyati, M.Pd digantikan oleh pemimpin keenam yaitu Dra. Nurlaila Djadjuli, M.Pd. Pada periode ini, SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dinobatkan sebagai Sekolah Adiwiyata Tingkat Nasional oleh Menteri Pendidikan Nasional Anis Baswedan. Predikat yang tidak datang secara tiba-tiba mengingat perjuangan ke arah itu sudah dirintis sejak era Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional (RSBI). Tongkat estafet kepemimpinan terus berlanjut.

Pada desember 2017, seiring dengan dipromosikannya Ibu Nurlaila Djadjuli, M.Pd sebagai Pengawas SMP di lingkup Dinas Pendidikan Kabupaten Ponorogo, jabatan kepala sekolah digantikan oleh Dra. Asih Setyowati, M.Pd sebagai pemimpin ketujuh di SMP Negeri

1 Jetis Ponorogo. Meskipun sudah berganti pimpinan tetapi beragam prestasi kembali diraih. Mulai dari predikat Sekolah Sehat, Sekolah Ramah Anak, dan juga Sekolah Rujukan. Prestasi Siswa juga terus mengalir, disetiap upacara hari senin tiada pelaksanaan upacara tanpa penyerahan piala. Dari berbagai prestasi yang telah diraih terdapat prestasi yang paling sensasional yaitu terpilihnya delegasi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo mewakili Indonesia dalam Science Expo di Korea Selatan setelah meraih medali emas Olimpiade Penelitian Siswa Indonesia (OPSI) pada tahun 2018.

Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo terdapat kelengkapan sarana dan prasarana sehingga menjadikan kemudahan untuk para siswa dan guru dalam melakukan proses pembelajaran, selain itu terdapat fasilitas ICT yang memadai untuk mewujudkan visi dan misi yang diembannya untuk menjawab tantangan kemajuan zaman di era globalisasi saat ini.⁵²

3. Letak Geografis SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

Kabupaten Ponorogo merupakan salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten Ponorogo terletak di Koordinat 111 17'- 111 52' Bujur Timur 749'-820' Lintang Selatan dengan ketinggian antara 92 sampai dengan 2.563 m diatas permukaan laut dan memiliki luas wilayah 1.371,78 km. Kabupaten Ponorogo terletak di sebelah barat dari kota Provinsi Jawa Timur dan Berbatasan dengan Provinsi Jawa Tengah. Kota yang berada disebelah selatan merupakan Kota Pacitan, sebelah barat Kota Wonogiri (Jawa Tengah), sebelah utara merupakan Kota Madiun dan sebelah timur merupakan Kota Trenggalek. SMP Negeri 1 Jetis berada di wilayah Ponorogo Selatan tepatnya di jalan Jendral Sudirman 28A Josari, Jetis, Ponorogo yang menempati tanah seluas 8782 m² dan disekitarnya terdiri dari beberapa bangunan diantaranya Kantor Urusan Agama (KUA) Jetis, Komando Distrik Militer (Kodim) Jetis, dan SD Negeri 1 Josari.

⁵² Sejarah SMPN 1 Jetis, <http://smpn1jtspo.sch.id>, diakses 11 Januari 2023.

4. Visi, Misi dan Tujuan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo mempunyai visi, misi dan tujuan yang digunakan untuk acuan dalam meningkatkan kualitas sekolah, yaitu:

a. Visi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

“Mewujudkan Peserta Didik yang Beriman dan Bertakwa, Produktif, Berbudaya lingkungan, Berdaya saing global dan Berbudi pekerti luhur.”

Adapun Indikator Visi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo :

- 1) Terwujudnya insan yang cinta tanah air, beriman dan bertakwa serta berwawasan global, berakhlak mulia, berkarakter mulia, kompetensi akademik yang utuh, memiliki kepribadian sesuai dengan norma-norma dan budaya Indonesia.
- 2) Terwujudnya peserta didik yang berprestasi bidang akademik atau non akademik, terampil dan berkarya.
- 3) Terwujudnya peserta didik yang berperilaku hidup sehat, bersih dan terlibat dalam usaha melestarikan lingkungan serta mencegah terjadinya pencemaran dan kerusakan lingkungan.
- 4) Terwujudnya sarana dan prasarana pendidikan yang berwawasan lingkungan yang rindang, bersih dan asri.
- 5) Terwujudnya peserta didik yang cerdas dan kompetitif.
- 6) Terwujudnya peserta didik yang berbudi pekerti luhur.
- 7) Terwujudnya pembiasaan budaya santun.
- 8) Terwujudnya pelestarian dan penggalian budaya daerah dan bangsa.

Visi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo tersebut memiliki tujuan jangka Panjang, jangka menengah dan jangka pendek. Visi ini menjiwai warga sekolah untuk selalu mewujudkannya setiap saat dan berkelanjutan dalam mencapai tujuan sekolah.

b. Misi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

- 1) Mewujudkan peserta didik yang cinta tanah air, beriman dan bertakwa.

- 2) Mewujudkan peserta didik yang berprestasi bidang akademik atau non akademik tingkat Kabupaten atau Nasional.
- 3) Mewujudkan peserta didik yang terampil dan mampu berkarya.
- 4) Mewujudkan perilaku hidup sehat, bersih dan terlibat dalam usaha melestarikan lingkungan serta mencegah terjadinya pencemaran dan kerusakan lingkungan.
- 5) Mewujudkan lingkungan yang rindang, bersih dan asri.
- 6) Mewujudkan prestasi dan kompetensi yang kompetitif.
- 7) Menerapkan nilai-nilai karakter dalam kehidupan sehari-hari.
- 8) Mewujudkan pelestarian dan penggalian budaya daerah dan bangsa.

Misi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo ini merupakan kegiatan jangka Panjang yang masih perlu diuraikan menjadi beberapa kegiatan yang memiliki tujuan lebih detail dan lebih jelas.

c. Tujuan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

Tujuan situasional jangka pendek tahun 2022 SMP Negeri 1 Jetis Kabupaten Ponorogo adalah:

1) Standar Kompetensi Lulusan

- a) Tercapai rata-rata Nilai Ujian Sekolah minimal 83,00.
- b) Ketuntasan belajar individu minimal 87%.
- c) Terwujudnya kemampuan siswa pada pengetahuan factual, procedural, konseptual dan metakognitif.
- d) Meraih 10 kejuaraan bidang akademis dan 50 kejuaraan bidang non akademis tingkat Kabupaten atau Kota.
- e) Meraih 5 kejuaraan bidang akademis dan 10 kejuaraan bidang non akademis tingkat regional dan nasional.

- f) Terbentuknya karakter peserta didik taat dalam beribadah, jujur, disiplin, mandiri, tanggung jawab, toleran, peduli pada kelestarian lingkungan hidup, peduli pada masyarakat Bangsa dan Negara.
- g) Terbekalinya peserta didik untuk mengembangkan minat, bakat, dan prestasi melalui kegiatan ekstrakurikuler dan bina prestasi.
- h) Terwujud pelestarian kesenian tradisional melalui Festival Reyog Ponorogo antar kelas (kelas VIII).
- i) Terwujud pelestarian budaya tradisional melalui batik motif merak.
- j) Tercapai 100% jumlah siswa yang melanjutkan studi ke jenjang berikutnya.

2) Standar Isi

- a) Terwujud kurikulum yang mengintegrasikan keterampilan abad 21 (*critical thinking, creativity, collaboration dan communication*), literasi, berkarakter dan peduli lingkungan.
- b) Dapat tersusunya pembagian tugas pendidik dan tenaga kependidikan sesuai dengan SPM (Standar Pelayanan Minimal).
- c) Dapat tersusunya silabus, program tahunan, dan program semester untuk semua mata pelajaran.
- d) Terwujudnya pengembangan RPP sesuai prinsip-prinsip pembelajaran yang inovatif dan kolaboratif dengan mengintegrasikan Pendidikan karakter untuk semua mata pelajaran.
- e) Terwujudnya penyelenggaraan kurikulum yang memuat aspek muatan lokal.
- f) Terlaksannya kegiatan pengembangan diri siswa.

3) Standar Proses

- a) Terlaksananya proses pembelajaran bermuatan ketampilan abad 21, literasi, berkarakter dan peduli lingkungan.
- b) Terlaksana proses pembelajaran bermuatan Pendidikan anti korupsi.

- c) Terlaksannya proses pembelajaran dengan media yang inovatif.
- d) Terwujudnya proses pembelajaran di dalam dan di luar kelas secara variatif.
- e) Terwujudnya proses pembelajaran yang ramah anak.
- f) Terwujudnya layanan Pendidikan untuk anak berkebutuhan khusus (inklusi).
- g) Terwujudnya layanan bimbingan dan konseling secara optimal.
- h) Terwujudnya pemahaman prinsip dasar internet atau intranet peserta didik dan menggunakan untuk memperoleh informasi serta menyajikan informasi dengan memperhatikan etika dan undang-undang yang berlaku.
- i) Terwujudnya pembelajaran tuntas (*Mastery Learning*).
- j) Terlaksananya evaluasi pembelajaran dari Kepala Sekolah dan Pengawas Pembina.

4) Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan

- a) Terwujudnya pendidik dan tenaga kependidikan yang beriman.
- b) Terwujudnya pendidik dan tenaga kependidikan yang profesional.
- c) Terwujudnya 20% pendidik yang memiliki kualifikasi Pendidikan (pasca sarjana/S-2).
- d) Terwujudnya 100% pendidik yang bersertifikasi profesi.
- e) Terwujudnya kinerja pendidik dan tenaga kependidikan dengan optimal.
- f) Terwujudnya pendidik dan tenaga kependidikan yang kreatif, inovatif, dan berprestasi.
- g) Terwujudnya kepribadian pendidik dan tenaga kependidikan minimal baik.

5) Standar Sarana Prasarana

- a) Terwujudnya kondisi bangunan sekolah yang asri, aman dan nyaman.
- b) Terwujudnya ruang belajar, ruang terbuka hijau dan fasilitas pembelajaran sesuai dengan rombel dan standar sarana prasarana Pendidikan.

- c) Terpeliharanya sarana dan prasarana Pendidikan dengan baik sesuai ketentuan yang berlaku.
- d) Terwujudnya lingkungan sekolah sebagai sarana dan media belajar yang menyenangkan.
- e) Terwujudnya kantin yang ramah lingkungan.
- f) Terwujudnya ruang ibadah yang mampu menampung jamaah seluruh warga sekolah.
- g) Terwujudnya sarana Laboratorium yang mendukung kegiatan.
- h) Terinventaris secara rinci semua sarana dan prasarama sekolah.
- i) Terwujudnya penyediaan ruang TIK.

6) Standar Pengelolaan

- a) Terpenuhi standar pengelolaan atau manajemen yang transparan, akuntabel dan berkesinambungan.
- b) Terpenuhi standar manajemen berakreditasi nasional.
- c) Terpenuhi 8 standar Pendidikan nasional (SNP).
- d) Terwujudnya peran serta masyarakat serta lembaga lain yang relevan.
- e) Terlaksananya kegiatan evaluasi diri sekolah secara berkala.
- f) Termanfaatkannya web sekolah secara optimal.

7) Standar Pembiayaan

- a) Terwujudnya peningkatan sumber dana dari berbagai pihak yang relevan sebesar 50%.
- b) Terwujudnya Kerjasama yang harmonis dengan komite sekolah dalam pendanaan kegiatan sekolah.
- c) Terlaksana penggunaan dana yang proporsional dan transparan.
- d) Terwujudnya pelaporan penggunaan dana akuntabel.
- e) Terlaksanaan layanan subsidi silang bagi siswa yang kurang mampu.

8) Standar Penilaian

- a) Terlaksananya penilaian autentik secara berkesinambungan.
- b) Terlaksana penilaian secara integrative dari ranah sikap, pengetahuan dan keterampilan.
- c) Terlaksana penilaian berbasis IT.
- d) Terlaksana program remedial dan pengayaan secara optimal.
- e) Terlaksana ketuntasan belajar individu secara maksimal.
- f) Terwujudnya pelaporan penilaian yang obyektif, valid dan akuntabel serta berkesinambungan.
- g) Terlaksananya penilaian autentik secara berkesinambungan.
- h) Terlaksananya penilaian berbasis IT.

9) Pembentukan budaya, lingkungan sekolah ramah anak dan sekolah inklusi

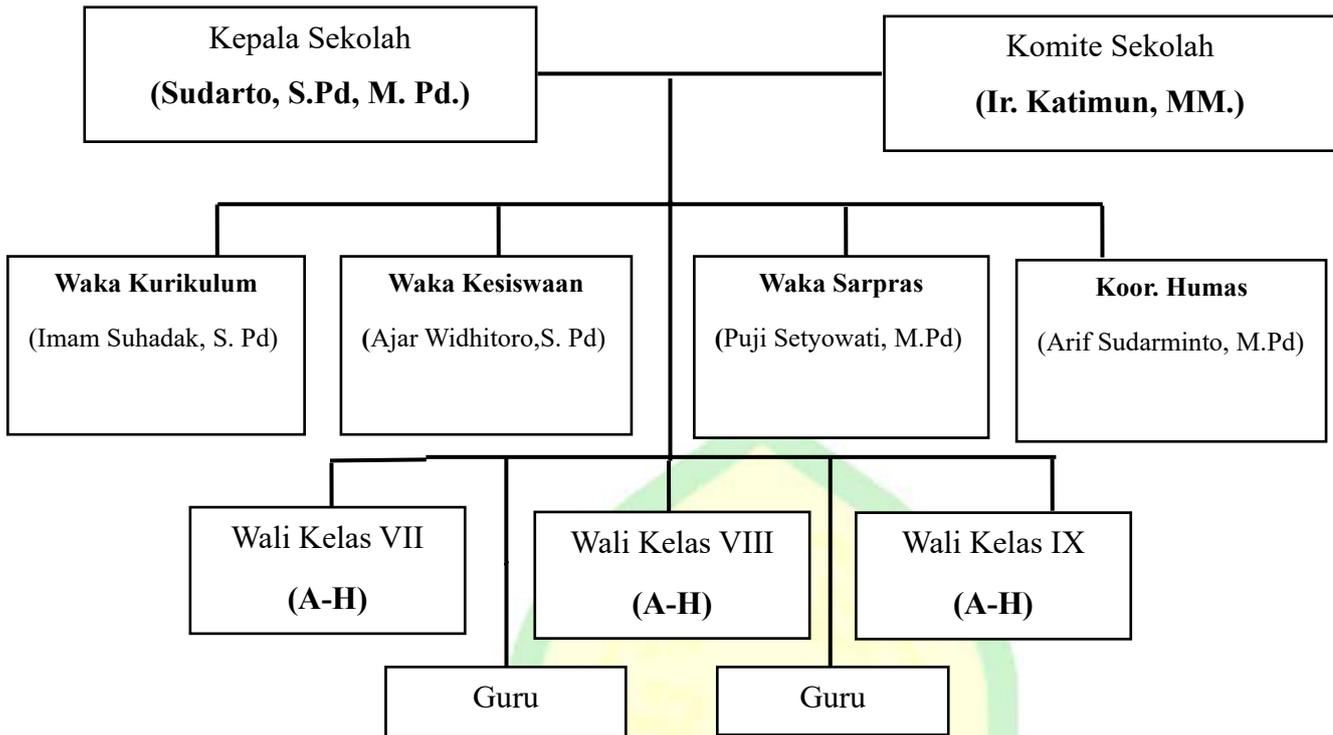
- a) Terwujudnya lingkungan belajar yang kondusif.
- b) Terwujudnya nilai-nilai karakter dalam kehidupan sehari-hari.
- c) Terwujudnya budaya membaca bagi warga sekolah.
- d) Terwujudnya budaya cinta lingkungan.
- e) Terwujudnya sekolah ramah anak tanpa diskriminasi.
- f) Terwujudnya sekolah inklusi.⁵³

5. Stuktur Organisasi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

Struktur organisasi merupakan pola hubungan antara berbagai komponen dan bagian organisasi. Adanya struktur organisasi ini menggambarkan kerangka dan susunan hubungan.

Adapun struktur organisasi di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo sebagai berikut:

⁵³ Lihat Transkrip Dokumentasi, Nomor: 01/D/02-02/2023



Gambar 4.1 Struktur Organisasi di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

B. Deskripsi Data

Pada deskripsi data ini, peneliti akan mendeskripsikan dari hasil temuan lapangan yang berfokus pada penelitian strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, dalam deskripsi data terdapat rangkaian yang menampilkan hasil data dari wawancara dengan Kepala Sekolah, Wakil Kepala Bidang Kesiswaan, Koordinator Hubungan Masyarakat (Humas) dan orang tua siswa atau wali murid, serta hasil observasi dan dokumentasi terkait strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

1. Bentuk Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

Lembaga pendidikan merupakan lembaga yang bergerak dalam jasa pendidikan dimana lembaga pendidikan tersebut memiliki hubungan yang erat dengan masyarakat.

Strategi promosi yang dilakukan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo merupakan salah satu cara yang tepat untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat.

Strategi promosi yang dilakukan oleh SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo memerlukan konsep yang matang, agar sasaran serta tujuan adanya promosi ini berjalan dengan baik dan tercapai sesuai dengan harapan. Strategi promosi sangat penting digunakan dalam lembaga pendidikan karena untuk membentuk citra baik terhadap sekolah tersebut. Bentuk promosi pendidikan sekolah dalam meningkatkan citra sekolah unggul menggunakan media promosi seperti media cetak, media sosial, media elektronik dan promosi sekolah dari mulut ke mulut.

Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Arif Sudarminto, M.Pd selaku Koordinator Hubungan Masyarakat (Humas) mengungkapkan bahwa:

Di SMP Negeri 1 Jetis dalam mempromosikan sekolah menggunakan media cetak, seperti flayer, spanduk, brosur dan surat pemberitahuan PPDB atau surat pemberitahuan kegiatan lomba tingkat Sekolah Dasar (SD) atau Madrasah Ibtidaiyah (MI). Media sosial, seperti Instagram, facebook, dan youtube. Media elektronik, seperti.⁵⁴

Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo selain mempromosikan sekolah melalui media cetak, media sosial dan *website* juga mempromosikan sekolah melalui komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth marketing*) yang disampaikan oleh alumni, kepala sekolah, guru, dan siswa. Hal tersebut akan menjadi pandangan untuk masyarakat. Pernyataan tersebut diperkuat dalam wawancara dengan Bapak Sudarto, S,Pd, M.Pd selaku Kepala Sekolah SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, mengungkapkan:

Di SMP Negeri 1 Jetis juga melakukan promosi sekolah melalui dari mulut ke mulut (*word of mouth marketing*) promosi dalam bentuk ini disampaikan melalui output siswa yang tentunya akan bercerita kepada keluarga dan masyarakat lebih cepat tersampaikan bahwa di SMP Negeri 1 Jetis mendidik bukan hanya secara akademik tetapi juga mendidik non akademik, membentuk karakter, mulia serta sekolah inklusi atau layanan pendidikan bagi siswa yang berkebutuhan khusus. Selain itu disaat ada tamu yang berkunjung di SMP Negeri 1 Jetis di layani sebaik mungkin sehingga akan cerita baik kepada keluarga atau masyarakat membawa nama baik SMP Negeri 1 Jetis.⁵⁵

⁵⁴ Lihat Transkrip Wawancara, Nomor: 01/W/31-01/2023

⁵⁵ Lihat Transkrip Wawancara, Nomor: 03/W/04-02/2023

Berdasarkan hasil observasi dilapangan, peneliti menemukan bahwa bentuk strategi promosi pendidikan yang digunakan oleh SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo untuk menginformasikan kepada masyarakat bahwa sekolah tersebut mempunyai keunggulan yang tidak kalah dengan lembaga pendidikan lain, yaitu melalui:⁵⁶

a. Media cetak

Pada media cetak, SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo membuat flyer, brosur dan surat pemberitahuan berbagai kegiatan perlombaan antar sekolah tingkat Sekolah Dasar (SD) atau Madrasah Ibtidaiyah (MI) Se-Kabupaten Ponorogo yang diantar oleh perwakilan guru di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo. Perlombaan tersebut diadakan untuk membentuk citra sekolah dan menanamkan rasa percaya di dalam diri masyarakat sehingga dapat menarik minat calon peserta didik untuk bersekolah di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo ini. Adapun bentuk media cetak pada penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dapat diperkuat dengan temuan data dokumentasi dapat dilihat dilampiran.⁵⁷

b. Media Sosial

Adapun media sosial yang dimiliki SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo berupa facebook, instagram, dan youtube. Program yang dimuat dalam media sosial yaitu visi sekolah, fasilitas yang dimiliki sekolah, kegiatan ekstrakurikuler, kelas-kelas unggulan seperti kelas Internasional dan kelas riset, kegiatan yang menjadi ciri khas SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo seperti sintesis (sport, sains, teknologi, seni dan islami) yang dilakukan disetiap satu tahun sekali dalam rangka HUT untuk tingkat Sekolah Dasar (SD) atau Madrasah Ibtidaiyah (MI) Se-Kabupaten Ponorogo serta prestasi-prestasi siswa yang diraih dalam satu tahun terakhir. Adapun bentuk media sosial pada penerapan strategi promosi

⁵⁶ Lihat Transkrip Observasi, Nomor: 01/O/08-02/2023

⁵⁷ Lihat Transkrip Dokumentasi, Nomor: 02/D/16-02/2023

pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dapat diperkuat dengan temuan data dokumentasi dapat dilihat dilampiran.⁵⁸

c. *Website* atau Media Elektronik

Website merupakan media elektronik dan termasuk bagian dari strategi promosi yang sangat mudah ditemui berbagai masyarakat melalui jalur online. *Website* juga mampu digunakan sebagai alat komunikasi dengan sekolah lain dan masyarakat, sehingga sewaktu-waktu masyarakat membutuhkan informasi mengenai sekolah tersebut dapat masyarakat dapat mengakses halaman *website* dimana dan kapan saja tanpa mendatangi sekolah tersebut.

SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo memiliki *website* yang dikelola oleh staf tata usaha dengan alamat www.smpn1jtspo.sch.id adanya *website* ini sebagai alat untuk mengetahui informasi umum SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, didalam *website* tersebut memuat berbagai informasi berupa profil sekolah, data pokok, berita terkini, informasi akademik, kontak admin dan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Adapun bentuk *website* pada penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dapat diperkuat dengan temuan data dokumentasi dapat dilihat dilampiran.⁵⁹

d. Komunikasi dari mulut ke mulut

Pada strategi promosi pendidikan melalui komunikasi dari mulut ke mulut tidak hanya dilakukan oleh tim promosi, tetapi juga dilakukan oleh guru, alumni siswa SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dan orang tua siswa. Baik guru, alumni siswa SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dan orang tua siswa disarankan untuk mempromosikan kepada saudara atau tetangganya, karena promosi yang dilakukan oleh pribadi dari mulut ke mulut ini akan lebih mudah memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait sekolah SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

⁵⁸ Lihat Transkrip Dokumentasi, Nomor: 03/D/18-02/2023

⁵⁹ Lihat Transkrip Dokumentasi, Nomor: 04/D/19-02/2023

Dengan melakukan promosi melalui komunikasi mulut ke mulut, dapat membantu tim promosi menyampaikan informasi kepada masyarakat sehingga ada penilaian yang baik terhadap calon peserta didik atau orang tua terkait sekolah yang akan di pilih. Dalam promosi pendidikan bentuk komunikasi dari mulut ke mulut sebagian tim promosi ada yang siap sedia di kantor sekolah untuk bertugas melayani calon peserta didik atau orang tua yang berkunjung dan memberikan informasi terkait program serta kegiatan sekolah.

Demi kelancaran dalam melakukan promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, maka dibentuk sebuah tim promosi yang bertugas untuk mempromosikan lembaga pendidikan kepada masyarakat. Adapun tim promosi di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo diperjelas dari hasil wawancara dengan Bapak Arif Sudarminto, M.Pd selaku koordinator hubungan masyarakat (humas):

Semua warga sekolah ikut berperan dalam kegiatan promosi pendidikan. Namun, pihak sekolah tetap membentuk sebuah tim promosi yang bertugas dan bertanggung jawab dalam kegiatan promosi sekolah diantaranya yaitu: kepala sekolah, bidang kurikulum, bidang kesiswaan, bidang sarana dan prasana, dan semua guru.⁶⁰

Tim promosi ini dibuat untuk melakukan pembagian dan pengoordinasian tugas agar lebih efektif. Tidak adanya tim promosi yang jelas, maka akan mengalami kesulitan dalam melakukan promosi pendidikan. Dalam melakukan promosi pendidikan perlunya dibuat alur pengelolaan dan program promosi sehingga dapat berjalan dengan efektif.

Dengan dibentuknya tim promosi ini dapat mempermudah pelaksanaan promosi sekolah. Dalam setiap memberikan informasi kepada calon orang tua siswa berharap adanya ketertarikan menyekolahkan anaknya di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dan memiliki penilaian yang baik di pandangan masyarakat. Jika masyarakat sudah merasa puas terhadap program dan layanan sekolah maka SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo bisa menjadi acuan terhadap banyak orang dan dapat menyarankan kepada saudara atau tetangganya.

⁶⁰ Lihat Transkrip Wawancara, Nomor: 01/W/31-02/2023

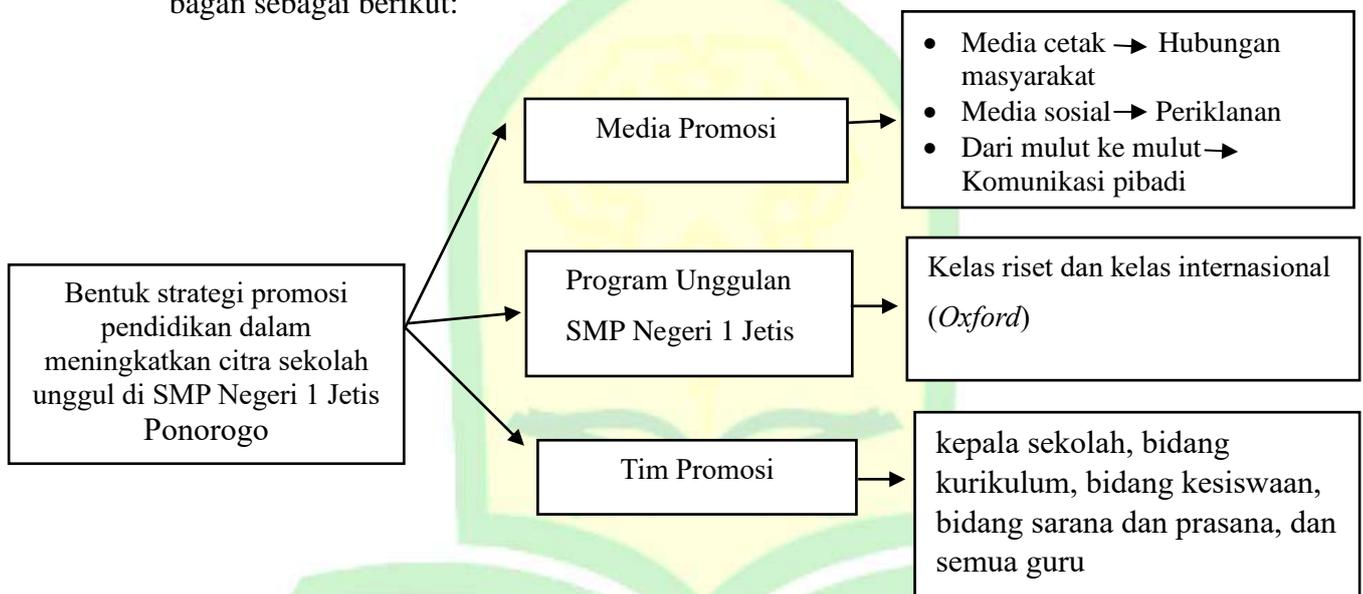
SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo merupakan sekolah unggul berakreditasi A dan memiliki ciri khas yaitu kelas Internasional dan kelas riset yang membedakan dengan sekolah lainnya. Hal tersebut dipertegas dalam wawancara dengan Bapak Sudarto, S.Pd, M.Pd selaku Kepala Sekolah SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, bahwa status akreditasi di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo ialah A, sekolah ini sudah termasuk sekolah Internasional karena di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo terdapat kelas riset dan kelas Internasional (*Oxford Class*).⁶¹

Berdasarkan hasil temuan observasi dilapangan, peneliti menemukan bahwa SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo memiliki program khusus unggulan yaitu kelas riset dan kelas Internasional (*Oxford class*). Kelas riset ini merupakan kelas peneliti dimana program kelas tersebut akan membantu siswa untuk mengetahui tahapan-tahapan bagaimana seseorang akan melakukan penelitian. Kelas riset ini sebagai branding atau ikon resmi yang ditawarkan oleh SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo yang nantinya akan menjadi wadah dan ajang eksperimen dan eksplorasi pengetahuan dan kecakapan siswa diberbagai ilmu pengetahuan. Sedangkan kelas Internasional (*Oxford Class*) dimerupakan program kelas bahasa inggris yang didalamnya terdapat kurikulum oxford University dari Amerika. Kelas ini berfokus pada percakapan Bahasa inggris yang diajar langsung oleh guru-guru bahasa inggris dari dalam dan luar negeri. Disetiap tingkat terdapat 2 kelas pembinaan khusus, yaitu kelas yang terdapat peserta didik dengan memiliki kemampuan atau prestasi lebih dibandingkan peserta didik lainnya. Pada tahun 2021 SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo merupakan sekolah yang ditunjuk oleh Bupati Ponorogo melalui Dinas Pendidikan untuk mengikuti program kelas Internasional dengan kurikulum dari *Oxfrod*.⁶²

⁶¹ Lihat Transkrip Wawancara, Nomor: 03/W/04-02/2023

⁶² Lihat Transkrip Observasi, Nomor: 01/O/08-02/2023

SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo memiliki keunikan dalam pengelolaan kesiswaan yang membedakan dengan SMP lainnya yaitu mempunyai program unggulan, bahwa di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo merupakan kelas riset dan telah memperoleh prestasi di tingkat Nasional maupun Internasional. Kelas riset adalah ciri khas yang dibentuk di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo untuk membina peserta didik mengembangkan bakat dan minat di bidang penelitian dan menghasilkan karya. Bentuk strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dapat dilihat melalui bagan sebagai berikut:



Gambar 4.2 Bagan Bentuk Promosi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

2. Penerapan Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

Penerapan merupakan suatu perencanaan untuk mempraktekkan sebuah teori, metode atau hal lain yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan dan kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok yang telah tersusun. Berdasarkan hasil observasi dilapangan, peneliti menemukan bahwa strategi informasi di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo melakukan promosi sekolah melalui event-event sekolah seperti sintesis (sport, sains, teknologi, seni dan islami) yang dilakukan disetiap satu tahun sekali dalam rangka HUT untuk jenjang Sekolah Dasar (SD) atau Madrasah Ibtidaiyah (MI) Se-Kabupaten

Ponorogo. Tujuan diadakan event ini untuk memperkenalkan kepada calon peserta didik dan orang tua yang awalnya tidak mengenal sekolah tersebut menjadi lebih mengenal secara lebih dekat. Pada kegiatan event ini pihak sekolah melakukan promosi dengan memberikan tawaran kerja sama kepada pihak sekolah jenjang Sekolah Dasar (SD) atau Madrasah Ibtidaiyah (MI). Dengan adanya tawaran tersebut maka akan mendapatkan kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak. Maka promosi melalui kegiatan event dapat dilaksanakan dengan baik.⁶³

Pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), dilakukan seluruh sekolah pada awal semester ganjil setelah proses kenaikan kelas. Dalam pelaksanaannya, PPDB menggunakan sistem khusus yang dirancang dalam satu sumber pengelolaan seleksi penerimaan peserta didik baru. Pada pasal 12 ayat 2 terdapat jalur pendaftaran PPDB meliputi: Jalur zonasi, jalur prestasi, jalur afirmasi dan jalur pindah tugas orang tua. Seperti yang dijelaskan Bapak Sudarto, S.Pd, M.Pd selaku Kepala Sekolah SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, berikut ialah hasil wawancaranya: Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo tidak melakukan seleksi secara ketat untuk calon peserta didik namun SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo memiliki empat jalur pendaftaran PPDB yaitu jalur zonasi, jalur prestasi, jalur afirmasi, jalur pindah tugas orang tua.⁶⁴

Penerapan dari hasil mempromosikan pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, melakukan proses penerimaan peserta didik baru (PPDB) di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo melalui empat jalur pendaftaran yaitu *pertama*, jalur zonasi. Pada jalur ini lebih mengutamakan wilayah tempat tinggal peserta didik yang ada di Kecamatan Jetis. *Kedua*, jalur prestasi. Pada jalur prestasi ini siswa dapat diterima melalui prestasi yang dimiliki seperti prestasi akademik dan non akademik. *Ketiga*, jalur afirmasi. Pada jalur ini disediakan untuk siswa yang berasal dari keluarga kurang mampu tetapi memiliki

⁶³ Lihat Transkrip Observasi, Nomor: 02/O/09-02/2023

⁶⁴ Lihat Transkrip Wawancara, Nomor: 03/W/01-02/2023

keinginan untuk tetap bisa sekolah. *Keempat*, jalur pindah tugas orang tua. Pada jalur ini diperuntukkan bagi siswa yang orang tuanya harus dipindah tugaskan. Sehingga siswa tetap dapat sekolah ditempat atau wilayah orang tuanya bertugas. Dari empat jalur tersebut, terdapat persentase masing-masing jalur mulai dari jalur zonasi (50%), jalur prestasi (30%), jalur afirmasi (15%), dan jalur perpindahan orangtua (5%). Berdasarkan pemaparan diatas dapat diperkuat dengan temuan data dokumentasi, dapat dilihat dilampiran.⁶⁵

Dari beberapa jalur pendaftaran tersebut diperlukan cara agar dapat meningkatkan citra sekolah, salah satunya melalui strategi media sosial. Strategi media sosial merupakan bagian dari rencana promosi sekolah dalam membuat, memposting dan terlibat langsung di dalam media sosial. Dalam meningkatkan citra sekolah, tim promosi sekolah perlu mengembangkan media sosial, karena persaingan lembaga pendidikan semakin ketat dengan menawarkan keunggulan yang dimiliki sekolah masing-masing.

Media sosial dapat menjadi sarana promosi yang harus dimanfaatkan secara maksimal untuk mempromosikan keunggulan sekolah. maka, tim promosi sekolah perlu membuat konten semarik mungkin yang berisi kegiatan-kegiatan sekolah dan prestasi-prestasi siswa serta memahami keseluruhan penerapan strategi promosi sekolah. Bertujuan untuk menarik minat calon peserta didik maupun wali murid. Dalam penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo sudah berjalan dengan baik namun ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan, berikut pernyataan dari hasil wawancara dengan Bapak Sudarto S.Pd, M.Pd selaku Kepala Sekolah SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo: Penerapan promosi di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo sudah sesuai dengan harapan tetapi hanya perlu ditingkatkan, mengingat dalam banyaknya persaingan dari sekolah lain.⁶⁶

⁶⁵ Lihat Transkrip Dokumentasi, Nomor: 05/D/20-02/2023

⁶⁶ Lihat Transkrip Wawancara, Nomor: 03/W/04-02/ 2023

Hasil penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dapat dilihat di lampiran transkrip dokumentasi, bahwa kuantitas jumlah siswa yang diterima di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dalam setiap tahunnya mengalami peningkatan.⁶⁷ Minat peserta didik untuk bersekolah di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dipengaruhi adanya prestasi dan program unggulan. Dalam membangun citra melalui kegiatan promosi sekolah, pihak sekolah membangun citra sesuai dengan motto sekolah yaitu “Unggul dalam Prestasi”. Pernyataan tersebut berdasarkan wawancara dengan Bapak Arif Sudarminto, M.Pd selaku koordinator hubungan masyarakat (humas) sebagai berikut:

Citra yang dibangun dalam strategi promosi ini sesuai dengan motto SMP Negeri 1 Jetis, “Unggul dalam Prestasi” jadi menurut kami prestasi-prestasi itu buka berasal dari prestasi akademik dan non akademik tetapi prestasi juga termasuk tentang bagaimana membentuk karakter anak, karena apalagi masa sekarang zaman sudah semakin maju jadi bagaimana kita membentuk akhlak mulia kepada anak itu sangat penting.⁶⁸

SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dalam membangun citra sekolah tidak hanya bentuk prestasi akademik maupun non akademik tetapi membentuk akhlak mulia kepada calon peserta didik dan calon orang tua siswa. Prestasi yang menjadi berakhlak mulia merupakan suatu prestasi yang harus dimiliki oleh SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo. Penerapan strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dapat dilihat melalui bagan sebagai berikut:



Gambar 4.3 Bagan Penerapan Strategi Promosi SMP Negeri 1 Jetis

⁶⁷ Lihat Transkrip Dokumentasi, Nomor: 06/D/21-02/2023

⁶⁸ Lihat Transkrip Wawancara, Nomor: 01/W/31-01/2023

3. Faktor-Faktor pendukung Dan Penghambat Penerapan Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

a. Faktor Pendukung Penerapan Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo selain melakukan strategi promosi pendidikan yang telah dijelaskan diatas juga memberikan citra baik kepada masyarakat dengan menunjukkan keunggulan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo kepada masyarakat. Salah satunya adanya berbagai kegiatan ekstrakurikuler. Melalui kegiatan ekstrakurikuler ini diharapkan dapat meningkatkan potensi peserta didik di bidang yang diinginkan.

Faktor pendukung penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dipertegas berdasarkan wawancara dengan Bapak Arif Sudarminto, M.Pd selaku koordinator hubungan masyarakat (humas) berikut hasil wawancaranya: Faktor pendukung dalam penerapan promosi sekolah di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo ini mempunyai banyak prestasi, banyak kegiatan dan keunggulan. Jadi banyak yang ditampilkan di media promosi.⁶⁹

Pernyataan diatas juga ditambah oleh Ibu Luluk Nur selaku orang tua murid atau wali murid sebagai berikut:

Hal yang membuat saya tertarik menyekolahkan anak di SMP Negeri 1 Jetis ini banyak prestasi baik akademik dan non akademik serta soal agama dikedepankan. Di SMP Negeri 1 Jetis terdapat program tahfidz, baca Al-Qur'an yang dilakukan sebelum dan sesudah pelajaran (pagi dan sore).⁷⁰

Berdasarkan hasil observasi dilapangan, peneliti menemukan bahwa, SMP Negeri 1 Jetis memiliki berbagai macam prestasi, ekstrakurikuler dan keunggulan. Diantara beberapa prestasi, ada prestasi yang berhasil mendapatkan *golden award* atau medali emas tingkat dunia dalam ajang *International Exhibiton for Young*

⁶⁹ Lihat Transkrip Wawancara, Nomor: 01/W/31-01/2023

⁷⁰ Lihat Transkrip Wawancara, Nomor: 02/W/01-02/2023

Inventors (IEYI) pada tahun 2021 yang diadakan di Rusia. Lomba ini diikuti oleh dua peserta didik kelas X dengan menampilkan SCRAINBO yang merupakan kepanjangan dari *Scrambed Grain Robot* atau robot orak-arik gabah. Robot ini dibuat untuk membantu petani dalam menyiangi tanaman padi.⁷¹

Kegiatan ekstrakurikuler di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo terdapat 21 macam ekstrakurikuler diantaranya yaitu baca Al-Qur'an, komputer, pramuka, tahfidz, qiroah atau tartil qur'an, pendidikan inklusif, English club, pembinaan MIPA atau IPS, PMR atau UKS, reog, seni tari, batik, sanggar Bahasa, sepak bola atau futsal, bola basket, bola voli, bulu tangkis, jiu-jitsu, KIR dan robotika, karawitan, dan musik.

Kegiatan ekstrakurikuler baca Al-Qur'an wajib diikuti oleh seluruh siswa kelas VII sampai IX yang belum bisa mengaji, ekstrakurikuler komputer diwajibkan untuk kelas VII dan ekstrakurikuler pramuka wajib diikuti kelas VII dan pasga. Kegiatan ekstrakurikuler ini dilakukan di luar jam sekolah, sehingga peserta didik dapat mengikuti ekstrakurikuler tersebut dan peserta didik yang mempunyai minat serta bakat di suatu bidang tertentu atau ingin menambah pengetahuan yang mungkin belum pernah didapatkan saat di bangku Sekolah Dasar (SD) atau Madrasah Ibtidaiyah (MI) bisa mengikuti kegiatan ekstrakurikuler yang tersedia.⁷²

Keunggulan di SMP Negeri Jetis yaitu adanya program unggulan kelas riset dan kelas Internasional (*Oxford Class*). Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo terdapat pembina dan sarana prasarana yang memadai, sehingga peserta didik dari kelas unggulan dapat melakukan penelitian di Kelas Riset. Harapan adanya kelas riset ini SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo mampu mencetak peneliti-peneliti yang dapat dipercaya dan bermanfaat untuk masyarakat Ponorogo.⁷³

⁷¹ Lihat Transkrip Observasi, Nomor: 02/O/09-02/2023

⁷² Lihat Transkrip Dokumentasi, Nomor: 06/D/22-02/2023

⁷³ Bagian Protokol dan Komunikasi, Resmikan Kelas Riset SMPN 1 Jetis, Kang Bupati Sugiri: Kelas Ini Titik Ledak Kebangkitan Pendidikan Ponorogo, (<http://prokopim.ponorogo.go.id>), diakses 15 Februari 2023

b. Faktor Penghambat Penerapan Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

Faktor penghambat merupakan suatu hal yang bersifat menghambat. Hambatan tersebut muncul ketika melakukan sesuatu tidak berjalan sebagaimana yang telah diharapkan. Hambatan yang dialami ketika melaksanakan penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo yaitu biaya promosi sekolah membutuhkan uang yang besar. Hal tersebut berdasarkan wawancara dengan Bapak Ajar Widhitoro, S.Pd selaku Wakil Kesiswaan sebagai berikut:

Kendalanya terkait anggaran, jika promosinya berlebihan pasti membutuhkan biaya yang besar karena dalam manajemen pengelolaan sekolah sudah diatur penggunaan dananya sudah diatur. Jadi disitu strategi kita perlu adanya evaluasi. Jika promosi secara manual, respon masyarakat kurang menerima informasi tersebut jadi kita perbaiki, selain itu letak sekolah tertutup, sekarang depan bagian pagar perlahan-lahan dihilangkan, lapangannya depan dilebarkan itu biar ada akses ke sini. Diperbaiki depannya agar animo masyarakat tau, oh ini ternyata sekolah SMP Negeri 1 Jetis. Karena sekolah kita berada di kecamatan tapi soal prestasi kita masih bisa bersaing.⁷⁴

Menurut Ibu Luluk Nur, selaku orang tua siswa atau wali murid mengaku bahwa adanya hambatan dalam mencari informasi secara online. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut: Orang tua zaman dulu seperti saya kurang tau cara mencari informasi secara online Taunya ya dari brosur, spanduk yang di pasang di depan sekolah.⁷⁵

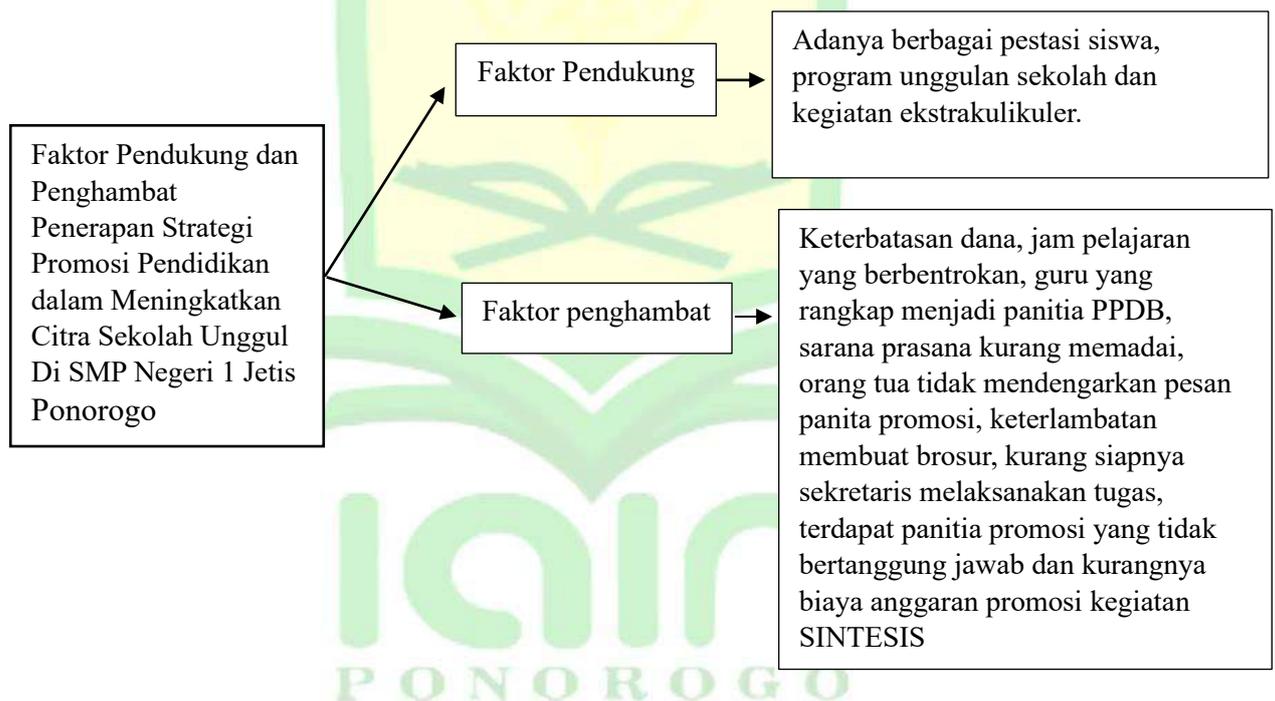
Berdasarkan hasil observasi dilapangan, peneliti menemukan bahwa, faktor penghambat dalam penerapan strategi promosi sekolah yaitu membutuhkan biaya besar, dalam melakukan promosi secara online atau mengadakan event-event sekaligus untuk ajang bersosialisasi membutuhkan biaya yang besar. Solusi dari

⁷⁴ Lihat Transkrip Wawancara, Nomor: 04/W/05-02/2023

⁷⁵ Lihat Transkrip Wawancara, Nomor: 02/W/01-02/2023

hambatan tersebut pihak sekolah mengikutsertakan peran dari wali murid dan menggunakan dana komite.⁷⁶

Berdasarkan dari bentuk, penerapan, faktor pendukung dan penghambat strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo secara umum sudah berjalan dengan baik. Buktinya terdapat peningkatan jumlah calon peserta didik yang ingin mendaftar, media promosi yang digunakan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo lebih bervariasi dan adanya program kegiatan-kegiatan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo yang dapat membuat citra baik semakin dikenal masyarakat sehingga baik orang tua dan peserta didik merasa puas telah menggunakan jasa dari sekolah tersebut. Faktor pendukung dan penghambat strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dapat dilihat melalui bagan sebagai berikut:



Gambar 4.4 Bagan Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Strategi Promosi di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

⁷⁶ Lihat Transkrip Observasi, Nomor: 03/O/11-02/2023

C. Pembahasan

1. Analisis Data Bentuk Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

Menurut Alma dalam Abdul Rahmat mengemukakan bahwa, promosi jasa pendidikan merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang meliputi aktivitas pemasaran untuk mempengaruhi pengguna jasa pendidikan, menyebarkan suatu informasi, membujuk atau mengingatkan sasaran pengguna tentang produk jasa pendidikan agar pengguna jasa pendidikan bersedia menerima, menggunakan dan setia pada lembaga pendidikan yang bersangkutan. Promosi jasa pendidikan meliputi suatu aktivitas dan materi yang digunakan sekolah agar dapat menjangkau khalayak sekolah, membangun internal sekolah yang peduli dan menciptakan kesadaran pihak sekolah untuk memenuhi keinginan serta harapan masyarakat.⁷⁷

Menurut Lovelock dalam David Wijaya mengungkapkan bahwa enam macam bentuk promosi jasa pendidikan, yaitu:⁷⁸

1. Komunikasi Pribadi (*personal communications*)

Komunikasi pribadi merupakan komunikasi yang dilakukan secara langsung antar pemasar jasa pendidikan dan pelanggan jasa pendidikan yang melibatkan dialog dua arah seperti percakapan tatap muka, panggilan telepon, suara elektronik (*email*).

2. Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan bentuk-bentuk komunikasi bukan pribadi yang dilakukan pemasaran jasa pendidikan yang memiliki tujuan untuk menginformasikan, mengedukasi dan membujuk calon pengguna jasa pendidikan melalui siaran radio, materi tercetak, internet, papan reklame, dan surat langsung (*email*).

⁷⁷ Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah dan Masyarakat* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021), 75.

⁷⁸ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*....., 136.

3. Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Promosi Penjualan merupakan bentuk interaktif jangka pendek yang ditawarkan kepada pelanggan jasa pendidikan dan perantara jasa pendidikan untuk menarik pembelian produk jasa pendidikan, seperti pengambilan sampel produk jasa pendidikan, kupon produk jasa pendidikan, potongan harga produk jasa pendidikan, tawaran pengembalian tunai produk jasa pendidikan, hadiah dan promosi berhadiah.

4. Hubungan Masyarakat (*public relations*)

Hubungan masyarakat merupakan suatu upaya yang dilakukan pemasar jasa pendidikan untuk membuat minat positif terhadap sekolah dan produk jasa pendidikan melalui penyebaran berita baru, pelaksanaan konferensi press, penyelenggaraan kegiatan istimewa sekolah, pekan raya sekolah dan kegiatan sponsor yang dilakukan sekolah.

5. Materi Instruksional (*instructional materials*)

Materi instruksional merupakan materi promosi untuk mempromosikan produk jasa pendidikan yang baru. Apabila pelanggan jasa pendidikan tidak memahami produk jasa pendidikan, maka dapat melihat dari situs sekolah, buku pedoman sekolah, brosur sekolah, video sekolah dan kotak suara (*voice mail*) sekolah.

6. Desain Organisasi (*corporate design*)

Desain organisasi merupakan merupakan aplikasi, warna, simbol dan kop surat yang berbeda-beda sehingga dapat memberikan kemudahan pihak sekolah dalam mengakui identitasnya. Meliputi papan merk sekolah, dekorasi bangunan dalam, kendaraan sekolah, peralatan sekolah, alat tulis sekolah, dan seragam sekolah.

Kegiatan promosi jasa pendidikan merupakan bentuk pengembangan dari komunikasi pemasaran jasa pendidikan. Adanya komunikasi pemasaran jasa pendidikan, mulai dari kepala sekolah, guru, siswa, karyawan sekolah dan masyarakat dapat melakukan interaksi secara efektif. Oleh sebab itu, pihak sekolah harus memberikan

informasi berupa tujuan, aktivitas dan penawaran program sekolah kepada pelanggan jasa pendidikan agar tertarik dengan sekolah yang sedang dipromosikan.⁷⁹

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui, bahwa di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo memiliki beberapa media promosi dalam strategi promosi pendidikan sebagai berikut:

a. Media Cetak

Media cetak merupakan media masa dalam penggunaannya melalui media cetak seperti kertas koran yang di dalamnya tertulis berupa kata-kata dan kalimat, tetapi tulisan tersebut bukanlah tulisan biasa layaknya surat-menyurat namun tulisan yang disebut berita (*news*). Media cetak ini dapat digunakan sebagai alat yang untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima melalui alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, buku, majalah, film, radio, televisi, dan sebagainya.⁸⁰

Media cetak yang digunakan untuk mempromosikan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo ini menggunakan flyer, brosur dan surat pemberitahuan PPDB atau surat pemberitahuan berbagai kegiatan perlombaan antar sekolah tingkat Sekolah Dasar (SD) atau Madrasah Ibtidaiyah (MI) Se-Kabupaten Ponorogo untuk mengadakan event sekaligus melakukan sosialisasi sekolah. Informasi yang tercantum di media cetak dalam flyer, brosur dan surat pemberitahuan PPDB yaitu penjelasan berbagai informasi tentang keadaan sekolah seperti visi sekolah, program unggulan sekolah, ekstrakurikuler sekolah, lokasi sekolah, prestasi yang diraih siswa, jalur pendaftaran, dan jadwal pendaftaran. Bentuk promosi pendidikan dalam media cetak ini terdapat keterkaitan dengan teori Lovelock dalam David Wijaya, yang terdapat pada hubungan masyarakat karena upaya yang dilakukan pemasar jasa pendidikan untuk membuat minat positif terhadap sekolah dan produk jasa pendidikan melalui

⁷⁹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Askara, 2022), 134

⁸⁰ Ahmad Zaini, Dakwah Melalui Media Cetak, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 2, No. 2, 2014, 63.

penyebaran berita baru, pelaksanaan konferensi press, penyelenggaraan kegiatan istimewa sekolah, pekan raya sekolah dan kegiatan sponsor yang dilakukan sekolah.

b. Media Online

Media online merupakan suatu sarana komunikasi yang disajikan secara online melalui situs internet. Media online disebut juga dengan media internet, media daring, media digital, dan media siber (*cyber media*). Adanya media online ini dapat membuat efisien waktu dan uang. Sehingga semua kalangan masyarakat dapat mengakses tanpa ada batas ruang dan waktu.⁸¹

Promosi pendidikan melalui media online ini dilakukan dengan mengunggah brosur, menginformasikan terkait sekolah dan kegiatan-kegiatan siswa melalui media online menggunakan Facebook, Instagram dan Youtube. Penyebaran informasi melalui media online, tidak hanya dilakukan akun-akun yang dimiliki sekolah tetapi informasi ini dapat juga disebar luaskan oleh para guru dan *stakeholder*.

Bentuk promosi pendidikan dalam media online ini terdapat keterkaitan dengan teori Lovelock dalam David Wijaya, yang terdapat pada periklanan, karena pada periklanan bukan komunikasi pribadi yang dilakukan pemasaran jasa pendidikan yang memiliki tujuan untuk menginformasikan dan membujuk calon pengguna jasa pendidikan dengan mempublikasikan berbagai macam kegiatan siswa melalui akun media online yang dimiliki oleh SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

1) Instagram

Instagram ini digunakan untuk mempublikasikan prestasi siswa, kegiatan belajar mengajar, dan kegiatan ekstrakurikuler yang ada di sekolah. Nama instagram SMP Negeri 1 Jetis yaitu SMPN 1 JETIS PONOROGO. Penggunaan instagram ini sangat bagus, karena di era sekarang ini dipastikan hampir semua kalangan

⁸¹ Vira Vanessa Priyanka Putri, et al, *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat* (Malang: Intrans Publishing Group, 2020), 97.

masyarakat memiliki akun instagram sehingga pihak sekolah dapat membagikan informasi berupa dokumentasi dan video kegiatan yang dilakukan warga sekolah dan prestasi yang telah diraih siswa.

2) Youtube

Youtube merupakan layanan berbagai video, dimana pengguna dapat mengunggah video terkait promosi sekolah dengan begitu masyarakat bisa melihat bentuk video yang telah diunggah di channel Youtube SMPN 1 JETIS PONOROGO.

3) Facebook

Facebook ini digunakan untuk mempublikasikan aktivitas yang ada di sekolah, meliputi belajar mengajar, ekstrakurikuler dan kegiatan lainnya. Akun facebook ini tidak jauh berbeda dengan instagram, facebook juga dapat dijadikan sarana untuk memberikan informasi melalui tulisan, gambar dan video. Adapun hal yang membedakan dengan instagram yaitu dari aspek pengguna. Facebook ini lebih banyak digunakan oleh orang tua sehingga orang tua tetap bisa melihat informasi tentang SMP Negeri 1 Jetis.⁸² Nama facebook SMP Negeri 1 Jetis yaitu SMPN 1 JETIS PONOROGO.

4) Website atau Media Elektronik

Website merupakan sekumpulan dari beberapa halaman situs, yang dirangkum dalam sebuah domain atau subdomain tempatnya berada di dalam *world wide web* (*www*) pada internet. Adanya *website* yang dimiliki pihak sekolah, masyarakat tidak harus meninggalkan aktivitasnya untuk dapat membuka halaman situs tersebut. *Website* dapat digunakan untuk memberikan informasi dan layanan jasa pendidikan yang diberikan oleh suatu lembaga pendidikan. SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo memiliki laman *website* resmi yaitu www.smpn1jtspo.sch.id yang digunakan untuk

⁸² Mahmud MY, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah, *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, Vol. 5, No. 1, 2022, 30.

memperkenalkan sekolah, penyampaian fasilitas sekolah, berita sekolah, dan informasi PPDB.

c. Komunikasi dari Mulut ke Mulut

Komunikasi dari mulut ke mulut merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang terjadi melalui promosi jasa pendidikan yang dilakukan oleh pelanggan ke pelanggan jasa pendidikan lainnya. Baik dilakukan melalui lisan atau tulisan yang digunakan masyarakat untuk bertukar pikiran tentang pengalaman atau pengetahuan tentang jasa pendidikan.

Komunikasi dari mulut ke mulut mempunyai manfaat tersendiri yaitu: *Pertama*, komunikasi yang bersumber dari mulut ke mulut bisa lebih meyakinkan, cerita dari mulut ke mulut merupakan bentuk metode promosi yang berasal dari konsumen ke konsumen. Pelanggan jasa pendidikan yang puas atas layanannya akan kembali menggunakan jasa pendidikan di sekolah tersebut dan akan bercerita kepada teman, tetangga atau kerabat bahwa di sekolah tersebut mempunyai kualitas yang baik. *Kedua*, sumber dari mulut ke mulut berbiaya rendah, jika pihak sekolah tetap menjaga baik hubungan dengan pelanggan jasa pendidikan maka pelanggan jasa pendidikan tersebut akan puas sehingga pihak sekolah tidak mengeluarkan biaya untuk menyebar luaskan informasi terkait sekolah tersebut.⁸³

SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo selain mempromosikan melalui media cetak, media online dan media elektronik, juga menggunakan komunikasi dari mulut ke mulut. Dengan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut diharapkan target promosi pendidikan dapat tercapai. Selain itu, melalui informasi dari mulut ke mulut ini lebih murah dan tidak mengeluarkan biaya untuk melakukannya. Sehingga orang akan lebih percaya jika yang

⁸³ Rusman Latief, *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2018), 19.

penyampaian informasi tersebut dari orang yang dikenal dari pada hanya mendengar dari orang lain dan brosur saja.

Bentuk promosi pendidikan melalui komunikasi dari mulut ke mulut ini terdapat keterkaitan dengan teori Lovelock dalam David Wijaya, yang terdapat pada komunikasi pribadi, karena pada komunikasi pribadi ini dilakukan secara langsung antar pemasar jasa pendidikan dan pelanggan jasa pendidikan yang melibatkan dialog dua arah seperti percakapan tatap muka untuk menginformasikan keunggulan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

Pada strategi promosi pendidikan komunikasi dari mulut ke mulut tidak hanya dilakukan oleh tim promosi, tetapi juga dilakukan oleh guru, alumni siswa SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dan orang tua siswa. Baik guru, alumni siswa SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dan orang tua siswa disarankan untuk mempromosikan kepada saudara atau tetangganya, karena promosi yang dilakukan oleh pribadi dari mulut ke mulut ini akan lebih mudah memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait sekolah SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

2. Analisis Data Penerapan Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo berusaha melakukan promosi secara pasti, sehingga mempromosikan sekolah dirancang secara terstruktur mulai dari perencanaan hingga pengawasan. Perencanaan mempromosikan untuk mengenalkan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo kepada masyarakat dilakukan pihak sekolah dengan membentuk sebuah tim promosi yang bertanggung jawab untuk mempromosikan sekolah.

Dibentuknya kegiatan pengorganisasian promosi di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, dilakukan oleh tim promosi yang melakukan promosi sekolah. Petugas tersebut telah memiliki bagian tanggung jawab masing-masing yang jelas. Seperti mengupdate informasi, menyiapkan promosi baik berupa flyer dan brosur serta melakukan sosialisasi

melalui kegiatan sintesis tingkat SD/MI yang diadakan dalam rangka HUT SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo sehingga masyarakat mengetahui informasi dan keadaan sekolah mulai dari sarana prasarana, prestasi-prestasi siswa, kelas unggulan, dan kegiatan ekstrakurikuler.

Selain melakukan penyebaran melalui flyer, brosur maupun spanduk. SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo juga melakukan penyebaran promosi sekolah melalui media sosial yang didalamnya berisi visi sekolah, kelas unggulan, ekstrakurikuler, dan prestasi-prestasi siswa. Media tersebut digunakan oleh pihak sekolah untuk melakukan komunikasi secara langsung dan mengenalkan sekolah kepada masyarakat. Menurut Kotler dan Fox dalam Khairul Azan, et al mengemukakan bahwa, pemasaran ialah suatu pekerjaan yang melibatkan beberapa faktor di dalamnya. Faktor tersebut membentuk suatu sistem yang saling mempengaruhi. Ketika salah satu faktor tidak berkerja dengan optimal maka akan berdampak pada hasil dari faktor lain yang tidak akan maksimal dan pastinya akan berdampak pada keseluruhan aktivitas pemasaran tersebut. Faktor atau elemen bauran pemasaran pendidikan yang sering digunakan terdiri dari 7P, yaitu:⁸⁴

1) *Product* (Produk)

Product (poduk) pendidikan merupakan program dan layanan jasa yang diberikan. Aktivitas pemasaran melibatkan faktor produk yang dihasilkan. Agar pemasaran mampu menarik calon pelanggan sebaiknya lembaga pendidikan menghasilkan produk yang berbeda dengan lembaga lainnya sehingga calon pelanggan tertarik pada produk lembaga yang ditawarkan.

2) *Price* (Harga)

Price (harga) merupakan suatu faktor penting sebagai penentu biaya pada lembaga pendidikan. Pelanggan akan merasa tertarik pada biaya yang dibebankan untuk mendapatkan layanan jasa dengan taraf yang dapat dijangkau. Tentunya biaya

⁸⁴ Khairul Azan, et al, *Isu-Isu Global Manajemen Pendidikan Islam* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2021), 71.

yang relatif terjangkau tersebut bukan berarti meninggalkan kualitas. Kualitas tetap menjadi bagian utama.

3) *Place* (Tempat)

Place (tempat) merupakan lokasi sebagai tempat dimana suatu lembaga dapat beroperasi menjadi pertimbangan khusus melalui analisa yang tepat. Tempat yang tepat dimana lembaga pendidikan menyelenggarakan pendidikan yang akan diterima oleh siswa. letak lokasi sekolah memiliki peran yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang dipandang cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan.

4) *Promotion* (Promosi)

Banyaknya calon pelanggan yang berminat tentunya tidak terlepas dari promosi yang dilakukan. Promosi melibatkan komunikasi yang intensif. Intensifnya komunikasi menuntut lembaga pendidikan harus menggunakan istilah menjemput bola bukan menggunakan bola. Promosi menuntut komunikasi yang efektif dari bagian humas, tugas tersebut ialah memelihara dan meningkatkan citra dari lembaga pendidikan, membangun dukungan dan loyalitas alumni lembaga pendidikan, menarik para donator, menyediakan informasi tentang penawaran dari suatu program, menarik calon siswa, dan melakukan pengecekan informasi yang tidak akurat tentang lembaga pendidikan.

5) *People* (Sumber Daya Manusia)

People (Sumber Daya Manusia) dalam pendidikan terbagai menjadi tiga golongan yaitu pengelola (kepala sekolah, wakil kepala sekolah, bidang kesiswaan, bidang kurikulum dan bidang sarana prasarana sekolah), staf akademik (para tenaga pengajar atau guru) dan staf pendukung (tenaga tata usaha, keamanan dan kebersihan).

6) *Physical Evidence* (Bangunan Fisik)

Bangunan fisik yang ada disuatu lembaga pendidikan menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas pemasaran. Komponen bangunan fisik yang dimaksud yaitu mulai dari keindahan bentuk hingga fasilitas di dalamnya. Komponen bangunan fisik atau dalam kata lain disebut fasilitas fisik, yang mencakup lingkungan yang diciptakan, buatan manusia dan fisik jasa. Elemen dari fasilitas fisik terdiri dari atribut eksterior yang meliputi rambu-rambu, tempat halaman parkir, halaman atau taman dan atribut interior, yang meliputi desain gedung, tata letak, pencahayaan, music, peralatan dan dekorasi.

7) *Process* (Proses)

Selain beberapa elemen pokok pada pemasaran pendidikan yang telah disebutkan, terdapat faktor lain yang menjadi faktor prioritas yaitu proses yang terjadi. Proses yang dimaksud ialah aktivitas dalam proses pembelajaran yang secara langsung menjadi komponen inti dalam memasarkan produk pendidikan. Proses tersebut meliputi prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme, kegiatan dan rutinitas dimana suatu produk jasa disampaikan kepada pelanggan.

Melakukan promosi pendidikan terdapat pengawasan dalam berlangsungnya kegiatan promosi. Pengawasan tersebut dilakukan dengan melakukan sidak dan pengecekan data administrasi yang dilaporkan oleh tim promosi. Tim promosi yang bertugas untuk mempromosikan sekolah memiliki tanggung jawab atas hasil kerjanya kepada kepala sekolah. Pengawasan terhadap suatu kegiatan promosi dilakukan pihak sekolah dengan mengajukan laporan balik dari pelaksana tim promosi dan dari masyarakat selaku target promosi pendidikan.⁸⁵

⁸⁵ Rina Ariyani dan Mundilarno, Manajemen Promosi Sekolah Dalam Rangka Meningkatkan Animo Masyarakat Masuk SMK, *Jurnal Media Manajemen Pendidikan*, Vol.3, No. 1, 2020, 68.

Dalam penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri melakukan kerjasama mulai dari kepala sekolah, tim promosi, seluruh guru, lembaga pendidikan dari sekolah lain, alumni dan masyarakat yang ikut menentukan berjalannya proses promosi. Kegiatan promosi sekolah yang dilakukan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo untuk menunjukkan kualitas dan kuantitas serta prestas-prestasi yang telah diperoleh dari sekolah tersebut. Berhasilnya penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dapat dilihat adanya peningkatan jumlah pendaftaran di sekolah tersebut.

Pelaksanaan strategi promosi sekolah tentunya mendapat pengawasan dari kepala sekolah, wakil kepala sekolah bagian kesiswaan dan komite sekolah. Dalam promosi sekolah ini, kepala sekolah, wakil kepala sekolah dan komite melakukan pengawasan terhadap jalannya kegiatan promosi sekolah dan memiliki tanggung jawab atas berjalannya kegiatan tersebut. Kemudian, kepala sekolah, wakil kepala sekolah dan tim promosi mengadakan evaluasi pelaksanaan kegiatan promosi sekolah. Evaluasi ini dilakukan sebagai acuan, jika terdapat kesalahan atau terdapat keunggulan dalam kegiatan promosi sekolah dapat memperbaiki dan lebih ditingkatkan dalam kegiatan promosi sekolah yang selanjutnya.

3. Analisis Data Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo di bidang hubungan masyarakat dalam melakukan promosi sekolah yang berfungsi sebagai jembatan antara sekolah dan masyarakat. Karena wakil kepala sekolah bidang hubungan masyarakat ini memiliki tugas dalam mempromosikan sekolah. Sesuai dengan pernyataan Lupiyoadi dalam Bilqis Asrori dan Rivo Nugroho mengemukakan bahwa koordinator atau wakil kepala sekolah bidang hubungan masyarakat (humas) peduli terhadap beberapa tugas pemasaran pendidikan

seperti: (1) Membangun citra lembaga, (2) mendukung aktivitas komunikasi lainnya, (3) mengatasi permasalahan dan isu yang ada, (4) memperkuat penentuan posisi lembaga, (5) mempengaruhi publik yang spesifik, (6) mengadakan peluncuran untuk produk jasa baru.⁸⁶

Kegiatan promosi sekolah yang dilakukan oleh SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo mempunyai peran penting dalam pelaksanaan strategi promosi pendidikan. Dalam pelaksanaan promosi pendidikan terdapat faktor internal dan eksternal sekolah. Faktor internal berasal dari kekuatan yang di miliki oleh sekolah. Kegiatan promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo memiliki kekuatan, yaitu memiliki program ekstrakurikuler religi seperti baca Al-Qur'an, tahfidz, qiroah atau tartil qur'an. Sedangkan keunggulan sekolah, seperti prestasi sekolah, sarana dan prasarana, output siswa, dan guru yang professional.

Dengan adanya program ekstrakurikuler religi ini peserta didik bisa membaca dengan pelan dan tepat sehingga terdengar dengan jelas masing-masing huruf dan tajwidnya. Selain program keagamaan terdapat 21 macam kegiatan ekstrakurikuler yang bisa diikuti peserta didik sesuai dengan minat peserta didik dan ada program unggulan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo yaitu kelas Internasional (*oxford class*) dan kelas riset. SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo ini termasuk lembaga pendidikan yang tidak kalah dengan lembaga pendidikan lainnya, peserta didik di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo telah beberapa kali mendapatkan kejuaraan hingga tingkat dunia.

Kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo juga merupakan kekuatan untuk melakukan promosi pendidikan seperti hafalah akhir sanah, halal bihalal, rapat pleno wali murid, dan kegiatan-kegiatan lainnya seperti acara Isra' Mi'raj, maulid nabi Muhammad SAW, dan lainnya. Sehingga dari kegiatan-kegiatan

⁸⁶ Bilqis Asrori dan Rivo Nugroho, Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di SMA Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkal, *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 3, No.1, 2019, 6.

tersebut dapat meningkatkan keikutsertaan masyarakat untuk mendukung minat orang tua siswa agar bisa menyekolahkan anaknya di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

Sedangkan faktor eksternal sekolah yaitu terdapat peluang yang dimiliki sekolah dapat memberikan keuntungan bagi sekolah. Peluang SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo yaitu terdapat adanya hubungan kerjasama dari beberapa Sekolah Dasar atau Madrasah Ibtidaiyah untuk mengadakan kegiatan sintesis sekaligus untuk bersosialisasi.

Penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo berlangsung tentunya dalam penerapannya terdapat kendala. Faktor penghambat promosi sekolah dapat dilihat dari faktor internal dan eksternal sekolah. Faktor internal sekolah terdapat pada kelemahan yang dimiliki SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dalam melakukan promosi pendidikan yakni dalam penerapan strategi promosi pendidikan ini membutuhkan biaya yang besar untuk mengadakan kegiatan SINTESIS (sport, sains, teknologi, seni dan islami) tingkat SD/MI Se-Kabupaten Ponorogo sekaligus untuk memperkenalkan SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo kepada masyarakat dan informasi belum sepenuhnya tersampaikan kepada calon wali murid peserta didik baru karena terdapat beberapa orang tua yang tidak memahami teknologi atau gptek (gagal teknologi) sehingga orang tua tidak memperoleh informasi terbaru yang telah di *update* oleh pihak SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

Sedangkan faktor eksternal, berasal dari ancaman sekolah dalam promosi sekolah yaitu adanya persaingan dengan sekolah lain yang sama-sama menawarkan jasa pendidikan. Jadi tim promosi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo harus selalu melakukan inovasi dalam mempromosikan sekolah baik di media cetak atau di media sosial agar calon peserta didik tertarik untuk sekolah di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah peneliti mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data sebagai hasil dari penelitian yang membahas terkait strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bentuk Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

SMP Negeri 1 Jetis memiliki bentuk untuk mempromosikan sekolah menggunakan berbagai macam media baik secara online dan offline. Dalam melakukan promosi sekolah, pihak sekolah membentuk tim promosi yang terbagi dalam beberapa tugas, menentukan segmentasi target dan menyusun anggaran promosi sekolah. Media online yang digunakan yaitu Instagram, facebook, youtube, dan website. Sedangkan secara offline, melalui kegiatan berbagai macam lomba untuk tingkat Sekolah Dasar (SD) atau Madrasah Ibtidaiyah (MI) yang diadakan dalam rangka HUT sekolah sekaligus sosialisasi sekolah.

2. Penerapan Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

Hasil penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo dapat dilihat dari jumlah calon peserta didik yang mendaftar di sekolah tersebut mengalami peningkatan. Dalam penerapan strategi promosi ini membutuhkan kerjasama dari semua pihak baik para guru, kepala sekolah, siswa, wali murid, para alumni, sekolah ditingkat SD/MI untuk menyukseskan promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Penerapan Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggul Di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo

Faktor pendukung penerapan strategi promosi pendidikan di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo mempunyai citra yang baik di masyarakat salah satunya SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo merupakan lembaga pendidikan negeri yang membuka program tahfidz, qiroah atau tartil qur'an dan baca Al-Qur'an. Terdapat 21 macam kegiatan ekstrakurikuler, berbagai macam prestasi-prestasi baik nasional maupun internasional, kelas unggulan yaitu kelas Internasional (*oxford class*) dan kelas riset. Dalam penerapan strategi promosi di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo terdapat hambatan dalam pelaksanaannya salah satunya membutuhkan biaya yang besar dalam mengadakan kegiatan SINTESIS (sport, sains, teknologi, seni dan islami) dan dan informasi belum sepenuhnya tersampaikan kepada calon wali murid peserta didik baru karena terdapat beberapa orang tua yang tidak memahami teknologi atau gaptex (gagal teknologi) sehingga orang tua tidak memperoleh informasi terbaru yang telah di *update* oleh pihak SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan hasil kesimpulan terkait strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah unggul di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo. Adapun beberapa saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Bagi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, disarankan lagi untuk meningkatkan dan mengembangkan inovasi-inovasi baru dalam penerapan promosi pendidikan agar masyarakat dan calon peserta didik mengetahui berbagai macam informasi terkait sekolah tersebut dan memiliki ketertarikan menyekolahkan anaknya di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.
2. Bagi SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo, demi kelancaran penerapan strategi promosi pendidikan ini diharapkan pihak sekolah tetap menjaga komunikasi dengan stakeholder baik internal maupun eksternal sekolah agar bisa menjaga kekompakan, karena

kerjasama yang dilakukan akan dapat membantu menyelesaikan program di SMP Negeri 1 Jetis Ponorogo.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press, 2021.
- Abidin, Achmad Anwar. *Pendidikan Islam Multikultural Pada Masyarakat Plural*. Lamongan: Academia Publication, 2022.
- Adindo, Apri Winge. *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*. Yogyakarta: CV.Budi Utama, 2021.
- Afifah, Asriani Nurul. “*Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupaten Gowa*”. Skripsi UIN Alauddin, Makassar, 2022.
- Ahmadi dan David C.E Lisapaly. *Efektivitas Penerapan Pembelajaran Daring Ditengah Badai Covid-19*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- Al-Qur’an Terjemah. Surabaya: Nur Ilmu, 2020.
- Ariyani, Rina dan Mundilarno. Manajemen Promosi Sekolah Dalam Rangka Meningkatkan Animo Masyarakat Masuk SMK. *Jurnal Media Manajemen Pendidikan*. Vol.3. No. 1, 2020.
- Asrori, Bilqis dan Rivo Nugroho. Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di SMA Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkal. *Jurnal Strategi Pemasaran*. Vol. 3. No.1, 2016.
- Azan, Khairul. et al. *Isu-Isu Global Manajemen Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2021.
- Bagian Protokol dan Komunikasi. Resmikan Kelas Riset SMPN 1 Jetis. Kang Bupati Sugiri: Kelas Ini Titik Ledak Kebangkitan Pendidikan Ponorogo. <http://prokopim.ponorogo.go.id>. diakses 15 Februari 2023
- Choiriyah, Zulfatul dan Lailatus Sa’adah. *Penerapan Strategi Pemasaran di CV. Zam-Zam*. Jombang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas A.Wahab Hasbullah, 2021.
- Evanirosa. et al. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- Hermawan Sigit dan Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Hidayat Rahmat dan Candra Wijaya. *Ayat-Ayat Al-Qur’an Tentang Manajemen Pendidikan Islam*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Islam Indonesia, 2017.
- Hidayatullah, Ujang Syarif. “*Strategi Promosi SMP PGRI 12 Jakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa*”. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010.

- Idrus, Syech. *Menulis Skripsi Sama Gampangnya Membuat Pisang Goreng: Penting Ada Niat dan Kemauan*. Malang: Literasi Nusantara, 2021.
- Jafkins, Frank. *Essential of publik relations*. Jakarta: PT Gelora Aksara, 2003.
- Juhji, et al. *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020.
- Kanedi, Indra. et al. Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Kota Bengkulu. *Jurnal Pseudocode*. Vol.IV. No.1. 2017.
- Khasanah, Afidatun. Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden. Vol 8. No 2. 2015.
- Kotler, Philip. *B2B Brand Management*. Berlin: Springer, 2006.
- Kurniawan, Muhammad Nur. *Pengadministrasian Pendidikan Dalam Meningkatkan Kualitas Pengelolaan Lembaga Pendidikan*. Journal Of Education. Vol. No.1. 2021.
- Kusumawati, Naniek. et al. *Pengembangan Kurikulum Di Sekolah Dasar*. Magetan: CV. AE Media Grafika, 2017.
- Latief, Rusman. *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2018.
- Machali, Imam dan Ara Hidayat. *The Hanbook Of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2018.
- Mahmudah, Fitri Nur. *Analisis Data Penelitian Kualitatif Manajemen Pendidikan Berbantuan Software Atlas.IT*. Yogyakarta: UAD Press, 2021.
- Mamik. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Mania, Sitti. Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran. *Jurnal Lentera Pendidikan*. Vol.11. No.2. 2008.
- Mardawani. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Persepektif Kualitatif*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Media Ponorogo. Robot Orak-Arik Gabah SMPN 1 Jetis Raih Medali Emas Tingkat Dunia. 2021. (<https://mediaponorogo.com/tentang-kami/>) diakses 15 Februari 2023.
- Mekarisce, Arnild Augina. *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat*. Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat. Vol. 12. Edisi 3, 2020.
- Miles, Matthew B, A. Michael Huberman, Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook Edition 3*. Singapore: SAGE, 2014.
- Mu'alimi. *Menjadi Sekolah Unggul*. Yogyakarta: Ganding Pustaka, 2024.

- Musfiqon, Muhammad. *Mendesain Sekolah Unggul*. Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2015.
- Munir, M. Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kualitas Peserta Didik. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 1. No.2, 2018.
- MY, Mahmud. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah, *Jurnal Pendidikan Agama Islam*. Vol. 5. No. 1, 2022.
- Ningsih, Idarwati. et al. Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMPN 1 Tellu Siatting, *Jurnal Mappesona*. Vol. 5. No. 1, 2022.
- Putri, Vira Vanessa Priyanka. et al. *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. Malang: Intrans Publishing Group, 2020.
- Rahmat, Abdul. *Hubungan Sekolah dan Masyarakat*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021.
- Rasyid, Rustam Efendy. et al. *Buku Ajar Pengantar Pendidikan*. Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2022.
- Rinnanik, et al. *Ilmu Manajemen di Era 4.0*. Indamayu: Abad, 2021.
- Sa'ad, Muhammad Ibnu. *Otodidak Web Programing: Membuat Website Edutainment*. Jakarta: PT.Gramedia, 2020.
- Saidah, Sahra Rohmatus. et al. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah 02 Cakru Kencong Jember, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol.3. No.1, 2022.
- Saputra, Nanda. et al. *Penelitian Tindakan Kelas*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021.
- Sari, Maya Luvita. *Mengupas Keunikan Gambar Anak Lewat Karya Sanggar*. Yogyakarta: Yayasan Lembaga Gumun Indonesia, 2021.
- Siregar, Risdianto. "Strategi Promosi Sekolah Menengah Kejuruan Taruna Masmur Pekanbaru Dalam Menarik Minat Calon Siswa Baru". Universitas Islam Riau, Riau, 2019.
- Siregar, Rosmita Sari. et al. *Dasar-Dasar Pendidikan*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sudarmanto, Eko. et al. *Desain Penelitian Bisnis Kuantitatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sujana, I Wayan Cong. Fungsi dan Tujuan Pendidikan Indonesia. *Jurnal Pendidikan Dasar*. Vol. 4. No. 1, 2019.

- Sukardi, Muhammad. *Metode Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Tamam, Badrut dan Akhmad Muadin. Implentasi Edupreneurship Dalam Pembentukan Karakter Sekolah Unggul. *Jurnal Studi Keislaman*. Vol.5. No.1, 2019.
- Wahyudi, Kacung. Manajemen Pemasaran Pendidikan, *Jurnal Kariman*. Vol.05. No.01, 2017.
- Widyawati, Alya Bintang. “Strategi Promosi Pendidikan Melalui Partisipasi Masyarakat Di MI Nashrul Fajar Kota Semarang”. UIN Walisongo, Semarang, 2021.
- Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Askara, 2022.
- Yuliani, Wiwin. Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Persektif Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Quanta*. Vol.2. No.2, 2018.
- Zaini, Ahmad. Dakwah Melalui Media Cetak. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Vol.2. No.1, 2014.

