

**PERAN WAKA HUMAS DALAM UPAYA PROMOSI GUNA MENARIK
MINAT CALON PESERTA DIDIK DI MTs AL-AMIRIYYAH BLOKAGUNG
BANYUWANGI**

Muh. Dimiyati¹, Muhammad Imam Khaudli², Ahmad Kanzul Farizi³
e-mail: muh.dimiyati@gmail.com¹, imamkhaudli@iaida.ac.id², kanzulfarizi@gmail.com³

Program Studi Pendidikan Bahasa Arab
Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran waka humas Dalam upaya promosi guna menarik minat calon peserta didik di MTs Al-Amiriyyah. Hubungan masyarakat adalah usaha menumbuhkan partisipasi publik sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan publik atau masyarakat, tertarik untuk mendaftarkan putra dan putrinya di MTs Al-Amiriyyah. Peran Humas sangat penting dalam meningkatkan mutu sebuah lembaga pendidikan karenahumas sebagai komunikator antara masyarakat dan sekolah sehingga humas dapat menampung aspirasi masyarakat terkait segala kegiatan yang ada di sebuah lembaga pendidikan tersebut sehingga dapat menumbuhkan citra lembaga pendidikan dimata masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan Di MTs Al Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi dan di fokuskan kepada 3 fokus penelitian : (1).Bagaimanakah peran Humas dalam proses promosidan pemasaran guna dapat menarik minat calon peserta didik, (2).Apa saja yang sudah dilakukan WAKA Humas dalam promosi agar calon peserta didik tertarik untuk memasuki MTs Al-Amiriyyah, (3). Apa saja strategi Humas dalam proses pemasaran lembaga pendidikan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran Waka Humas di MTs AlAmiriyyah dalam meningkatkan strategi dan promosi yaitu sebagai berikut : (1). Dengan melalui Program mengajar PPL bagi kelas unggulan ke SD/MI yang ada didaerah Banyuwangi sebagai sarana Promosi MTs Al Amiriyyah. (2).Melaksanakan Promosi dengan melalui media social online seperti Website, Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Youtube. Menyediakan layanan informasi dan perkembangan terkini seputar Madrasah kepada wali murid sehingga memberi kemudahan bagi wali murid untuk mengetahui kualitas pendidikanyang ada di MTs Al Amiriyyah.

Kata Kunci : Humas, Promosi, Peserta Didik.

Abstract

The purpose of this study is to determine the role of public relations waka in promotional efforts to attract prospective students in MTs Al-Amiriyyah. Public relations is an effort to foster public participation so that it can foster public trust or the public, interested in

registering their sons and daughters in MTs Al-Amiriyyah. The role of public relations is very important in improving the quality of an educational institution because public relations as a communicator between the community and schools so that public

relations can accommodate community aspirations related to all activities in an educational institution so that it can grow the image of an educational institution in the eyes of the community. In this type of research is a qualitative method approach, namely by using a descriptive approach with interview observation and documentation of problems in this study, researchers try to answer three questions contained in MTs Al-Amiriyyah, namely: (1). What is the role of Public Relations in the promotion and marketing process in order to attract the interest of prospective students, (2). What has been done by WAKA Humas in promotion so that prospective students are interested in entering MTs Al-Amiriyyah. Based on the findings obtained by the researcher, that for Waka Humas at MTs Al-Amiriyyah about strategies or promotions that can be done by Waka Humas in a Promotion in an effort to attract the interest of prospective students, namely as follows: (1). Through the PPL teaching program for superior classes to SD/MI in the Banyuwangi area as a means of Promoting MTs Al-Amiriyyah. (2) Carry out promotions through online social media such as Websites, Whatsapp, Facebook, Instagram, and Youtube. Providing information services and the latest developments around Madrasah to parents so as to make it easier for parents to find out the quality of education in MTs Al-Amiriyyah.

Keywords: Public Relations, Promotion, Students

A. Pendahuluan

Pendidikan merupakan bagian yang penting untuk menunjang kemampuan berpikir pada peserta didik. Pendidikan bisa didapatkan melalui berbagai jenis, baik formal, non formal, dan informal. Dalam pendidikan formal kita bisa mendapat ketika mengikuti aktivitas-aktivitas yang telah disusun secara terstruktur oleh institusi pendidikan. Suatu lembaga pendidikan yang formal serta dibutuhkan oleh berbagai kalangan masyarakat maka sekolah atau lembaga penyelenggara pendidikan adalah jenjang pendidikan yang tidak luput dari peran, lingkungan serta masyarakat sekitar. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya minat masyarakat agar supaya bisa memperoleh kualitas pendidikan yang baik untuk putra dan putrinya sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk melanjutkan pendidikan yang mempunyai mutu yang baik. Lembaga pendidikan kini diharapkan lebih berfokus pada kebutuhan masyarakat sebagai tamu dan institusinya pendidikan, diperlukan untuk biasanya mengandung partisipasi masyarakat dalam pengelolaannya.

Persaingan mutu layanan pendidikan di setiap sekolah sangat terbuka lebar, mutu layanan pendidikan pada sebuah lembaga pendidikan dibutuhkan sebagai pengembang kualitas sekolah supaya lebih unggul dan diminati oleh masyarakat. Sehingga masyarakat lebih percaya untuk menyekolahkan anak didiknya lebih tepat

dan terpercaya untuk mengembangkan kemampuan anak didiknya. Oleh karena itu, Peran Waka Humas Dalam Upaya Promosi Guna Menarik Minat Calon Peserta Didik Di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi

Muh. Dimiyati, Muhammad Imam Khauldi, Ahmad Kanzul Farizi

lembaga pendidikan juga berkolaborasi dengan masyarakat supaya masyarakat dapat tertarik dengan promosi sekolah yang dilakukan Menurut hasil dari jurnal Johnston (2014) menjelaskan bahwasannya, konsep yang paling penting dalam hubungan masyarakat yaitu menyediakan fasilitas sarana dan prasarana yang bertujuan untuk memudahkan berkomunikasi dalam suatu organisasi agar meningkatkan hubungan yang harmonis dalam organisasi sehingga suatu organisasi dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

B. Metode Penelitian

Dalam jenis penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah dengan tujuan memberikan penafsiran fenomena yang terjadi di lapangan dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya digunakan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara secara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap pandangan perasaan dan perilaku individu atau sekelompok orang.

Menurut Moleong (2011: 11) dijelaskan bahwasannya Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah deskriptif berupa kata-kata gambar dan juga bukan angka-angka penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian.

Menurut Arikunto (2013 : 3) berpendapat bahwa penelitian jenis deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, dan kegiatan yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan. Menurut Saryono metode penelitian kualitatif digunakan untuk menyelidiki menemukan dan menggambarkan objek yang diteliti.

Nasution (2003 : 5) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif yakni mengamati orang dalam lingkungan melakukan interaksi dengan mereka menafsirkan pendapat mereka mengenai dunia disekelilingnya. David Williams (1995) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah upaya peneliti untuk mengumpulkan data yang didasarkan pada latar alamiah. Tentu saja karena dilakukan secara alamiah atau natural hasil penelitiannya pun juga ilmiah dan dapat dipertanggungjawabkan.

Pendekatan ini merupakan suatu proses penelitian yang mengambil data-data untuk menggambarkan isi yang sesuai dengan yang ada dengan subjek penelitian lapangan. Dari definisi diatas peneliti memilih pendekatan kualitatif karena peneliti ingin mengetahui secara langsung keadaan terkait dengan tema yang telah peneliti jelaskan didalam bab sebelumnya. Obyek penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu bertempat di MTs AL-Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi. dengan beberapa pertimbangan, yaitu karena MTs AL-Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi yang mengadakan program manajemen humas dalam mempromosikan peserta didik baru, sehingga sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh peneliti. Serta Sebagai salah satu Madrasah di yayasan pondok pesantren Darussalam. semakin tahun mengalami perkembangan yang cukup baik mulai dari jumlah peserta didik hingga berbagai macam prestasi yang telah diraih. Serta banyaknya ekstrakurikuler dan keterampilan-keterampilan yang ada.

Menurut Sugiono (2015) dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan setting (kondisi yang alamiah). sumber data primer, dan teknik observasi dan wawancara secara mendalam dan dokumentasi. Sutanto Priyo Hastono (2006): menjelaskan bahwa fakta yang diperoleh melalui penelitian harus benar, yaitu catatan yang diterima harus memenuhi kriteria sebagai berikut: valid, dapat diandalkan, dan objektif. valid berarti ketepatan/ketepatan ukuran, khususnya ketepatan antara informasi yang pasti terjadi dengan situasi dan catatan yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Menganalisis data dari kumpulan hasil pengumpulan data merupakan langkah penting dalam melaksanakan suatu kegiatan penelitian ilmiah, menganalisis data secara kualitatif menggunakan metode yang dipakai yaitu reduksi data, menarik kesimpulan, dan akuisisi data sekunder.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Peran Humas Dalam Upaya Promosi Guna Menarik Minat Calon Peserta Didik Di MTs Al Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi

- a) Waka Humas sebagai Penghubung antara Sekolah dengan Masyarakat dan Wali Murid.

Humas MTs Al Amiriyyah Blokagung sebagai penghubung dari pihak

sekolah dengan masyarakat selalu dipelihara dengan baik karena sekolah akan selalu berhubungan dengan masyarakat, tidak bisa lepas darinya sebagai patner sekolah dalam mencapai kesuksesan sekolah itu sendiri. Prestise sekolah semakin tinggi di mata masyarakat jika sekolah mampu melahirkan peserta didik yang cerdas berkepribadian dan mampu mengaplikasikan ilmu yang diperolehnya dalammemajukan masyarakat.

Waka Humas sebagai penghubung artinya Humas harus mampu mempromosikan lembaga pendidikan kepada masyarakat. Ini merupakan salah satu tugas Waka Humas agar lembaga pendidikan dapat dikenal oleh masyarakat. hal ini sesuai dengan pernyataan selaku Wakil Kepala Madrasah Bidang Hubungan Masyarakat (Humas) Bapak Abdul Kohar. Sp.d. M,Pd. MTs Al Amiriyyah.

“untuk Informasi tentang Madrasah Menurut Beliau Pertama dengan menjalin hubungan dengan wali murid masyarakat. beliau juga mengatakan bahwa memberikan informasi kepada public atau khalayak umum dengan melalui media online seperti whatsapp facebook dan lain sebagainya. Untuk memberi kemudahan dalam upaya promosi lembaga pendidikan. Dan diharapkan dapat meningkatkan citra yang baik untuk sekolah sehingga dapat meningkatkan jumlah calon peserta didik”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa untuk bisa melaksanakan sebuah promosi di MTs berawal dari menjalin hubungan dengan wali murid hal ini menunjukkan untuk memberikan sebuah informasi kepada wali murid. Menyediakan layanan informasi kepada wali murid bertujuan untuk memberikan perkembangan tentang sekolah kepada wali murid sehingga bisamengetahui kualitas pendidikan yang ada di MTs Al Amiriyyah.

b) Waka Humas Sebagai Promotor Di SD/MI

Waka Humas sebagai promotor di SD/MI merupakan bagian dari strategi Humas Dalam Promosi Lembaga Pendidikan karena dengan melalui Program PPL di SD/MI. yang dibuat oleh MTs sebagai sarana memberikan informasi tentang Madrasah di Sekolah Dasar (SD) dan Madrasah Ibtidaiyah (MI) Se Banyuwangi. Merupakan inovasi bagi Madrasah untuk sebuah promosi lembaga Pendidikan yang dimana segala informasi tentang Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyyah di salurkan kepada calon-calon peserta

didik.

“Beliau menjelaskan selain dengan menjalin hubungan dengan wali murid masyarakat dan sekolah SD/MI se Banyuwangi melalui program PPL. Dari kami disana memberikan informasi tentang PPL sekaligus anak-anak melakukan praktek mengajar disana. Dari continuenya setaip hari kami berikhtiyar untuk bisa menginformasikan tentang MTs kepada khalayak umum melalui mediaWhatapp facebok instagram dan youtube.”

Dengan harapan orang tua dan masyarakat bisa tertarik untuk menyekolahkan anaknya di sekolah MTs Al Amiriyyah. dengan melalui programPPL di SD/MI Banyuwangi dengan itu menjadi sebuah wadah utama untuk anak- anak melakukan praktek mengajar sekaligus memberikan informasi tentang Madrasah. kepada calon peserta didik yang akan melanjutkan pendidikan ke sekolah lanjutan tingkat pertama.

2. Strategi Waka Humas Dalam Promosi Agar Calon Peserta didik tertarik untuk memasuki MTs Al Amiriyyah.

- a) Strategi Waka Humas Dalam Promosi Agar Calon Peserta didik tertarik untuk memasuki MTs Al Amiriyyah

Dalam meningkatkan Promosi MTs Al Amiriyyah Waka Humas harus mempunyai strategi dalam promosi lembaga pendidikan yaitu sebagai berikut:

- 1) Waka Humas sebagai komunikator dalam pemasaran Lembaga Pendidikan Kepada Masyarakat dan sekolah dasar.

Dengan terjalannya komunikasi yang baik dengan masyarakat maka lembaga pendidikan akan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan yang lain. Tentu ini akan membantu sekolah/Madrasah dalam melaksanakan promosi maka perlu ada elemen-elemen pendukung lain seperti dari guru- guru MTs Al Amiriyyah hal ini sesuai dengan pernyataan Waka Humas MTsAl Amiriyyah Moh. Abdul Qohar, M.Pd.

“Menurut beliau bahwa untuk strategi Humas dalam promosi lembaga pendidikan yaitu tetap dengan melalui program PPL yang dilaksanakan oleh siswa MTs untuk praktek mengajar di SD/MI yang ada di Bamyuwangi. selainbeliau juga meminta kepada dewan guru memberi

Peran Waka Humas Dalam Upaya Promosi Guna Menarik Minat Calon Peserta Didik Di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi

Muh. Dimiyati, Muhammad Imam Khaudli, Ahmad Kanzul Farizi

seputar informasi Madrasah kepada Tetangga-tetangganya beliau mengatakan untuk jumlah siswa yang mendaftar di MTs Al Amiriyyah adalah 147 yang sebelumnya berjumlah 141 akan tetapi beliau belum bisa memastikan apakah itu mengalami peningkatan atau karena masih dalam proses penerimaan peserta didik. Beliau mengatakan jumlah siswa MTs Al Amiriyyah dari tahun kemarin mendapat 454 dengan harapan bisa lebih banyak lagi yang mendaftar Di MTs Al Amiriyyah."

Untuk mencapai strategi dalam penerimaan peserta didik baru beliau mengatakan bahwa informasi tentang MTs Al Amiriyyah. Melalui media online selain itu media lain seperti program PPL yang dilakukan oleh MTs Al

Amiriyyah dengan ini para siswa MTs melakukan praktek mengajar sebagai wadah utama dalam upaya promosi untuk menarik calon peserta didik.

2) Waka Humas Berperan Sebagai Pelaksana Promosi Antara Sekolah dengan Masyarakat

Berkaitan dengan Humas dalam promosi lembaga pendidikan. Dalam upaya menarik minat calon peserta didik. Humas merupakan struktur atau organisasi yang dibentuk guna menjalin hubungan antara sekolah dan masyarakat. Humas juga berpengaruh dalam sebuah promosi yang dimana promosi tersebut sangat erat dengan menarik minat calon peserta didik. Dalam hasil Wawancara Dengan pihak Waka Humas MTs Al Amiriyyah Bapak Abdul Kohar M. Pd. Beliau menjelaskan sebagai berikut

"Beliau Menjelaskan bahwa untuk melaksanakan promos MTs Al Amiriyyah pihaknya telah menyediakan layanan Informasi terkini seputar Madrasah melalui media sosial seperti Website, Whatsapp, Facebook, dan Youtube. Kepada masyarakat umum. untuk memberi kemudahan mengakses informasi layanan pendidikan yang ada di MTs Al Amiriyyah."

Berdasarkan hasil wawancara tersebut sesuai dengan hasil pengamatan peneliti Di MTs Al Amiriyyah. Bisa disimpulkan bahwa

Peran Waka Humas Dalam Upaya Promosi Guna Menarik Minat Calon Peserta Didik Di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi

Muh. Dimiyati, Muhammad Imam Khauldi, Ahmad Kanzul Farizi

untuk menunjang promosi perlu ada sarana informasi pendukung seperti sarana Informasi mediaonline seperti Website, Youtube dan lain-lain. Disisi lain butuh adanya hubungan yang kuat antara sekolah dan masyarakat sehingga dapat memberikan dorongan untuk memajukan lembaga pendidikan dan dapat menarik minat calon peserta didik.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa Humas berperan penting dalam menunjang citra lembaga pendidikan. Karena kualitas lembaga pendidikan bergantung dari keunggulan dari lembaga pendidikan itu sendiri dan citra yang baik di mata masyarakat. Sehingga mampu mencapai tujuan yang diharapkan.

3. Peran Waka Humas MTs Al Amiriyyah Dalam bentuk Promosi.

Promosi Sekolah/Madrasah merupakan usaha untuk memperkenalkan sekolah dalam rangka memasarkan sekolah. Usaha pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya ada individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan. Dengan menciptakan menawarkan atau mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Konsep pemasaran bersandar pada kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Setiap alat promosi memiliki karakteristik dan biaya tersendiri sekolah harus memahami karakteristik ini. Promosi penjualan memanfaatkan komunikasi insentif dan ajakan. Daya tarik hubungan masyarakat dan publisitas didasarkan pada kredibilitas yang tinggi kemampuan menangkap pembeli yang tidak menduga atau dramatisasi.

Dalam kaitannya dengan pendidikan, jasa dapat didefinisikan sebagai kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara memuaskannya. Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Hal itu karena pendidikan bersifat lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggung

jawab, hasil pendidikan mengacu jauh ke depan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus keilmuan di masa yang akan datang.

Untuk keberhasilan sebuah lembaga dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan *'need and want'* pelanggannya. Guna menciptakan layanan yang memuaskan ini, maka lembaga menciptakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan unsur-unsur pemasaran

yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

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

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

a) Peran humas dalam bentuk promosi lembaga pendidikan yaitu :

Dalam manajemen lembaga pendidikan perlu adanya struktur yang mengatur sebuah hubungan dengan masyarakat untuk menjalankan dan mengembangkan lembaga pendidikan melalui sebuah promosi. Oleh karena itu promosi merupakan salah satu cara yang dapat ditempuh untuk melakukan hubungan antara sekolah dan masyarakat. Hubungan sekolah dan masyarakat merupakan suatu proses komunikasi yang terjadi antara sekolah dan masyarakat yang memiliki tujuan untuk mengembangkan *god will* dan memperoleh opini masyarakat (public) terhadap lembaga pendidikan atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan publik baik (internal) maupun (eksternal). Menurut Mulyasa tujuan dari hubungan sekolah dan masyarakat adalah sebagai berikut :

1) Memajukan kualitas pembelajaran dan pertumbuhan peserta didik

- 2) Memperkokoh tujuan serta meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat.
- 3) Menggairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan sekolah

Sedangkan dari segi jenis untuk menjalin hubungan sekolah dengan masyarakat ada tiga jenis yaitu :

- 1) Hubungan edukatif

Hubungan kerjasama dalam hal mendidik murid antara Guru di sekolah dan orang tua di dalam keluarga. Adanya hubungan ini diharapkan tidak terjadinya perbedaan prinsip yang dapat meragukan pendirian dan sikap anak didik.

- 2) Hubungan kultural

Usaha kerja sama antar sekolah dan masyarakat yang memungkinkan adanya saling membina dan mengembangkan kebudayaan masyarakat tempat sekolah itu berada. Untuk dilakukan hubunga kerja sama antara kehidupan di sekolah dan kehidupan di masyarakat.

- 3) Hubungan institusional

Hubungan kerja sama antara sekolah dengan lembaga-lembaga atau instansi resmi baik swasta maupun pemerintahan. Seperti hubungan kerja sama antara sekolah dengan sekolah-sekolah lain. Ataupun perusahaan-perusahaan Negara yang kaitannya dengan perbaikan dan perkembangan pendidikan pada umumnya. Dengan demikian dapat dipahami bahwa tujuan/peran humas dalam lembaga pendidikan dalam mewujudkan kualitas lembaga pendidikan melalui hubungan baik dengan masyarakat hubungan baik tersebut dapat dilakukan dengan melalui dengan hubungan edukatif, kultural, institusional.

4. Bentuk Promosi Yang Dilakukan Oleh Waka Humas MTs Al Amiriyyah

Pencapaian sebuah lembaga pendidikan dalam upaya sebuah promosi, untuk dapat menarik minat calon peserta didik sangat penting karena berkaitan dengan

kemajuan lembaga tersebut. Semakin banyak peserta didik yang masuk pada

lembaga pendidikan tersebut menandakan bahwa lembaga memiliki citra pendidikan yang baik di masyarakat. Sehingga dapat dilihat dari segi promosi lembaga pendidikan yang dilakukan oleh sekolah itu.

Promosi lembaga pendidikan dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan/konsumen khususnya siswa merupakan suatu kunci untuk menjamin eksistensinya. Hal ini disebabkan lembaga pendidikan merupakan organisasi yang bergerak di bidang jasa sehingga pelayanan merupakan produk utama yang ditawarkan. Kualitas pelayanan akademik merupakan perbandingan antara pelayanan akademik yang dirasakan oleh pelanggan dengan kualitas pelayanan akademik yang diharapkan pelanggan atau *stakeholder*.

Menurut Mackey (2006:2) merumuskan stakeholder sebagai kategori umum dari public yang terkait dengan organisasi. ada juga yang memandang stakeholder sebagai kelompok dan individu-individu yang memiliki salah satu dari empat bentuk organisasi yaitu hubungan memampukan fungsional terdampak dan normatif. Persaingan mutu layanan pendidikan di setiap sekolah sangat terbuka lebar mutu layanan pendidikan pada suatu lembaga pendidikan dibutuhkan sebagai pengembangan kualitas sekolah supaya lebih unggul dan diminati oleh masyarakat sehingga masyarakat lebih percaya untuk menyekolahkan anak didiknya lebih tepat dan percaya untuk mengembangkan kemampuan anak didiknya.

Dalam penyelenggaraan pendidikan untuk mencapai hasil optimal dan efektif dan efisien memerlukan keterkaitan dari berbagai elemen yang ada di dalamnya dalam proses pengelolaan humas di MTs Al Amiriyyah. Yaitu dengan melalui School Based Management atau manajemen berbasis sekolah peningkatan mutu melalui kerjasama atau pemberdayaan pemerintah dan masyarakat. Hubungan sekolah dengan masyarakat dibangun dengan tujuan popularitas MTs Al Amiriyyah

Blokagung di mata masyarakat. Popularitas MTs Al Amiriyyah akan tinggi jika mampu melahirkan individu yang mapan secara intelektual dan spiritual.

Berdasarkan yang peneliti peroleh mengenai promosi MTs Al Amiriyyah telah disebutkan oleh Waka Humas MTs Al Amiriyyah yaitu untuk mewujudkan

promosi lembaga pendidikan perlu adanya jaringan komunikasi yang kuat antara sekolah dan masyarakat. Dengan tujuan memberi informasi perkembangan sekolah kepada masyarakat atau wali murid. Diantara tujuan dan bentuk Waka humas MTs Al Amiriyyah dalam sebuah promosi diantaranya adalah :

- a) Memberikan informasi secara resmi yang lengkap dan utuh kepada warga sekolah baik tertulis maupun tidak tertulis tentang kebijakan sekolah.
- b) Menuliskan berbagai perkembangan terkini di social media WhatsApp dan papan pengumuman Guru.
- c) Mempublikasikan berita sekolah melalui Website Youtube dan media social (Facebook Dan Instagram) yang berkaitan dengan prestasi dan kegiatan sekolah.
- d) Mengaktifkan WEB madrasah dengan template dan menu efektif dan Melaksanakan publikasi Informasi dan promosi sekolah melalui media umum.
- e) Mengadakan lomba MTs A Socout Competition lomba dalam kepramukaan.
- f) Mengadakan Festival Hadrah tingkat SD/MI sederajat.

D. Simpulan

Berdasarkan uraian yang peneliti peroleh bahwa untuk Waka Humas di MTs Al Amiriyyah tentang strategi atau juga promosi yang dapat dilakukan oleh Waka Humas dalam sebuah Promosi dalam upaya menarik minat calon peserta didik yaitu sebagai berikut :

- 1) Dengan melalui Program mengajar PPL bagi kelas unggulan ke SD/MI yang ada di daerah Banyuwangi sebagai sarana Promosi MTs Al Amiriyyah.
- 2) Melaksanakan Promosi dengan melalui media social online seperti Website, Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Youtube. Dan Menyediakan layanan informasi dan perkembangan terkini seputar Madrasah kepada wali murid sehingga memberi kemudahan bagi wali murid untuk mengetahui kualitas pendidikan di MTs Al Amiriyyah.

E. Daftar Pustaka

- A'mal, Muslikhul. 2011. *Strategi Manajemen Humas, dalam Penerimaan Siswa Barudi Madrasah Tsanawiyah Negeri Model Pemalang. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.*
- Bahri Saeful Ahmad. 2020. *Manajemen Humas Sekolah*, PT Widina Bhakti Persada Bandung.
- Chotimah, Chusnul. 2017. *Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan dengan Masyarakat*. Tulungagung: IAIN Tulungagung Press.
- Daini Ferri Maswiatud. 2021. *Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.*
- Elvia Baby Shahbana, 2021. *Strategi Peningkatan Animo Masyarakat Terhadap Sekolah Melalui Optimalisasi Layanan Humas Sekolah* Manajemen Pendidikan Universitas Negeri Malang
- Faizin Imam 2017. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah .Jurnal Madaniyah.*
- Gajic, Jelena. 2012 *"Importance of Marketing Mix in Higher Education Institutions "*. Singidunum Journal 2012, 9 (1): 29-41 ISSN 2217-8090.
- Hadi, Abdul. 2018. "Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humass dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis. Jurnal Pendidikan. Vol. 4, No.2.
- Irmayani, Herni dan Dessy Wardiah 2017. "Manajemen Strategis Kepala Sekolah dalam Upaya Menarik Minat Calon Peserta Didik di SMPIT Ar-Ridho Palembang". Jurnal Manajemen Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan. Vol. 2, No. 1.
- Johnston, K.A. 2014. *Public Relations and Engagement. Theoretical Imperative of a Multidimensional Concep. Journal of Public Relations Research,*
- Komariah, I. 2013. *Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Di TK AL-Firdaus Jatisari Semarang. Undergraduate (S1) thesis, IAIN Walisongo.*
- Kusuma Muhamad Halim. 2016. *Strategi Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Barudi Smk Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten.*
- Lutviani Dina Sri. 2021. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Darussalam Blokagung: Fakultas Tarbiyah, dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Darussalam Blokagung.*

- Moleong, J. Lexy. 2016. “Metodologi Penelitian Kualitatif” PT Remaja Rosdakarsa Jakarta.
- Ngapirin. 2006. Model Strategi Pemasaran Pendidikan SMK Plus As-Salafiyah Krangkeng Indramayu Jawa Barat, Tesis, Yogyakarta : Program Pasca Sarjana UINSunan Kalijogo.
- Opan Arifudin. 2020. Manajemen Humas Sekolah PT Widina Bhakti Persada Bandung.
- Priandono Fifi. 2019. jurnal Manajemen Humas Pendidikan Dalam Upaya Pencitraan Sekolah Di Sekolah Menengah Kejuruan Vol 18. Pp. 391-410.
- Qholik Wisnu 2022. Strategi Marketing Humas Dalam Membangun Brand Image Di Masyarakat (Studi Kasus Di Sma Muhammadiyah 1 Ponorogo). Institut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo.
- Rosidi Hasyim 2022. Strategi Kepala Sekolah Dalam Menjalin Hubungan Kerjasama Dengan Dunia Usaha Otomotif Di Smk Sunan Drajad Lamongan. Vol 17 p.26-75.
- Syunu Triantoyo. 2021. Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Network Marketing. Vol19.
- Trisnawati Ari 2017. Strategi Humas Politeknik Negeri Jakarta Dalam PenerimaanMahasiswa Baru Vol.8.
- Utari Rumania 2013. Website Sebagai Media Humas Sekolah. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Venti Hartini 2018. Efektivitas Strategi Pembelajaran Ekspositori Dan Inkuiri Pada Pembelajaran Matematika Di Smp Swasta Al-Washliyah 05 Hamparan Perak Tahun Pelajaran 2017/2018. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Wahed Andi 2021. Peran Humas Sekolah dalam Membangun Hubungan Kemitraan dengan Dunia Usaha dan Industri di Sekolah Menengah Kejuruan. Vol 1 ISSN 2747-268.
- Yuli Sri .2019. Peran Humas Mts N 3 Pekanbaru Dalam Mempertahankan Citra Positif Sebagai Sekolah Adiwiyata Nasional Universitas Islam Negeri Sultan Syarif KasimRiau
- Zulnuroaini 2021. Upaya Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di SdInpres 2 Birobuli Vol 9. ISSN 2337-6418