

**PROMOSI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
CITRA POSITIF DAN KUANTITAS PESERTA DIDIK
MTS AL-AMIRIYYAH BLOKAGUNG BANYUWANGI
TAHUN PEMBELAJARAN 2021/2022**

Amirotun Nahdliyah¹ , Ahmad Faqih Badrul Murtaja²

Email : amirohnahdliyah@gmail.com¹ faqihal412000@gmail.com²

Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi
Prodi Manajemen Pendidikan Islam

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena ketertarikan peneliti terhadap perkembangan prestasi akademik dan kuantitas peserta didik di MTs Al-Amiriyyah Blokagung cukup pesat, untuk menganalisis promosi seperti apa yang digunakan WKS Humas dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung dan untuk menganalisis apa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi citra positif dan kuantitas peserta didik yang dimiliki oleh MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

Pendekatan yang di gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah Observasi terkait promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik. Wawancara terhadap Kepala Sekolah, WKS Humas dan Tim Media, serta data Dokumentasi dan arsip kegiatan dari pengelolaan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Peneliti menggunakan model Miles and Huberman yaitu Reduksi, Penyajian dan Penarikan kesimpulan atau verifikasi data.

Hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan menyebutkan bahwa citra dan kuantitas yang dimiliki oleh MTs Al-Amiriyyah Blokagung Dimata masyarakat dinilai baik. Strategi komunikasi yang digunakan seperti menjaga pola komunikasi, merencanakan dan menyusun tugas sebagai WKS Humas MTs Al-Amiriyyah Blokagung, serta dengan menjaga keterbukaan dan informasi yang diberikan kepada masyarakat dapat mempengaruhi citra dan kuantitas MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi citra positif dan kuantitas MTs Al-Amiriyyah Blokagung yaitu dengan merencanakan dan menjalankan program-program dengan baik, peningkatan sistem pelayanan, menjaga komunikasi dan kerjasama yang baik sesama

anggota/guru ataupun dengan masyarakat serta adanya keterbukaan informasi kepada masyarakat.

Kata kunci: *Promosi media sosial, citra positif, peserta didik.*

ABSTRACT

This research was conducted because the researchers' interest in the development of academic achievement and the quantity of students at MTs Al-Amiriyyah Blokagung was quite rapid, to analyze what kind of promotions were used by WKS Public Relations in increasing the positive image and quantity of students at MTs Al-Amiriyyah Blokagung and to analyze what factors -Factors that can affect the positive image and quantity of students owned by MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

The approach used in this study is a qualitative approach with a descriptive type of research. The method used in data collection is Observation related to social media promotion in increasing the positive image and quantity of students. Interviews with the Principal, WKS Public Relations and Media Team, as well as documentation data and archives of activities from the management at MTs Al-Amiriyyah Blokagung. The researcher uses the Miles and Huberman model, namely reduction, presentation and conclusion drawing or data verification.

The results of the research obtained from the field stated that the image and quantity owned by MTs Al-Amiriyyah Blokagung in the eyes of the community was considered good. The communication strategies used, such as maintaining communication patterns, planning and arranging tasks as WKS Public Relations at MTs Al-Amiriyyah Blokagung, as well as maintaining openness and information provided to the public can affect the image and quantity of MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Based on this, it can be seen that the factors that affect the positive image and quantity of MTs Al-Amiriyyah Blokagung are by planning and carrying out the programs well, improving the service system, maintaining good communication and cooperation among members/teachers or with the community as well as the existence of disclosure of information to the public.

Keywords: *Social Media Promotion, Positive Image, Students.*

A. PENDAHULUAN

Pendidikan memiliki peran penting bagi kehidupan manusia, karena manusia berkembang sejak kecil sampai dewasa membutuhkan proses pendidikan. banyak fungsi dan tujuan dari pendidikan dalam praktek pendidikan ini baik dilingkungan keluarga, di sekolah, maupun di masyarakat luas, banyak

yang ingin di capai oleh pendidik agar mendapat apa yang ingin dicapai. Pendidikan mempunyai tujuan atau gambaran yang luhur tentang nilai-nilai yang baik dan pantas dalam kehidupan, Dengan itu tujuan pendidikan pendidikan memiliki dua fungsi yaitu merupakan sesuatu yang ingin dicapai oleh seluruh kegiatan pendidikan dan juga memberikan arah kepada segenap kegiatan pendidikan.

Pendidikan memberikan peran penting pada masyarakat. Karena maju mundurnya sebuah masyarakat tergantung pada maju mundurnya pendidikan pada masyarakat tersebut. Tilar dalam Suharto (2012:105) menyatakan, “lembaga pendidikan yang maju, hampir bisa dipastikan salah satu faktor keberhasilannya tersebut adalah keterlibatan masyarakat yang maksimal, oleh karena itu rakyat mempunyai hak dan tanggung jawab untuk menyelenggarakannya sendiri”. Dengan itu pendidikan sangat berperan dalam pembangunan masyarakat, Meskipun sebenarnya pendidikan bukanlah satu-satunya hal yang menentukan keberhasilan tersebut. Artinya harus ada hubungan yang baik antara lembaga pendidikan dengan masyarakat atau sebaliknya. Promosi merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Menurut Bell dalam Swastha dan Irawan (1990: 64) promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Sedangkan menurut Tjiptono mendefinisikan Promosi sebagai suatu bentuk aktifitas pemasaran yang menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia

menerima, membeli, dan loyal pada produk yang di tawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih saat ini hampir semua orang sudah menggunakan internet untuk melakukan aktifitasnya sehari-hari, Menurut Arifin (2003: 101) saat ini penggunaan internet sudah tidak asing lagi untuk memasarkan suatu lembaga. lembaga. *E-marketing* adalah sisi pemasaran dari *e-commerce*, yang terdiri dari kerja dari lembaga untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet. *E-commerce* adalah sistem penjualan yang berkembang setelah ditemukan Internet. Sistem pemasaran atau penjualan seperti ini bisa menjangkau seluruh dunia pada saat yang bersamaan tanpa harus mendirikan kantor cabang di semua negara. Selain itu juga bisa dilakukan 24 jam tanpa berhenti. Dengan hanya melalui unit komputer yang terhubung ke Internet, perusahaan dapat memasarkan produk-produknya.

Pemasaran dengan strategi promosi melalui internet khususnya dengan sosial media (jejaring sosial) dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk yang ingin mereka beli karena tidak perlu tatap muka secara langsung.

Pada dasarnya media sosial Menurut Zarella (2010: 2-3) merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi- teknologi *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat

menyebarkan konten mereka sendiri. *Post* di blog, *tweet*, atau video *YouTube* dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis.

Adapun yang dimaksud dengan media sosial menurut Elvinaro (2007: 103) pada dasarnya media sosial sama dengan media massa, media massa ini di bagi dua bagian yaitu media cetak dan media elektronik, media cetak seperti surat kabar, majalah, sedangkan media elektronik seperti radio, televisi, film, media *online* (internet). Secara umum media sosial didefinisikan sebagai media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: *blog*, *twitter*, *facebook*, dan *instagram*.

Media sosial secara umum terbagi dalam beberapa karakter yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Sosial media dapat diubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Selain itu media sosial juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Sebagaimana yang diketahui sebelum muncul dan populernya media sosial, kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara mengirim pesan SMS atau telepon melalui *handphone*. Namun sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung berkomunikasi melalui layanan obrolan (*chat*) atau berkirim pesan melalui layanan yang tersedia di media sosial.

Media sosial mempunyai banyak bentuk Menurut Zarella (2010:31) diantaranya yang paling populer yaitu *microblogging (twitter), facebook, blog,* dan *instagram*. *Twitter* adalah suatu situs *web* yang merupakan layanan dari *microblog*, yaitu suatu bentuk *blog* yang membatasi ukuran setiap *post*-nya, yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk dapat menuliskan pesan dalam *twitter update* hanya berisi 140 karakter. *Twitter* merupakan salah satu jejaring sosial yang paling mudah digunakan, karena hanya memerlukan waktu yang singkat tetapi informasi yang disampaikan dapat langsung menyebar secara luas.

Ciri- ciri dari sebuah *microblogging* atau *twitter* Menurut Madcoms (2010: 144-159) yaitu memiliki *update status* yang biasa disebut dengan *tweet* berjumlah 140 karakter lebih singkat dari media lainnya; Dapat mengomentari *tweet* yang dibuat oleh *following* dengan menggunakan *reply*, selanjutnya dapat ditulis dengan menggunakan fungsi *RT@username*; Memiliki cara sendiri untuk berbagi foto dan video yang biasa disebut dengan *tweetpic*.

Pada hakekatnya humas merupakan sebuah proses komunikasi antara organisasi dengan publiknya untuk menjalin hubungan yang baik agar tercipta citra serta tercapainya tujuan. Dimana, jika sebuah lembaga pendidikan memiliki citra yang positif maka akan muncul opini yang baik dari masyarakat. Salah satu pendukung dari kinerja humas adalah media massa. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh pemasar dalam menghadapi perubahan pasar adalah meningkatkan citra. Melalui kekuatan yang bisa diciptakan oleh lembaga pendidikan akan memperoleh berbagai manfaat. Beberapa riset tentang meningkatkan citra positif lembaga menunjukkan hubungan yang sangat

signifikan antara citra yang positif dengan berbagai keuntungan yang dapat diperoleh lembaga pendidikan.

Menentukan sekolah yang terbaik untuk anak-anak merupakan keputusan penting bagi setiap orang tua. Sekolah nasional yang berkualitas tentunya harus memenuhi standar nasional pendidikan. Standar nasional pendidikan menurut peraturan pemerintah nomor 19 tahun 2005 adalah kriteria minimal tentang sistem pendidikan di seluruh wilayah hukum Negara kesatuan Republik Indonesia. Standar nasional pendidikan meliputi : standar kompetensi lulusan, standar isi, standar proses, standar pendidikan dan tenaga kependidikan, standar sarana dan prasarana, standar pengelolaan, standar pembiayaan, serta standar penilaian.

Banyaknya lembaga pendidikan yang bermunculan saat ini, menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Sekolah berusaha mendapatkan siswa sebanyak mungkin tetapi juga melihat kemampuan daya tampung ruang kelas. Dalam mendapatkan siswa yang banyak, lembaga akan menggunakan segala cara demi memenangkan persaingan. Ada yang menggunakan cara-cara baik adapula yang menggunakan cara-cara kotor guna melancarkan persaingan yang berpihak pada lembaga. Tantangan lembaga pendidikan ke depan adalah adanya persaingan yang tinggi sehingga banyak penawaran jasa lembaga pendidikan, meningkatnya tuntutan pelanggan pendidikan atau siswa yang utamanya pada kualitas dan biaya, kemajuan teknologi komunikasi, informasi dan computer yang merubah semua segi kehidupan.

Sehingga untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, maka meningkatkan citra positif madrasah merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh lembaga pendidikan untuk menyikapi semakin kompetitifnya persaingan dalam upaya mendapatkan siswa. Dengan meningkatkan citra positif madrasah diharapkan lembaga pendidikan semakin kuat dan kemudian akan mempengaruhi calon siswa dalam memilih lembaga pendidikan.

Kemampuan dalam meningkatkan citra positif madrasah sangatlah penting agar masyarakat bisa mengenal sekolah tersebut dengan baik. Citra positif bisa dikembangkan dengan cara sering mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan pihak luar seperti pameran, kunjungan sosial, kerja bakti atau study lapangan. Bisa juga dengan membuat spanduk yang dipasang di pinggir jalan yang berisi prestasi siswa-siswanya. Hal ini sangat bermanfaat guna membangun citra madrasah mempunyai kegiatan ataupun prestasi yang diunggulkan. Sekolah yang memiliki citra yang positif maka secara otomatis sekolah bisa bersaing dengan sekolah unggulan yang ada di lingkup daerah tersebut.

Berdasarkan observasi awal MTs Al-Amiriyyah adalah sekolah yang berada dinaungan Yayasan Pondok Darussalam Blokagung Banyuwangi. Saat ini semakin banyak bermunculan lembaga pendidikan di sekitar pondok pesantren. Misalnya, sekolah-sekolah negeri dan swasta yang terus bermunculan. Keberadaan MTs Al-Amiriyyah yang mampu dikatakan eksis dalam mengembangkan dan mempertahankan lembaga dengan keadaan dikelilingi lembaga pendidikan yang sepadan di sekitarnya dilihat dari kualitas

dan kuantitas di dalamnya. Dalam hal ini, keberadaan bidang hubungan masyarakat (*Public Relations*) dinilai sangat strategis dalam menanggapi opini publik. WKS Humas memiliki tanggung jawab menjalin kerjasama dengan *stakeholder* dan masyarakat untuk terus meningkatkan kuantitas peserta didik. Dalam meningkatkan kinerja maka WKS Humas harus menyusun rencana dan strategi yang baik dalam meningkatkan kuantitas peserta didik. WKS Humas juga harus bisa mengubah opini di masyarakat supaya menjadi suatu hal yang lebih baik, jika opini dari masyarakat tentang sekolah tersebut baik maka semakin baik pula *image* yang di peroleh di lembaga pendidikan tersebut.

Secara tidak langsung MTs Al-Amiriyah Blokagung membutuhkan kerjasama dengan masyarakat. Begitu juga masyarakat, membutuhkan pendidikan yang baik yang di landasi dengan ilmu agama, dalam hal ini MTs Al-Amiriyah menjadi alternatif bagi masyarakat. Tetapi dalam kenyataannya, partisipasi masyarakat dalam pengembangan dan pelaksanaan program sekolah masih relatif rendah, dan pada umumnya belum begitu menyadari bahwa tugas dan tanggung jawab pendidikan anak-anak adalah tugas dan tanggung jawab masyarakat di samping sekolah dan pemerintah. WKS Humas MTs Al-Amiriyah Blokagung mempunyai tugas utama mensosialisasikan dan mempromosikan lembaga sehingga kuantitas peserta didik terus meningkat. WKS Humas mempunyai tantangan tersendiri yaitu ketika masyarakat memiliki banyak pilihan untuk mencukupi kebutuhan pendidikan yang bernilai baik dan relevan dengan kondisi lingkungan seperti saat ini, maka WKS Humaslah yang memiliki pekerjaan yang sangat besar, dalam hal ini untuk merencanakan

strategi supaya MTs Al-Amiriyyah Blokagung dapat baik di mata konsumen (masyarakat) sehingga mereka memilih MTs Al-Amiriyyah Blokagung sebagai pilihan untuk memenuhi kebutuhan pendidikan yang baik.

MTs Al-Amiriyyah Blokagung merupakan lembaga pendidikan yang selalu berupaya melakukan perbaikan dan menciptakan opini publik yang positif. Dimana MTs Al-Amiriyyah Blokagung selalu mempublikasikan program-program pengembangan kependidikan di media cetak seperti *bener*, brosur dan media sosial seperti *watsapp, facebook, instgram dan Tik Tok*. Hal ini dilakukan selain untuk pengenalan program kependidikan dan lebih mendekatkan kepada masyarakat juga untuk menciptakan opini publik yang positif. Selain itu juga MTs Al-Amiriyyah melakukan pembinaan karakter kepada peserta didiknya agar menghasilkan output yang baik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Bagi peserta didik yang berprestasi, selalu diberikan fasilitas beasiswa guna mempertahankan dan meningkatkan prestasi belajar mereka. Pengembangan pembangunan sarana dan prasarana pun dilakukannya sebanding dengan meningkatnya jumlahnya peserta didik setiap tahun pengajaran dan juga di MTs Al-Amiriyyah mempunyai program unggulan dan tahfidz guna untuk memudahkan dalam membina dan mengembangkan kecerdasan siswa, keterampilan, bakat, minat, sikap dan perilaku siswa agar siswa memiliki indikator prestasi yang tinggi dan unggul sesuai dengan potensinya.

Dari paparan di atas, iyalah hasil dari penelitian kami, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana sebenarnya strategi yang dilakukan WKS Humas

dalam meningkatkan peserta didik. Peneliti tertarik mengangkat permasalahan tersebut sebagai bahan penelitian. Adapun judul penelitian adalah “Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021/2022”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan harapan dapat di gunakan sebagai bahan referensi dalam pengembangan pembelajaran di lembaga-lembaga pendidikan lainnya terkhusus bagi para praktisi humas dalam sebuah organisasi atau lembaga pendidikan.

B. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif yakni mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dan ditanyakan pada objek terkait untuk mendapatkan data secara fakta. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Sugiono (2015 :8) menyatakan “ dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau human instrumen, yaitu itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen, maka peneliti harus memiliki bekal ilmu atau teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, memahami, mengonsep, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan ber makna.

2. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah bertempat di MTs Al-Amiriyyah Blokagung, lokasi tersebut di pilih oleh peneliti karena peserta didik di

sekolah ini meraih banyak penghargaan setiap tahunnya dan mendapat siswa/siswi terbanyak yang berada di tengah-tengah lembaga pendidikan yang berada di naungan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. Sehingga peneliti ingin menganalisis bagaimana pelaksanaan promosi yang di gunakan pada sekolah tersebut, Peneliti mengambil waktu mulai pada hari Selasa, 29 Maret 2022 sampai selesai dan meneliti selama satu minggu di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

3. Kehadiran Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti sendiri atau human instrumen, dengan menjadi instrumen. Peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret dan mengontruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna. Hal ini selaras dengan pendapat Nasution yang dikutip oleh Sugiono (2016: 36), menyatakan dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain daripada menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian utama.

Adapun instrumen yang dimaksud dalam penelitian adalah keterlibatan langsung peneliti dalam mencari data terkait penelitian baik informasi yang diberikan langsung oleh pengelola lembaga maupun dokumen terkait penelitian. Peneliti melakukan penelitian di MTs Al-Amiriyyah Blokagung banyuwangi, adapun data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data-data yang mengenai promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas pesera didik

4. Informan Penelitian

Subjek penelitian ini adalah orang-orang yang akan memberikan informasi dan data yang diperlukan oleh peneliti yaitu kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang Humas, Tim Media MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi dan masyarakat.

5. Data Dan Sumber Data

a. Data

Rosa di dalam Moleong (2002:112) menyimpulkan data yang baik yaitu data yang dapat di percaya kebenarannya serta tepat waktu juga mencukupi ruang luas dan memberikan gambaran yang jelas tentang suatu masalah secara menyeluruh, sistematis dan komperhenship". Jenis data ada dua macam yaitu primer dan sekunder.

1) Data Primer

Sugiyono (2017 :115) sumber data primer itu sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Sumber data utama dari hasil wawancara, data primer *Internal public* meliputi Kepala Sekolah, WKS Humas, Tim Media dan juga tenaga pendidik sekolah MTs Al-Amiriyyah Blokagung dan *Eksternal public* meliputi masyarakat dan calon peserta didik. Wawancara tersebut berisi tentang promosi media social dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh dari dokumen yang sudah ada, data ini pelengkap atau pendukung data primer. Dalam hal ini data yang dikumpulkan adalah data tentang MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi terkait promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik. Data bisa di dapat dari dokumentasi atau arsip yang ada di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

b. Sumber Data

Moleong (2006 :116) Sumber data dalam penelitian kualitatif merupakan sebuah kata-kata dan juga tindakan selain dari itu adalah data pendukung seperti dokumen dan lainnya. Data dari penelitian ini berupa wawancara yang Subyek dari penelitian di sini adalah Bapak Ahmadi, M.Pd.I. selaku kepala sekolah, Bapak M. Abdul Qohar, M.Pd.I selaku WKS Humas dan Bapak Ahmad Syahdan Asmara, S.Pd selaku Tim Media. Dalam penelitian ini yang menjadi objek dari penelitian adalah masyarakat dan calon peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi. Penelitian kualitatif ini dengan maksud untuk memahami fenomena atau kelemahan, kekuatan, peluang serta ancaman dari obyek peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi. secara umum dalam menyimpulkan kata-kata dan Bahasa sehingga dapat menciptakan suatu fenomena.

6. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono, (2016:308) menjelaskan “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama di dalam suatu penelitian, oleh karena itu tujuan utama dari penelitian mendapatkan data”. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak bisa mendapatkan data yang bisa memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan di dalam penelitian ini juga meliputi, observasi (pengamatan), interview (wawancara), dan studi dokumentasi.

a. Observasi

Observasi yaitu kegiatan mengamati secara langsung terhadap gejala yang ingin diselidiki oleh peneliti. (Sugiyono, 2016:309) observasi sebagai dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan juga hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta yang mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Observasi atau pengamatan pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi WKS Humas dan bagaimana promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Observasi dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan data sekolah tersebut.

b. Wawancara

Jenis wawancara yang hampir sama dengan pembicaraan yang akrab dalam suasana yang akrab dan santai. Jika seorang informan dan dia menjadi subjek dari penelitian merasa mudah dan juga mudah

berbicara menurut pandangannya sendiri maka wawancara tersebut akan berlangsung dengan baik juga kondusif. Maksud penggunaan metode melalui wawancara sebagai cara untuk mengumpulkan data adalah untuk menggali sebuah informasi tentang kejadian yang sudah lampau, sekarang, dan harapan-harapan subjek yang diinginkan. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pedoman wawancara agar pelaksanaan wawancara berlangsung secara sistematis dan terarah.

Sugiyono (2016:317) mengemukakan macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semistruktur, dan tidak terstruktur.

1) Wawancara terstruktur

Wawancara yang dilakukan pewawancara dengan membawa pertanyaan yang tertulis dan jawabannya juga telah disiapkan. Wawancara terstruktur dengan setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan dalam pengumpulan data dengan di catat masing-masing jawaban dari pertanyaan tersebut.

2) Wawancara semi terstruktur

Dalam wawancara ini pelaksanaannya lebih bebas dari wawancara terstruktur dengan tujuan untuk menentukan permasalahan yang lebih terbuka, yang dimana pihak diajak wawancara yang didalamnya dimintai pendapat dan juga ide-idenya.

3) Wawancara tidak terstruktur

Dalam wawancara ini peneliti tidak hanya menggunakan pedoman dari wawancara yang sudah di susun secara sistematis tetapi

pedoman wawancara hanya berupa garis besarnya dari permasalahan yang akan ditanyakan kepada narasumber.

Teknik dari wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara tidak berstruktur dan bersifat informal. Pertanyaan yang diajukan bebas tetapi tetap terkondisikan secara teratur. Wawancara ini akan ditujukan kepada kepala sekolah, WKS Humas dan Tim Media MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data selanjutnya yaitu studi dokumentasi. Sugiyono (2016:326) Dokumen yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen juga bisa berbentuk tulisan, karya monumental dari seseorang, dan juga gambar.

Penelitian ini menggunakan metode studi dokumentasi untuk memperoleh data tentang keadaan fisik dan nonfisik letak geografis, profil sekolah serta dokumentasi yang berhubungan dengan promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

7. Keabsahan Data

Didalam metode ini menggunakan triangulasi yaitu metode pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu. Lexy. J.M, (2016:330) Triangulasi sebagai metode pemeriksaan yang

memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori sebagai berikut :

a. Triangulasi dengan sumber

Yakni membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan atau informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dapat dicapai dengan:

- 1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- 3) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang kaya, pemerintahan.
- 4) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

b. Triangulasi dengan metode

Menurut Moleong (2014 :199) adalah pertama, pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa metode pengumpulan data. Kedua, pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

c. Triangulasi dengan penyidik

Memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data atau dengan cara membandingkan hasil pekerjaan seorang analisis dengan analisis lainnya. Sedangkan menurut Sugiyono (2014:141) triangulasi dengan teori dapat dilakukan dengan dua cara yaitu secara induktif dan secara logika.

Metode triangulasi jenis penyidik ini ialah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data. Pada dasarnya penggunaan suatu tim penelitian dapat direalisasikan dilihat dari segi metode ini. Cara lain ialah membandingkan hasil pekerjaan seorang analisis dengan analisis lainnya.

d. Triangulasi dengan teori

Lexy J.M, (2016:330) Berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih.

Berdasarkan metode triangulasi diatas tersebut, maka dimaksud untuk mengecek kebenaran dan keabsahan data-data yang diperoleh dilapangan tentang citra positif dan kuantitas MTs Al-Amiriyah Blokagung Banyuwangi dari sumber hasil observasi, wawancara maupun melalui dokumentasi sehingga dapat dipertanggung jawab keseluruhan data yang diperoleh dilapangan dalam penelitian.

8. Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian. Pada hakikatnya analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan memberi kode atau tanda dan masalah yang ingin dijawab. Melalui serangkaian aktivitas tersebut, data kualitatif yang berserakan dan bertumpuk akan mudah disederhanakan dan pada akhirnya mudah untuk dipahami. Tujuan dari analisis adalah untuk menyatukan deskripsi dengan cara membuatnya bisa dapat dikendalikan.

Analisis data yang digunakan dengan pola induktif, yaitu analisis berdasarkan fakta atau peristiwa yang ditemukan di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis dan teori .

Secara garis besar analisis data penelitian yang digunakan yakni menurut Miles dan Huberman yakni: *data reduction*, *data display*, dan *verification*. Dan untuk analisis SWOT menggunakan pengumpulan data dan bantuan matriks SWOT, sebagai berikut :

1. Miles and Huberman

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Sugiyono, (2008 :92-93) menyatakan bahwa mengkonstruksi realitas yang ada dalam konteks penelitian, ketika mengumpulkan data tentang fakta dan hubungan yang berbeda dari berbagai perspektif, peneliti dapat memeriksa ulang temuan mereka menggunakan member *check*. untuk itu perlu segera dilanjutkan dengan analisis data dengan reduksi data. Dengan mereduksi data,

setiap peneliti akan berpedoman pada tujuan yang ingin dicapai.

Fokus utama penelitian kualitatif adalah pada hasil. Oleh karena itu, apabila peneliti pada saat melakukan penelitian menemukan sesuatu yang dianggap *eksotik* atau langka, tidak banyak diketahui, di luar pola, justru inilah yang dibutuhkan peneliti untuk berhati-hati dalam mereduksi data.

b. Data Display (penyajian data)

Sugiyono, (2008, 95– 98) Menyatakan bahwa setelah data dilakukan proses reduksi, maka langkah yang dilakukan selanjutnya yakni proses mendisplaykan sebuah data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilaksanakan berupa bentuk uraian yang singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dalam hal ini Miles and Huberman (1984) menyatakan “*the most frequent form is display data for qualitative research data in the past has been narrative text*”. Teks naratif adalah teks yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif. Dengan melihat data, akan lebih mudah bagi Anda untuk memahami apa yang terjadi, dan untuk merencanakan pekerjaan Anda selanjutnya berdasarkan apa yang Anda pahami.

Miles and Huberman (1984). “*looking at displays help us to understand what is happening and to do some thing-future analysis or caution on that understanding*”.

c. Conclusion Drawing (verification)

Sugiyono, (2008, 99) Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah menarik kesimpulan dan memverifikasi. Kesimpulan awal yang disempurnakan masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat untuk mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan yang ditarik pada tahap awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, kesimpulan yang disempurnakan adalah kesimpulan yang valid.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah dengan dihasilkannya temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan bisa berupa pendeskripsian atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas bahkan masih tanda tanya sehingga setelah dilakukannya penelitian akan menjadi lebih jelas bisa berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

2. Analisis SWOT

Langkah-langkah analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif sebagai berikut :

- a. Pengumpulan data, pengumpulan data dapat dilakukan dengan penyajian aktor kelembagaan. Dapat dilakukan dengan wawancara mendalam, dokumen dan observasi.
- b. Melakukan analisis SWOT dengan menggunakan matriks SWOT untuk mengidentifikasi panduan strategi dan kerangka kerja program

pengembangan kelembagaan yang akan dilaksanakan.

Dengan menggunakan strategi berikut: strategi SO (*strength-opportunity strategy*), strategi WO (*weaknes-opportunity strategy*), strategi ST (*strength-threaths strategy*), dan strategi WT (*weakness-threaths strategy*).

Inti dari hasil temuan yang peneliti di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi yang di gunakan dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas pesaerta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.
- 2) Proses penerapan promosi dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas pesaerta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.
- 3) Kendala-kendala yang dihadapi dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas pesaerta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

9. Tahapan-tahapan Penelitian

Prosedur penelitian adalah langkah-langkah atau alur yang ditempuh dalam suatu penelitian. Langkah-langkah yang ditempuh oleh peneliti yaitu:

- a. Pra-penelitian

Tahap pra-penelitian ini penulis mengajukan rancangan penelitian yang isinya memuat latar belakang masalah serta alasan pelaksanaan penelitian, kajian kepustakaan, rumusan masalah, rancangan pengumpulan data serta pengurusan surat izin penelitian.

b. Persiapan Penelitian

Kegiatan yang sangat penting dalam kegiatan ini adalah pengumpulan data. Dalam rangka pengumpulan data, penulis mengikuti langkah-langkah kegiatan menurut Lincoln dan Guba (Sugiyono 2015: 235), sebagai berikut:

- 1) Menetapkan kepada siapa wawancara itu akan dilakukan.
- 2) Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan.
- 3) Mengawali atau membuka alur wawancara.
- 4) Melangsungkan alur wawancara.
- 5) Mengkonfirmasi ikhtiar hasil wawancara dan mengakhirinya.
- 6) Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan.
- 7) Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh.

Wawancara baik dilakukan secara *face to face* maupun yang menggunakan pesawat telepon, akan selalu terjadi kontak pribadi, oleh karena itu pewawancara perlu memahami situasi dan kondisi sehingga dapat memilih waktu yang tepat kapan dan dimana harus melakukan wawancara. Bila responden yang akan diwawancarai telah ditentukan orangnya, maka

sebaiknya sebelum melakukan wawancara, pewawancara meminta waktu terlebih dahulu, kapan dan dimana bisa melakukan wawancara. Dengan cara ini, maka suasana wawancara akan lebih baik, sehingga data yang diperoleh akan lebih lengkap dan valid. Setelah itu peneliti bisa langsung melakukan penelitian kelapangan berdasarkan hasil dari pedoman wawancara yang telah disusun.

10. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memperjelas dalam memahami serta mempelajari pokok bahasan dalam penulisan skripsi ini, maka akan saya deskriptifkan mengenai sistematika pembahasannya, yaitu setelah bagian formatif disusunlah poin-poin sebagai berikut :

1. Bagian pertama dalam penulisan skripsi penelitian ini yaitu halaman judul, Halaman pembuka, kata pengantar dan daftar isi.
2. Judul penelitian, Latar belakang, Fokus penelitian, Tujuan penelitian, Kegunaan penelitian, Definisi penelitian yaitu Judul penelitian ini diambil dari hasil observasi peneliti, peneliti memaparkan gambaran subjek dan beberapa variabel yang diambil dalam penelitian.
3. Kajian pustaka yaitu Kajian teori, Penelitian terdahulu, Alur pikir penelitian
4. Metode penelitian yaitu 1) Jenis penelitian 2) lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian 3) kehadiran peneliti 4) informan yang diambil peneliti 5) data dan sumber data dalam penelitian 6) metode

pengumpulan data 7) pengujian keabsahan penelitian 8) analisi data 9) tahapan-tahapan yang dilaksanakan pada saat penelitian 10) sistematika dalam penulisan skripsi penelitian.

5. Daftar Pustaka yaitu Daftar rujukan yang peneliti gunakan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Promosi Media Sosil Dalam Meningkatkan Citra Positif MTs Al-Amiriyyah Blokagung

Pembahasan merupakan hasil dari penelitian dan dikorelasikan dengan teori yang sudah dipaparkan sebelumnya. Pembahasan ini akan mendeskripsikan jawaban berdasarkan fokus penelitian. Fokus pertama pada Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif Di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

Hasil penelitian pada Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif MTs Al-Amiriyyah, Dalam suatu lembaga pendidikan, kepala sekolah memiliki posisi yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan suatu kegiatan pembelajaran dan pengelolaan program sekolah yang efektif. Salah satu komponen yang diperlukan dalam setiap organisasi adalah Humas, Suatu lembaga pendidikan MTs Al-Amiriyyah pasti membutuhkan *public relation* atau kata lain dari hubungan masyarakat, karena lembaga pendidikanlah tempat untuk penyaluran ilmu kepada peserta didik.

Lembaga sekolah yang saat ini berada di lingkungan masyarakat yang mempunyai peran untuk perkembangan sekolah dan disinilah WKS Humas yang akan eksis dalam menanggapi opini publik di MTs Al-Amiriyyah. WKS

Humas di MTs Al-Amiriyyah yaitu sebagai penghubung antara masyarakat dengan lembaga sekolah dalam pengembangan sekolah tersebut dan untuk membina hubungan antara sekolah dengan masyarakat. Sekolah yang ingin mempunyai citra yang baik juga harus mampu membangun hubungan yang baik pula dengan masyarakat khususnya pada saat pemasaran lembaga sekolah tersebut supaya masyarakat mampu memberikan kepercayaan kepada sekolah, serta perkembangan sekolahpun tidak akan berjalan mulus tanpa adanya dukungan dari masyarakat.

MTs Al-Amiriyyah mempunyai beberapa cara untuk promosi diantaranya yaitu : 1)melalui media sosial 2)melalui media cetak 3)mengadakan ajang perlombaan untuk SD/MI sebayuwangi 4)mengadakan progam PPL di SD/MI setiap akhir pembelajaran. Akan tetapi promosi yang di gunakan MTs Al-Amiriyyah lebih condong pada media sosial, karna melihat perkembangan zaman yang dimana masyarakat juga lebih sering menggunakan media sosial, Seperti yang di paparkan Wahyuni & Ernungtyas, 2020:15) Penggunaan media sosial sangat tinggi dikarenakan melalui media sosial seseorang bisa mendapatkan hiburan dan juga informasi serta berinteraksi dengan orang lain tanpa harus bertatap muka. Keuntungan dari media sosial adalah prosesnya instan dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja menggunakan perangkat seperti *smartphone* atau *laptop* sehingga membuat jumlah pengguna media sosial di Indonesia sangat banyak.

MTs Al-Amiriyyah adalah salah satu sekolah swasta yang memiliki *Public Relations* dan *Multimedia*. *Public Relations* dan *Multimedia* memiliki

tugas yakni mengelola media sosial dan tugas lainnya adalah mendokumentasikan kegiatan-kegiatan akademik atau non-akademik yang dilaksanakan di MTs Al-Amiriyyah. Media sosial yang digunakan oleh *Public Relations* dan Multimedia terdiri dari *Youtube, Facebook, Instagram* dan *Tik Tok*.

2. Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung

a. Pengembangan lembaga pendidikan melalui sosialisasi dan Promosi

Kegiatan dari sosialisasi dan promosi ini dilakukan bukan hanya oleh pihak sekolah yang bersangkutan, tetapi juga dari para alumni yang juga ikut berpartisipasi dalam pengembangan lembaga MTs Al-Amiriyyah Blokagung serta dari pihak pondok pesantren yang memberikan peran serta dalam kegiatan promosi tersebut sehingga mendapat manfaat antara kedua belah pihak yakni MTs Al-Amiriyyah Blokagung dan juga pondok pesantren itu sendiri. Kegiatan sosialisasi dan promosi ini juga dilakukan oleh tenaga pendidik serta peserta didik sendiri dengan cara mengumpulkan OSIS untuk terjun langsung di sekolah-sekolah lain seperti SD/MI dengan cara menyampaikan menggunakan video atau *slide*.

Materi yang disampaikan dalam sosialisasi dan promosi tersebut adalah menyampaikan pengertian tentang keadaan sekolah serta menjelaskan berbagai macam keahlian dan juga kegiatan serta memberi tahu tentang keunggulan-keunggulan yang dimiliki dan yang dilaksanakan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung, serta menyampaikan prestasi-prestasi

yang sudah di dapat oleh sekolah. Bentuk sosialisasi yang dilakukan antara lain:

1) Lisan

Sosialisasi dan promosi secara lisan ini dilakukan ketika berhadapan langsung oleh objek sasaran, yang biasanya dilakukan dalam forum ataupun ketika ada suatu pertanyaan, dan kegiatan ini dilakukan oleh siapa saja dan kapan saja seperti kepala sekolah, WKS. Humas, guru, staf, siswa-siswi dan masyarakat umum.

2) Media

Dalam menggunakan media/alat dalam proses sosialisasi dan promosi ini, MTs Al-Amiriyyah Blokagung menggunakan beberapa media, diantaranya yaitu:

a) Audio

Dalam penggunaan audio ini sekolah bergantung pada pondok pesantren yang mempromosikan lembaga dengan bekerja sama dengan pihak stasiun radio terdekat, dalam proses ini lembaga pesantren mempromosikan diri serta memberikan pengertian bahwa di pondok pesantren terdapat beberapa lembaga pendidikan salah satunya yaitu MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

b) Visual

Media visual yakni media yang menggunakan brosur, baliho, spanduk, koran, dan kalender.

c) Audio-visual

Media ini sering digunakan yaitu proyektor ketika melakukan kegiatan sosialisasi dan promosi disekolah dan masyarakat. Dengan menunjukkan vidio tentang keadaan sekolah MTs Al-Amiriyah Blokagung serta kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di MTs Al-Amiriyah Blokagung.

d) Internet

Melalui internet inilah yang sangat berpengaruh dalam kegiatan promosi MTs Al-Amiriyah Blokagung, karena sudah zamannya dimana semua orang menggunakan internet baik orang tua maupun anak remaja tak ketinggalan pula anak-anak. MTs Al-Amiriyah Blokagung menggunakan media ini dengan membuat situs-situs yang dapat memberikan informasi tentang MTs Al-Amiriyah Blokagung, situs itu berupa jejaring sosial media, seperti *WhatsApp, facebook, instagram, Tik Tok* dan juga melalui *website* MTs Al-Amiriyah Blokagung.

b. Penerimaan peserta didik

Penerimaan adalah memikirkan kedepan tentang apa-apa yang harus dilakukan. penerimaan sendiri adalah aktifitasnya, sedangkan hasil dari perencanaan tersebut adalah rencana yang berwujud rumusan tertulis. Dengan kata lain, jika rencana yang terumus secara tertulis tersebut belum ada, maka aktifitas perencanaan tersebut belum selesai atau belum berhasil.

penerimaan peserta didik adalah suatu aktifitas memikirkan kedepan tentang hal-hal yang harus dilakukan berkenaan dengan peserta didik di sekolah, baik sejak peserta didik akan memasuki sekolah maupun mereka akan lulus dari sekolah. Yang di rencanakan adalah hal-hal yang harus dikerjakan berkenaan dengan penerimaan dengan pelulusan peserta didik (Imron, 2016:21).

Ruang lingkup penerimaan peserta didik sesuai dengan Imron (2016:22) meliputi: (1) perkiraan, (2) perumusan tujuan,(3) kebijakan, (4) penyusunan program, (5) prosedur, (6)penjadwalan, dan (7) pembiayaan.

perencanaan peseta didik di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi dilakukan pada awal tahun penerimaan peserta didik baru. Dimana Penerimaan peserta didik baru perlu dikelola sedemikian rupa mulai dari perencanaan penentuan daya tampung sekolah atau jumlah peserta didik baru yang akan diterima. Calon peserta didik yang mendaftar di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi setiap tahunnya mengalami peningkatan sebagaimana yang dilihat peneliti mengenai bertambahnya ruangan yang terdapat di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

3. Faktor Pendukung Dan Penghambat Promosi Media Social Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung yaitu :

1. Faktor pendukung

Faktor pendukungnya yaitu di MTs Al-Amiriyyah sudah mempunyai media sosial yang lengkap dan program-program yang di mana program tersebut dapat meningkatkan citra positif dan kuantitas di MTs Al-Amiriyyah Dan adanya dukungan baik dari dalam maupun dari luar sekolah, dukungan dari dalam seperti dukungan dari sesama pegawai sekolah yang saling mensupport serta juga ikut andil dalam hal ini dan dukungan dari luar sekolah yaitu dukungan dari alumni, wali santri dan masyarakat.

2. Faktor penghambat

Faktor penghambatnya yaitu tenaga dan waktu yang terbatas sehingga membuat proses promosi media sosial kurang efektif dan kurang istiqomah.

D. KESIMPULAN

1. Promosi Media Sosial Dalm Meningkatkan Citra Positif MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021/2022

Hasil temuan dilapangan terlihat bahwa WKS Humas di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi sudah cukup berjalan dengan baik, Promosi media sosial dalm meningkatkan citra positif MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi di mulai dari :

a. Strategi promosi MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi

- 1) Dengan cara menyiapkan stategi dan inovasi setelah mengevaluasi dari program-program sebelumnya yang dimana akan membuat MTs

Al-Amiriyyah Blokagung lebih maju dalam pendidikan, serta mengadakan evaluasi setiap akhir pembelajaran sehingga akan lebih mudah untuk mengatasi problem-problem yang ada dan mempromosikan kegiatan-kegiatan yang positif.

- 2) Dengan mensyiarkan kegiatan-kegiatan yang di lakukan sehari-hari lewat media yang ada, prestasi apa yang di dapat dan perkembangan apa yang ada di MTs Al-Amiriyyah Blokagung, sehingga semua orang bisa tahu perkembangan kita dengan nilai-nilai yang positif.
- 3) Dengan membuat konten dan mendokumentasikan kegiatan-kegiatan dan program-program sehari-hari lewat media sosial, bahkan setiap hari dan sebisa mungkin mereka harus membuat konten baik berupa foto atau video, guna untuk menggambarkan kepada wali santri dan masyarakat, dengan seperti itu mereka akan tahu prestasi, kegiatan-kegiatan dan program-program yang ada di dekolah sehingga bisa mendapa nilai yang positif.

b. Media Promosi MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

- 1) Media sosial, media cetak, mengadakan ajang perlombaan untuk SD/MI seBanyuwangi dan mengadakan program PPL di SD/MI setiap akhir pembelajaran, serta dari pihak pegawai sekolah sendiri dan alumni yang secara langsung kemasyarakat. akan tetapi promosi yang lebih ditekankan saat ini yaitu melalui media sosial.

2) MTs Al-Amiriyyah Blokagung mempunyai beberapa bentuk media sosial, diantaranya yang yaitu *website, blog, facebook, instagram, YouTube, dan TikTok*.

2. Promosi Media Sosial Dalm Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik

MTs Al-Amiriyyah Tahun Pembelajaran 2021/2022

a. Pengembangan lembaga pendidikan melalui sosialisasi dan Promosi

Dalam pelaksanaan sosialisasi tersebut tidak hanya dilakukan oleh kepala sekolah dan WKS Humas saja, tetapi juga dilakukan oleh tenaga pendidik dan juga OSIS dari sekolah untuk ikut serta dalam sosialisasi tersebut. Yang dilakukan melalui sosialisasi dengan mempromosikan serta menunjukkan keunggulan MTs Al-Amiriyyah Blokagung seperti ekstrakurikuler karena dengan melihat peluang yang ada ,, Dengan cara lain yaitu mendorong siswa utuk mengembangkan potensinya melalui Ektrakurikuler seperti tahfidz, band,olahraga, hadrah, bulu tangkis, dan lain sebagainya untuk menarik minat peserta didik yang berada di bawahnya bahwa MTs Al-Amiriyyah Blokagung juga mempunyai prestasi tersendiri dan kepala sekolah memberikan peluang seluasnya kepada peserta didik setiap ada *event* untuk mengikutinya seperti olimpiade MIPA, Pramuka dan sebagainya. Dalam penyampaian informasi dan promosi tentang sekolah kepada masyarakat dan sekolah sekitar, menggunakan berbagai macam cara diantaranya media cetak, media internet dan menggunakan audio-visual.

b. penerimaan peserta didik baru

bahwa upaya yang dilakukan sekolah berkaitan dengan penerimaan Peserta didik di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi ialah penerimaan peserta didik baru. Dimana Penerimaan peserta didik baru perlu dikelola sedemikian rupa mulai dari perencanaan penentuan daya tampung sekolah atau jumlah peserta didik baru yang akan diterima. Calon peserta didik yang mendaftar di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi setiap tahunnya mengalami peningkatan sebagaimana yang dilihat peneliti mengenai bertambahnya ruangan yang terdapat di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, H. & Cangara, H. 1996. *Prinsip-prinsip Hubungan Masyarakat*, Surabaya: Usaha Nasional.
- Arifin, Ali. 2003. *Viral Marketing - Konsep Baru Berinvestasi Dan Berwirausaha*. Yogyakarta : Andi Publisher.
- Bonar, S.K. 1993. *Hubungan Masyarakat Modern*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Gassing, S. & Suryanto. 2016. *Public Relation*, Yogyakarta: CV Andi.
- Iriantara, Y. 2013. *Manajemen Humas Sekolah*, Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Moelong, Lexy. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung :remajarsdakarya
- Mohamad taufiq, *Qur'an In Word*, diambil pada tanggal 03 April 2019
- Moore, Frazier. 2005. *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mukarrom, Z. & Laksana. 2015a. *Manajemen Public Relation*, Bandung: Pustaka Setia.

- Munir.M. 2018. Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Islam*. 1(2): 83-84.
- Murtadho, Ali. 2019. *Data Siswa Tiga Tahun Terakhir MTs Al-Amiriyyah*, Blokagung: 20 mint.
- Sugiyono. 2008. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2017)Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D). Bandung. Alfabeta.
- Swastha, Basu & Hani Handoko. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisa PerilakuKonsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. 2005. Jakarta: PT Armas Duta Jaya.
- Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.