

SKRIPSI

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



Oleh :

AHMAD FAQIH BADRUL MURTAJA

NIM : 18111110033

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
(IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2022**

SKRIPSI

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



Oleh :

AHMAD FAQIH BADRUL MURTAJA

NIM :18111110033

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
(IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul:

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

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang skripsi

Pada tanggal : 05 Juni 2022


Mengetahui,

Ketua Prodi



Nurkafid Nizam Fahmi, S.Pd., M.H
NIPY. 3151905109301

Pembimbing



Hj. Amirotnu Nahdliyah, M.Pd.I.
NIPY. 3151217078701

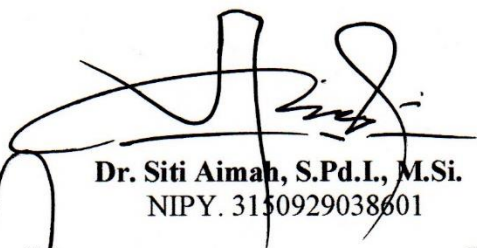
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi saudara Ahmad Faqih Badrul Murtaja telah dimunaqosahkan kepada dewan penguji skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi pada tanggal : 05 Juni 2022

Dan telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan dalam Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.


Tim penguji:


Ketua


Dr. Siti Aimah, S.Pd.I., M.Si.
NIPY. 3150929038601

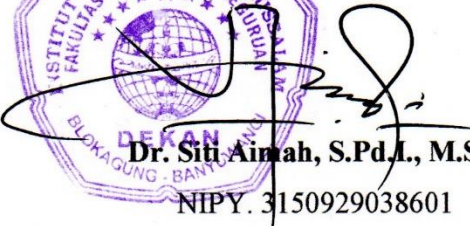
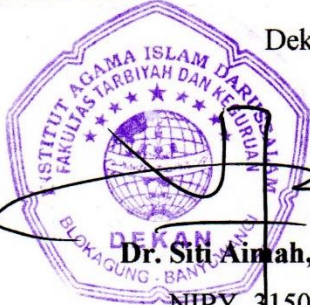
Penguji 1

Penguji 2


Moh. Harun Al Rosid, M.Pd.I.
NIPY. 3150929038601


Lia Kholida Putri Maharani, S.S.T., M.Pd.I.
NIPY. 3151919109101

Dekan



Dr. Siti Aimah, S.Pd.I., M.Si.
NIPY. 3150929038601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dimana aku berfikir disitu aku ada”

Persembahan :

Dengan hati yang penuh dengan keikhlasan serta rasa syukur kehadiran Allah SWT. Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, yang selalu bersabar dalam mendidikku dan selalu memberikan kasih sayang yang tiada henti dengan tanpa meminta imbalan suatu apapun serta selalu mendo'akan dalam setiap langkah-langkahku dalam menggapai cita-cita.
2. Segenap dewan pengasuh pondok pesantren Darussalam Blokagung banyuwangi yang telah membrikan bekal ilmu, dan do'a serta bimbingan rohani kepadaku.
3. Almamater tercinta Institut Agama Islam Daarussalam.
4. Segenap dosen Institut Agama Islam Daarussalam yang telah membrikan ilmunya kepadaku, sehingga aku dapat faham akan pentingnya hidup bersosial dan berinteraksi dengan lingkungan masyarakat dengan baik.
5. Sahabat dan rekan santri khususnya rekan-rekan negaran madrasah barat yang telah memberikan semangat dalam segala hal.
6. Semua rekan mahasiswa khususnya prodi MPI 2018 dari semua kelas yang selalu membrikan warna baru dan membrikan kenangan yang sulit guna dilupakan dan akan menjadi kenangan indah.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Ahmad Faqih Badrul Murtaja
Nim : 18111110088
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Institusi : Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan
Alamat Lengkap : Dusun Krajan, Desa Kandangan, Kecamatan
Pesanggaran, Kabupaten Banyuwangi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah diserahkan kepada lembaga perguruan tinggi manapun guna mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini benar-benar hasil karya pribadi dan bukan merupakan hasil tindak kecurangan atas karya orang lain.
3. Apabila kemudian hari ditemukan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari tindak kecurangan, maka saya siap menanggung segala konsekuensi hukum yang dibabankan.



Banyuwangi, 05 Juni 2022

Saya yang menyatakan



Ahmad Faqih Badrul Murtaja
NIM. 18111110033

ABSTRAK

Murtaja, Ahmad Faqih Badrul , 2021 . *Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021/2022*. Progam Studi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi. Pembimbing Hj. Amiroton Nahdliyah, M.Pd.I.

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

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.

ABSTRACT

Murtaja, Ahmad Faqih Badrul, 2021. *Social Media Promotion in Improving the Positive Image and Quantity of Students at MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi for the 2021/2022 Academic Year. Islamic Education Management Study Program at the Darussalam Islamic Institute, Blokagung Banyuwangi. Supervisor Hj. Amirotn Nahdliyah, M.Pd.I.*

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

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.

KATA PENGANTAR

Ahamdulillah, segala puji syukur kepada Allah yang Maha Pengasih dan Penyayang dan tak lupa mengucapkan syukur atas semua limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul *“Promosi Media Soisal Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021/2022”* yang mana dapat terselesaikan dengan sebaik mungkin. Sholawat serta salam kepada junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi teladan bagi umatnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tanpa bantuan berbagai pihak skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang tulus dan ikhlas kepada:

1. H. Ahmad Munib Syafa'at, Lc., M.E.I. Rektor Institut Agama Islam Darussalam.
2. Dr. Siti Aimah, S.Pd.I., M.Si. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
3. Nur Kafid Nizam Fahmi, S.Pd.I., M.H., selaku Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam, yang telah memfasilitasi kami dalam belajar, sehingga kami menjadi nyaman dalam menimba ilmu.
4. Ahmadi M.Pd.I Selaku Kepala Sekolah MTs Al- Amiriyyah Blokagung yang ikut membantu terlaksananya pengabdian ini.
5. M. Abdul Qohar, M.Pd Selaku WKS Humas MTs Al- Amiriyyah
6. Hj. Amirotun Nahdliyah, M.Pd.I. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan dan meluangkan waktu serta pikiran untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Banyuwangi.

8. Dan semua pihak yang ikut serta baik secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan tenaga dan pikirannya demi menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

Tiada balas jasa yang belum dapat diberikan oleh penulis kecuali hanya do'a kepada Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Pemurah, semoga kebaikan dari beliau semua akan mendapat balasan dari-Nya. Tiada gading yang tak retak, tiada manusia yang sempurna. Demikian juga dengan skripsi ini, tentunya masih ada kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis berharap akan saran dan kritik yang konstruktif. Dan atas segala kekhilafan dalam penulisan skripsi ini penulis mohon maaf sebagai insan yang *dho'if*. Akhirnya kepada *Allah Azza Wajalla*, penulis kembalikan suatunya dengan harapan semoga skripsi ini tersusun dengan ridho-Nya serta dapat memberikan manfaat.

Amin Yarobbal 'Alamin.

Banyuwangi, 05, Juni, 2022

Penulis

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	vii
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Rumusan Masalah Penelitian	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian	11
F. Definisi Istilah.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Kajian Teori.....	15
1. Promosi & Media Sosial.....	15
2. Citra Positif.....	20
3. Kuantitas Peserta Didik	30
B. Penelitian Terdahulu.....	33
C. Alur Pikir Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	37

A. Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
C. Kehadiran Peneliti	38
D. Informasi Penelitian	38
E. Data dan Sumber Data	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
G. Keabsahan Data.....	44
H. Analisis Data	47
I. Tahapan-tahapan Penelitian.....	52
J. Sistematika Penulisan.....	53
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	55
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	55
B. Verifikasi Data Lapangan.....	60
BAB V PEMBAHASAN	72
A. Promosi Media Soisal dalam Meningkatkan Citra Positif	72
B. Promosi Media Sosial dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik	74
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Promosi Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Positif dan Kuantitas Peserta Didik	78
BAB VI PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Implikasi Penelitian.....	82
C. Keterbatasan Peneliti	83
D. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Table 3.1 Informan.....	39
Table 3.2 SWOT Faktor Internal.....	51
Table 3.3 SWOT Faktor Eksternal.....	51
Table 3.4 Sistematika dalam penelitian.....	54
Table 4.1 Daftar kepala sekolah MTs Al Amiriyyah Blikagung	59
Table 4.2 Jumlah Peserta Didik Baru Per Tingkatan MTs Al Amiriyyah	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Mempopulerkan Citra	25
Gambar 2.2 Alur Pikir Penelitian.....	35
Gambar 3.1 Analisis Huberman	50
Gambar 4.1 Lokasi MTs Al Amiriyyah Blokagung.....	58
Gambar 4.2 Media Sosial MTs Al Amiriyyah Blokagung	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Surat Pengantar Penelitian
Lampiran 2	: Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
Lampiran 3	: Kartu Bimbingan
Lampiran 4	: Draft Interview
Lampiran 5	: Dokumentasi Penelitian
Lampiran 6	: Cek Plagiasi
Lampiran 7	: Biodata Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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-Amiriyyah Blokagung membutuhkan kerjasama dengan masyarakat. Begitu juga masyarakat, membutuhkan pendidikan yang baik yang di landasi dengan ilmu agama, dalam hal ini MTs Al-Amiriyyah 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-Amiriyyah 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*, *instagram* 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.

WKS Humas MTs Al-Amiriyyah Blokagung yakni Bapak Moh Abdul Qohar, M.Pd. semakin antusias untuk lebih meningkatkan kuantitas peserta didik dengan berbagai strategi yang sudah di rencanakannya supaya tidak mengalami penurunan atau pengurangan kuantitas peserta didik di tahun berikutnya. Dari hasil wawancara, Bapak Moh Abdul Qohar, M.Pd. mengatakan bahwa.

“Pada tiga tahun terakhir ini kuantitas peserta didik yang masuk di MTs Al-Amiriyyah Blokagung mengalami peningkatan, walaupun itu peningkatannya tidak terlalu banyak. Dan dengan meningkatnya peserta didik yang masuk berarti itu menunjukkan bahwa lembaga sudah memberi sebagian kepercayaan baik terhadap anggapan masyarakat, (24, 04, 2022)”

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. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas terdapat beberapa masalah yang dapat dikaji dalam penelitian ini. Masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021/2022 ?
2. Bagaimana promosi media sosial dalam meningkatkan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021/2022 ?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021/2022 ?

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan observasi awal, pelaksanaan promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi sudah bisa dibilang baik akan tetapi dengan adanya waktu yang terbatas dan sering bebarengan dengan kegiatan-kegiatan sekolah yang sifatnya mendadak sehingga promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi menjadi kurang istiqomah.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan disini adalah hasil yang ingin didapatkan setelah proses penelitian terselesaikan. Segala bentuk kegiatan apapun pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Adapaun dalam penelitian ini tujuan yang akan dicapai sesuai dengan fokus penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021/2022
2. Untuk mengetahui promosi media sosial dalam meningkatkan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021/2022
3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021/2022

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah cakrawala berfikir dan khasanah ilmu pengetahuan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi yang terus berkembang sesuai dengan kebutuhan perkembangan sekolah.
 - b. Mampu sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Promosi Media Sosial Dalam

Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik serta menjadi bahan kebijakan lebih lanjut.

2. Kegunaan Praktis

1. Manfaat bagi MTs Al-Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi. penelitian ini dijadikan acuan untuk memperbaiki kelemahan atau kekurangan program WKS Humas dalam menyusun kebijakan yang lebih baik dan untuk meningkatkan reputasi MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi. supaya tetap eksis sesuai dengan perkembangan zaman serta maju dan semakin berkembang.
2. Manfaat bagi peneliti yaitu dapat menambah pengalaman mengenai perkembangan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi, serta dapat menganalisis peran dari WKS Humas dalam upaya promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

F. Definisi Istilah

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 :61) promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Sedangkan menurut Nikels dalam bukunya Swastha dan Irawan (1990 :89) promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Menurut Thoyibie (2010 :101), sosial media adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum. Dewasa ini, praktek pemasaran melalui social media mulai berkembang dan digunakan sebagai alat pemasaran produk mempromosikan merek dan brand suatu perusahaan.

Citra adalah satu opini publik yang terbentuk melalui proses akumulasi amanah atau kepercayaan yang telah diberikan oleh individu. Citra merupakan tujuan utama sekaligus reputasi dan juga prestasi yang hendak dicapai dalam dunia hubungan masyarakat. Tanggapan masyarakat yang berhubungan dengan nilai-nilai kepercayaan merupakan landasan dari citra suatu organisasi, Citra seringkali disebut image yang tercipta di masyarakat terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Pengertian citra berdasarkan KBBI merupakan kata benda yang berarti rupa, gambaran, gambaran yang dimiliki oleh orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk.

Canton Dalam (Ishaq 2017:161) mendefinisikan citra dengan “*Image is the impression, the feeling, the conception which the public has of company, a conciously created impression of an object, person or organization*”, yang berarti citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan atau organisasi, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau organisasi.

Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa citra merupakan suatu kesan dan gambaran yang orang rasakan terhadap suatu objek baik sengaja dibentuk oleh seseorang ataupun dari suatu perusahaan atau lembaga.

Thomson (1990 :29) kuantitas sebagai suatu hal yang terbentuk dari suatu proses pengukuran, contohnya ukuran jumlah. Pengertian kuantitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu banyaknya suatu benda atau sesuatu jumlah. Penggunaan istilah dari kuantitas dalam bahasa Indonesia mencakup lingkup yang luas seperti, jumlah bahan baku, bahan setengah baku, dan juga bahan jadi. Jadi kuantitas itu suatu yang dapat dilihat dari perhitungan atau dengan jumlah, dengan kata lain suatu yang dapat dilihat dari banyaknya jumlah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Promosi dan Media Sosial

a. Pengertian Promosi

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 :61) promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Sedangkan menurut Nikels dalam bukunya Swastha dan Irawan (1990 :89) promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian. Terdapat empat indikator pada promosi. Keempat indikator tersebut adalah periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), dan *publisitas*.

- 1) Periklanan (*advertising*) Segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi non pribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa untuk mempengaruhi audience.
- 2) Penjualan Personal (*personal selling*) Interaksi antar individu, saling bertemu muka dalam rangka mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.
- 3) Promosi penjualan (*sales promotion*) Kegiatan pemasaran yang mendorong efektifitas pembelian konsumen dengan menggunakan alat-alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi dan sebagainya.
- 4) Publisitas Sejumlah informasi tentang seseorang, barang, atau organisasi yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya, atau tanpa pengawasan dari sponsor.

Dengan demikian maka promosi merupakan kegiatan perusahaan yang dilakukan dalam rangka memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga dengan kegiatan tersebut konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.

b. Pengertian Media Sosial

Pada dasarnya media sosial menurut Zarella (2010 :23) 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 berkiriman pesan melalui layanan yang tersedia di media sosial.

Menurut Zarella (2010 :31) media sosial mempunyai banyak bentuk, 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*.

Pengertian Facebook menurut Madcoms (2010 :1) adalah suatu situs jejaring sosial yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk menjalin hubungan pertemanan dengan seluruh orang yang ada di belahan dunia untuk dapat berkomunikasi satu dengan yang lainnya. *Facebook* merupakan situs pertemanan yang dapat digunakan oleh manusia untuk bertukar informasi, berbagi foto, video, dan lainnya.

Ciri- ciri dari sebuah akun *facebook* menurut Madcoms (2010: 20-60) yaitu memiliki pages dan groups; Dapat melakukan update status lebih dari 140 karakter sesuai dengan kebutuhan, dapat langsung memberi komentar atau memberikan apresiasi dari update status orang-orang yang sudah menjadi teman di *facebook*, Memiliki fasilitas chatting yang memungkinkan pemilik *facebook* untuk dapat melakukan chat secara langsung dengan orang-orang yang sudah berteman di *facebook*, dapat berbagi foto dengan cara tagging, dapat membuat album foto yang berisikan nama album, lokasi tempat pengambilan foto, dan jika diperlukan dapat berisikan penjelasan singkat mengenai foto tersebut.

Menurut Heni (2008:3) *Blog* merupakan singkatan dari *web* dan *log*, yaitu sejenis website pribadi yang dapat digunakan untuk menuliskan suatu pesan atau informasi secara terus menerus dan mempublikasikannya. *Blog* dapat berupa berita atau artikel yang nantinya akan terus diperbaharui. Dalam satu *blog* dapat berisi bermacam-macam artikel yang dikelompokkan dalam suatu kategori atau hanya terdiri atas satu jenis kategori saja.

Ciri- ciri dari sebuah *blog* menurut Heni (2008:4) yaitu konten utama berisi artikel (*post*) yang dipublikasikan secara kronologis para pengunjung *blog* dapat secara langsung mengomentari artikel yang ditulis oleh pemilik *blog*, arsip dari artikel-artikel lama bisa per hari, per minggu, maupun per tahun, daftar link terhadap *web* yang terkait biasa

disebut *blogroll*, memiliki fasilitas *feed* yang memungkinkan isi dari suatu *blog* dapat dilihat tanpa harus membuka halaman *web*.

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (*Smartphone*). Menurut Miliza Ghazali (2016: 8) nama instagram diambil dari kata Insta yang asalnya Instan dan gram dari kata telegram. Jadi instagram merupakan gabungan dari kata Instan- Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*Share*) ke jejaring sosial yang lain.

2. Citra Positif

a. Pengertian Citra Positif

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian citra adalah: kata benda: gambar, rupa, gambaran; gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk; kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, *frase* atau kalimat, dan merupakan unsure dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.

Menurut Canton (2017:161) mengatakan bahwa citra merupakan kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Citra itu sendiri perlu sengaja diciptakan agar bernilai positif dan citra

merupakan salah satu hal penting didalam sebuah perusahaan atau organisasi.

Citra merupakan gambaran diri baik personal, organisasi maupun lembaga yang sengaja dibentuk untuk menunjukkan kepribadian atau cirri khas sehingga muncul persepsi baik tentang bagaimana pihak lain memandang sebuah lembaga, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Tugas lembaga dalam membentuk citra adalah dengan mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk di mata publik atau masyarakatnya. Menurut Sutojo yang dikutip dalam buku *Handbook of Public Relation* citra lembaga dianggap sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri lembaga atau organisasi. Citra perlu dibangun secara jujur agar citra yang dipersepsikan oleh publik adalah baik dan benar, dalam arti adakonsistensi antara citra dengan realitas.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa citra itu sendiri merupakan suatu hal yang masih abstrak yang tidak bisa dinilai secara matematis dan hanya bisa dirasakan. Namun sejauh ini, penilaian tentang citra suatu organisasi ditentukan oleh humas dari organisasi tersebut. Dimana Humas dari organisasi harus mampu menciptakan opini yang positif agar mendapat kepercayaan dari masyarakat. Citra sebuah organisasi tentunya tergantung pada kondisi dimana organisasi itu sendiri. Dalam membangun citra ada berbagai langkah dan strategi yang harus dilakukan. Citra yang dimasukkan dalam penelitian ini adalah jika sebuah lembaga ini telah memperoleh kepercayaan dari masyarakat

serta mampu menimbulkan opini publik yang positif di mata masyarakat.

b. Faktor-Faktor Pembentukan Citra

Menurut Ishaq (2017 :101) citra dapat dibentuk dari beberapa faktor, yakni identitas, manajemen organisasi, pola komunikasi yang berlaku, serta produk. Citra dapat dibentuk dibagi menjadi dua, yaitu fisik dan non fisik. Identitas fisik terdiri dari nama, motto, logo, pilihan warna, *font*, *symbol* dan sebagainya. Selain itu, identitas non fisik terdiri dari filosofi, sejarah, nilai budaya, dan kepercayaan.

1) Manajemen Organisasi

Dalam hal ini sebuah organisasi atau perusahaan harus menentukan visi, misi, sistem pengambilan keputusan, struktur organisasi, sistem pelayanan, *positioning* organisasi yang tepat.

2) Pola Komunikasi

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan. Dan tentunya pola komunikasi yang baik akan membentuk citra tertentu dalam setiap organisasi atau perusahaan.

3) Kualitas Produk

Kualitas dan layanan yang diberikan kepada publik sangatlah berkaitan erat pada strategi organisasi yang dihasilkan.

c. Macam-Macam Citra

Menurut Jefkins dalam buku (Ishaq, 2017), citra dibedakan menjadi beberapa bagian, yakni:

1) Citra Bayangan (*Mirror Image*)

Jenis ini adalah citra yang diyakini oleh perusahaan bersangkutan terutama pihak manajemen yang tidak percaya “apa dan bagaimana” kesan pihak luar terhadap institusi yang dipimpinnya, tidak selamanya dalam posisi yang baik.

2) Citra Bayangan (*Mirror Image*)

Jenis ini adalah citra yang diyakini oleh perusahaan bersangkutan terutama pihak manajemen yang tidak percaya “apa dan bagaimana” kesan pihak luar terhadap institusi yang dipimpinnya, tidak selamanya dalam posisi yang baik.

3) Citra Kini (*Current Image*)

Citra yang sekarang dimiliki oleh pihak luar dalam memandangi institusi tersebut. Adanya kemungkinan “citra kini” yang dimiliki oleh sebuah institusi adalah citra yang buruk atau negatif.

4) Citra Harapan (*Wish Image*)

Citra yang menjadi harapan dan cita-cita dari suatu institusi yang hendak ditampilkan kepada publiknya. Idealnya citra sebuah institusi adalah positif.

5) Citra Perusahaan (*Corporate Image*)

Citra adalah citra yang berkaitan dengan sosok institusi sebagai tujuan utamanya, bagaimana citra institusi yang positif lebih dikenal serta diterima oleh publiknya.

6) Citra Majemuk

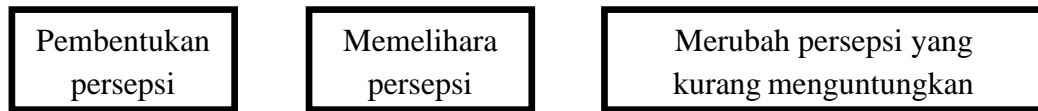
Citra ini adalah pelengkap dari perusahaan image sebagai contoh divisi *Public Relations* dapat menampilkan citra dari atribut logo, nama produk, tampilan gedung dan lain sebagainya.

d. Strategi Meningkatkan Citra

Citra akan diperhatikan publik dari waktu ke waktu dan akhirnya akan membentuk sebuah pandangan yang positif yang akan dikomunikasikan dari satu mulut ke mulut yang lain. Dalam menjaga dan meningkatkan citra madrasah, maka hal yang perlu diperhatikan yaitu jangan melupakan keadaan fisik, keterampilan, kantor, fasilitas, guru dan staf dan yang melayani *public* harus selalu dalam garis dengan satu tujuan memuaskan masyarakat dan *stakeholders*. Citra merupakan realita, oleh karena itu jika komunikasi tidak cocok dengan realita, ketidakpuasan akan muncul dan akhirnya masyarakat dan *stakeholders* mempunyai persepsi yang buruk terhadap citra lembaga. Sikap seperti inilah yang nantinya dipakai sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan, karena citra dianggap mewakili totalitas pengetahuan seseorang terhadap suatu lembaga pendidikan

Setelah terjadi pembentukan citra dalam struktur kognitif, langkah selanjutnya untuk mempopulerkan dan meningkatkan citra agar sesuai

dengan apa yang dikehendaki lembaga, dapat dilakukan dengan bertahap dengan 3 tahapan aktivitas berdasarkan gambar sebagai berikut.



Gambar 2.1 Tahap Mempopulerkan Citra

Sumber : (Ardianto,2011:72)

Gambar di atas menjelaskan sebuah citra dengan penjelasan secara lebih rinci sebagai berikut:

1) Pembentukan persepsi segmen sasaran

Citra yang ingin dibentuk dapat mencerminkan jati diri organisasi yang sebenarnya, tidak lebih tidak kurang. Bila sebuah organisasi ingin yakin menghasilkan produk yang terbaik untuk segmen sarannya. Pada dasarnya persepsi segmen sasaran dipengaruhi oleh pengetahuan atau perkiraan mereka terhadap organisasi, setiap organisasi wajib menguasai aliran informasi tentang citra yang mengalir ke segmen sasaran maka perlu dilakukan beberapa hal, antara lain:

- a) Menentukan tipe citra yang akan disampaikan.
- b) Mengambil inisiatif memperkenalkan citra tersebut, misalnya melalui brosur, iklan dan lain-lain.
- c) Tidak mengutarakan citra secara berlebihan.
- d) Upaya membentuk citra dilakukan secara bertahap.
- e) Memilih sarana penyampaian citra terbaik.

2) Memelihara Persepsi

Dalam memelihara persepsi ini, maka sebuah organisasi atau lembaga dapat mempertahankan citra. Adapun yang termasuk dalam upaya mempertahankan citra adalah mempertahankan pelaksanaan program periklanan atau kegiatan humas sesuai dengan rencana usaha jangka menengah yang disusun organisasi. Berikut adalah cara-cara yang dilakukan untuk memelihara citra yakni: Menjadi sponsor kegiatan-kegiatan atau program-program sekolah, ikut berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan amal, misalnya menyediakan beasiswa bagi siswa, menyediakan bantuan bagi siswa/i yang sakit.

3) Merubah persepsi segmen sasaran yang kurang menguntungkan

Tidak menguntungkan adalah berbenah diri dari dalam. Dari tahap mempopulerkan citra tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dalam tahap pembentukan dan peningkatan citra madrasah memerlukan tahap pembentukan persepsi untuk menarik respon masyarakat selanjutnya pada tahap peningkatan citra. Langkah yang dapat dilakukan yaitu dengan memelihara persepsi dan merubah persepsi masyarakat yang kurang menguntungkan. Selain aktivitas yang harus dilakukan untuk mempopulerkan citra, Menurut Sutojo (2004:42) yang di kutip dalam buku *Handbook Of Public Relation* (Ardianto,2011:72) ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain:

a) Fokus pada satu atau dua kelebihan

Program mempopulerkan citra yang terbaik adalah

memfokuskan diri pada satu atau dua kelebihan organisasi yang paling penting. Upaya menonjolkan kelebihan tersebut ditujukan pada satu atau dua segmen sasaran utama saja. Organisasi harus yakin dalam jangka panjang mereka mampu mempertahankan kelebihan tersebut, kalau perlu bahkan dapat meningkatkannya

b) Mempunyai ciri khas

Citra atau kelebihan yang diketengahkan organisasi maupun lembaga harus berciri khas. Dengan demikian segmen sasaran dapat membedakan organisasi itu dengan organisasi atau lembaga lainnya. Citra organisasi maupun lembaga yang dibangun mirip dengan organisasi maupun lembaga yang lebih kuat (apalagi dengan meniru) tidak akan berkesan di hati segmen sasaran. Oleh karenanya juga tidak akan efektif.

c) Mengena

Upaya mempopulerkan citra diharapkan efektif apabila dapat menyentuh hati segmen sasaran. Dengan demikian segmen sasaran merasa tertarik untuk memperhatikan kelebihan yang diketengahkan. Segmen sasaran yang tidak tertarik pada kelebihan yang diketengahkan organisasi atau lembaga, tidak akan dapat menangkap citra organisasi atau lembaga yang mengetengahkan.

d) Mendahului persepsi negatif segmen sasaran

Salah satu tujuan program mempopulerkan citra adalah membangun persepsi segmen sasaran tentang organisasi atau lembaga

sedini mungkin. Program mempopulerkan citra diadakan untuk mencegah segmen sasaran mempunyai persepsi yang salah, apalagi opini yang merugikan. Dengan berkomunikasi secara teratur dengan segmen sasaran, organisasi atau lembaga mempunyai lebih banyak kesempatan menyakinkan mereka bahwa kelebihan yang ditonjolkan organisasi atau lembaga adalah nyata

e) Berkesinambungan

Upaya membangun citra juga harus dilakukan secara evolusioner, berkesinambungan dan dalam jangka panjang. Kesinambungan dalam jangka panjang merupakan salah satu kunci keberhasilan program mempopulerkan citra organisasi.

f) Realitas

Citra yang ditonjolkan kepada kelompok sasaran hendaknya realistis sehingga mudah dipercaya. Kelompok sasaran cenderung bersikap sinis atau negatif terhadap penonjolan citra organisasi maupun lembaga yang tidak realistis. Jadi sebuah citra perlu dipopulerkan dan dibangun sedini mungkin. Oleh karena itu, hal yang sangat esensial bagi semua organisasi adalah adanya *self assessment* (penilaian oleh diri sendiri) atau evaluasi diri mengenai keberadaan dan kondisi organisasi, termasuk juga mengadopsi dan mengolah persepsi dan image sasaran segmen mengenai keadaan organisasi dengan program komunikasi yang baik pula.

Dengan memperhatikan beberapa hal tersebut, maka diharapkan

akan semakin mempermudah untuk membangun dan meningkatkan citra positif madrasah atau lembaga.

e. Pentingnya Citra Terhadap Madrasah

Citra madrasah mempunyai peranan penting dalam memberikan pengaruh terhadap kepuasan masyarakat untuk melakukan tindakan lembaga yang mempunyai citra positif di masyarakat mempunyai keuntungan tersendiri dikarenakan nama baik di mata masyarakat, sehingga mendapat kepercayaan dari masyarakat, menurut Gronroos yang dikutip oleh Sutisna mengidentifikasi empat peran citra bagi suatu lembaga:

- 1) Citra menceritakan harapan
- 2) Penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan lembaga
- 3) Fungsi dari pengalaman dan juga harapan masyarakat
- 4) Pengaruh penting bagi madrasah.

Dengan demikian, peran dari sebuah citra yaitu memegang peranan sangat penting, salah satunya adalah menjembatani harapan masyarakat. Kenyataan menunjukkan bahwa lembaga yang memiliki citra dan reputasi yang bagus, umumnya menikmati hal-hal seperti berikut, yaitu:

- 1) Hubungan yang baik dengan para pemuka masyarakat
- 2) Hubungan positif dengan pemerintah setempat
- 3) Rasa kebanggaan dalam organisasi dan diantara masyarakat
- 4) Saling pengertian antara sesama, baik internal maupun eksterna Meningkatkan kesetiaan para staf lembaga

Menurut Ardianto, manfaat citra lembaga yang baik dan kuat bagi

suatu lembaga yakni:

- 1) Daya saing jangka menengah dan panjang yang mantap
- 2) Menjadi perisai selama krisis. Sebagian masyarakat dapat memahami atau memanfaatkan kesalahan yang dibuat lembaga dengan citra baik, yang menyebabkan mereka mengalami krisis
- 3) Menjadi daya tarik eksekutif handal, yang mana eksekutif handal adalah asset lembaga
- 4) Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran
- 5) Menghemat biaya operasional karena citranya yang baik

Dari manfaat citra lembaga yang baik dan kuat bagi suatu lembaga tersebut maka lembaga dapat memberi informasi untuk mengevaluasi kebijaksanaan, memperbaiki kesalahpahaman, menentukan daya tarik pesan hubungan masyarakat, dan meningkatkan citra hubungan masyarakat dalam pikiran publik.

3. Kuantitas Peserta Didik

Thomson (1990 :29) kuantitas sebagai suatu hal yang terbentuk dari suatu proses pengukuran, contohnya ukuran jumlah. Pengertian kuantitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu banyaknya suatu benda atau sesuatu jumlah. Penggunaan istilah dari kuantitas dalam bahasa Indonesia mencakup lingkup yang luas seperti, jumlah bahan baku, bahan setengahbaku, dan juga bahan jadi. Jadi

kuantitas itu suatu yang dapat dilihat dari perhitungan atau dengan jumlah, dengan kata lain suatu yang dapat dilihat dari banyaknya jumlah.

Menurut Nata dalam Aly (2008 :64) mendefinisikan, “peserta didik atau kata lain dari murid adalah sebagai orang yang berkehendak untuk mendapat ilmu pengetahuan, pengalaman, keterampilan, pengalaman dan juga kepribadian yang baik sebagai bekal hidup supaya bahagia dunia akhirat dengan jalan belajar yang sungguh-sungguh”. Dalam Undang-undang nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 1 ayat 4, “peserta didik suatu anggota masyarakat yang mengembangkan dirinya dengan melalui suatu proses pendidikan dengan jalur jenjang dan jenis pendidikan yang tertentu”.

Peserta didik atau anak didik yang mendapat suatu pengajaran ilmu sebagai individu yang mengalami perkembangan dan perubahan sehingga masih memerlukan bimbingan serta arahan dalam suatu bentuk kepribadian dan menjadi bagian dari proses pendidikan. Peserta didik memerlukan bimbingan dan arahan untuk mencapai kesempurnaan. Dengan demikian maka peserta didik yang merupakan bahan mentah maka harus diolah sehingga menjadi produk pendidikan.

Berdasarkan hal di atas maka dapat dikatakan bahwa setiap peserta didik memiliki eksistensi dan kehadiran pada lingkungan seperti halnya di sekolah, keluarga, bisa juga pesantren, dan dalam lingkup masyarakat. Diakuinya adanya peserta didik maka tugas dari seorang pendidik yaitu

memberi bantuan, arahan, dan juga bimbingan untuk menuju kesempurnaan sesuai kedewasaan.

Dari pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa meningkatkan kuantitas peserta didik yaitu suatu usaha untuk meningkatkan jumlah dari peserta didik dengan berbagai strategi yang telah di usahakan untuk mencapai apa yang di inginkan pada suatu lembaga pendidikan.

Berikut ini ayat alquran yang menjelaskan tentang peserta didik, Allah berfirman terdapat pada suat An-nisa' ayat 170 :

يَأْتِيهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ الرَّسُولُ بِالْحَقِّ مِنْ رَبِّكُمْ فَأَمِنُوا خَيْرًا لَكُمْ وَإِنْ تَكْفُرُوا فَإِنَّ لِلَّهِ مَا

فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاللَّهُ عَلِيمًا حَكِيمًا

Artinya : *Wahai manusia! Sungguh, telah datang Rasul (Muhammad) kepadamu dengan (membawa) kebenaran dari Tuhanmu, maka berimanlah (kepadanya), itu lebih baik bagimu. Dan jika kamu kafir, (itu tidak merugikan Allah sedikit pun) karena sesungguhnya milik Allah-lah apa yang di langit dan di bumi. Allah Maha Mengetahui, Mahabijaksana.*

Dari ayat di atas menjelaskan bahwa nabi Muhammad diturunkan untuk menyempurnakan agama islam, maka umat islam disuruh untuk beriman kepada allah dan rasulnya, dan apabila mereka kafir maka allah tidak akan rugi melainkan dirinya yang akan merugi karena semuanya milik allah. Apabila dikaitkan dengan peserta didik maka dapat disimpulkan bahwa semua orang dituntut untuk mencari ilmu, karena masih banyak ilmu dari allah yang belum dapat terpelajari oleh manusia.

B. Penelitian Terdahulu

Setelah melakukan penelusuran, terdapat beberapa penelitian yang objek penelitiannya berkaitan dengan promosi media sosial dalam meningkat citra positif dan kuantitas peserta didik. Disini peneliti akan mencantumkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebagai bahan referensi.

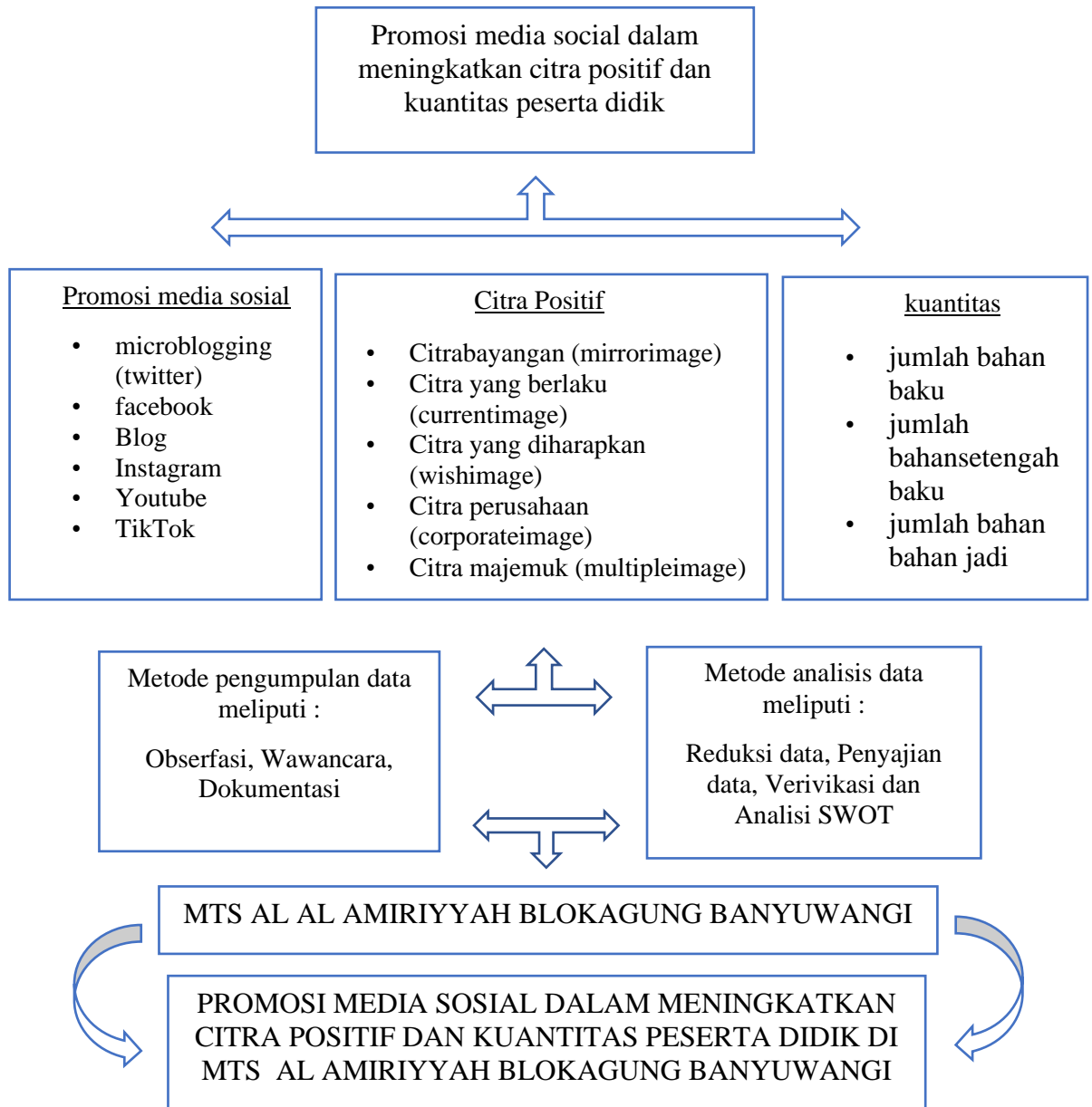
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Andy, Penggunaan media massa oleh public relations universitas azzahra dalam mempromosikan citra sebagai <i>gateway to business world</i> (setudi kasus media massa, brosur dan media website) (universitas islam negeri syarif hidayatullah jakarta, 2021)	Sama-sama menggunakan metode kualitatif dan meneliti tentang promosi melalui pemanfaatan media social	Peneliti ini meneliti tentang penggunaan media massa, brosur dan media sosial	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial akan lebih efektif dan mudah karna melihat dari perkembangan zaman yang dimana masyarakat sudah tidak asing lagi dengan media sosial, promosi dengan menggunakan media sosial yang dikelola dengan baik dan aktif, masyarakat akan sangat mudah sekali untuk mengetahui tentang Lembaga tersebut dan bisa di akses dimana saja.
2.	Friska Amelia Putri, Pemanfaatan medi sosial dalam membangun citra institute bisnis dan informatika stikom Surabaya, 2019)	Sama-sama menggunakan metode kualitatif dan meneliti tentang pemanfaatan media sosial dalam	Peneliti ini lebih fokus pada media sosial dalam meningkatkan citra	Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa dengan mendokumentasikan kegiatan, progam dan prestasi yang dimiliki oleh Lembaga dalam bentuk video atau foto yang di publikasikan

		membangun citra		melalui media sosial, masyarakat akan tahu keadaan yang ada di dalam Lembaga tersebut, prestasi apa yang di dapat, sehingga mendapat citra yang positif
3.	Dewi Mar'atus Sholikhah Strategi WKS Humas Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di SMA Darussalam Blokagung, 2019”	Sama-sama menggunakan metode kualitatif dan meneliti tentang WKS Humas dalam meningkatkan kuantitas peserta didik	Peneliti ini lebih fokus pada strategi WKS Humas dalam meningkatkan kuantitas peserta didik	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bagaimana strategi WKS Humas dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di SMA Darussalam. Strategi yang di terapkan yaitu : 1)Pengembangan lembaga pendidikan melalui sosialisasi dan Promosi. 2)Pengembangan lembaga pendidikan melalui kerjasama

Sumber : Olahan Penelitian, 2022

C. Alur Pikir Penelitian



Gambar 2.2 Alur Pikir Peneliti

Sumber : Olahan Penelitian, 2022

BAB III

METODE PENELITIAN

A. 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.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah bertempat di MTs Al-Amiriyah Blokagung, lokasi tersebut di pilih oleh peneliti karena peserta didik di sekolah ini meraih banyak penghargaan setiap tahunnya dan mendapat siwa/siswi terbanya 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-Amiriyah Blokagung Banyuwangi.

C. 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-Amiriyah Blokagung banyuwangi, adapun data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data-data yang mengenai promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik

D. 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-Amiriyah Blokagung Banyuwangi dan masyarakat. Berikut ini yang peneliti paparkan dalam bentuk tabel:

Tabel 3.1 Informan Dalam Penelitian Dan Penentuan Skripsi

No	Informan	Jabatan	Data
1	Ahmadi M.Pd.I	Kepsek	<ol style="list-style-type: none"> 1 Kinerja kepala sekolah dalam memenej lembaga sekolah 2 Strategi kepala sekolah dalam mempromosikan sekolah 3 Kepala sekolah dalam menjalankan tanggungjawab
2	M. Abdul Qohar, M.Pd	WKS. Humas	<ol style="list-style-type: none"> 1 Kinerja WKS Humas di sekolah 2 Kinerja WKS Humas dalam membantu kepek untuk promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik
3	Ahmad Syahdan Asmara, S.pd	Tim Media	<ol style="list-style-type: none"> 1 Kinerja Tim Media di sekolah 2 Strategi Tim Media dalam mempromosikan sekolah
4	Ahmad Nur Fauzi, S.Pd	Masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1 Penilaian terhadap sekolah 2 Tanggapan terhadap sekolah

Sumber. Olahan Penelitian, 2022

E. Data Dan Sumber Data

1. 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.

a. 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.

b. 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.

2. 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.

F. 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.

1. 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.

2. 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.

a. 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.

b. 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.

c. 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.

3. 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.

G. 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 :

1. 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:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. 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.
- c. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang kaya, pemerintahan.
- d. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

2. 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.

a. Triangulasi dengan penyidik

Memfaatkan 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.

b. 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-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi dari sumber hasil observasi, wawancara maupun melalui dokumentasi sehingga dapat dipertanggung jawab keseluruhan data yang diperoleh dilapangan dalam penelitian.

H. 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 from 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.

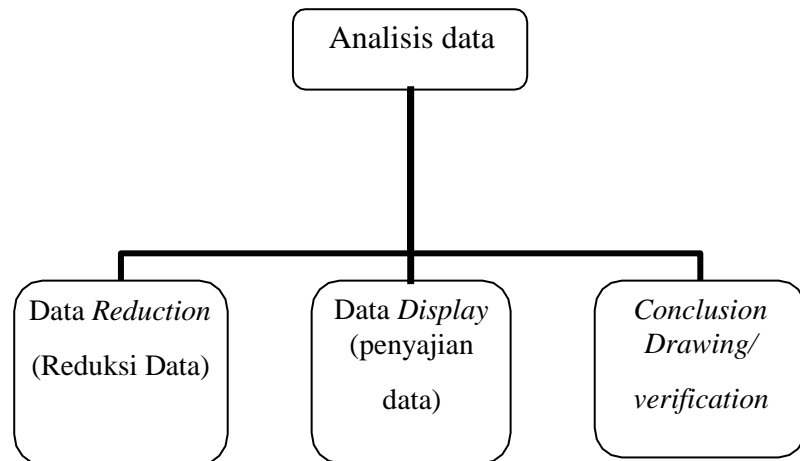
Miles and Huberman (1984). "*looking at displays help us to understand what it happening and to do some thing-futhur analysis or caution on that understanaing*".

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.



Gambar 3.1 Analisis Hubberman

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*).

Tabel 3.2 SWOT Faktor Internal

Faktor Internal	Keterangan
Strengths (S)	Temuan data kekuatan pada lembaga pendidikan
Weaknesses (W)	Temuan data kelemahan pada lembaga pendidikan

Sumber : Rangkuti (2002:24)

Tabel 3.3 SWOT Faktor Eksternal

Faktor Eksternal	Keterangan
Opportunities (O)	Temuan data peluang pada lembaga pendidikan
Treats (T)	Temuan data ancaman pada lembaga pendidikan

Sumber : Rangkuti (2002:26)

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.

I. 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 kelengkapan berdasarkan hasil dari pedoman wawancara yang telah disusun.

J. 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 :

Tabel 3.4 Sistematika Dalam Penelitian

No	Sistematika Penulisan	Deskripsi
1	Bagian pertama dalam penulisan skripsi penelitian ini	Halaman judul, Halaman pembuka, kata pengantar dan daftar isi
2	Judul penelitian, Latar belakang, Fokus penelitian, Tujuan penelitian, Kegunaan penelitian, Definisi penelitian	Judul penelitian ini diambil dari hasil observasi peneliti, peneliti memaparkan gambaran subjek dan beberapa variabel yang diambil dalam penelitian
3	Kajian pustaka	Kajian teori, Penelitian terdahulu, Alur pikir penelitian
4	Metode penelitian	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	Daftar rujukan yang peneliti gunakan

Sumber. Olahan Penelitian, 2022

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Peneliti

1. Sejarah Singkat MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi

Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyyah (MTs A) Blokagung adalah salah satu dari sekian unit pendidikan yang ada di bawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Banyuwangi yang merupakan anggota KKM MTs Negeri Sambirejo.

MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi berdiri sejak tanggal 02 April 1968, dengan demikian sampai saat ini kurang lebih sudah berusia 43 tahun, pada tanggal 26 November 1983 mendapat akte pendidikan dengan No.Lm/3712-13/1983 dengan nomor Statistik Madrasah (NSM) : 121235100017 dan pada tahun 2003 memperoleh Nomor Urut Sekolah (NUS) dari Dinas Pendidikan dan Kemenag Kota Banyuwangi dengan Nomor : 2120210

Sejak berdirinya MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi sampai tahun 1980 masih mengikuti program Kurikulum Madrasah Diniyah (Madrasah yang ada di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi), yang dimana siswa dan siswi dalam proses belajar-mengajar terpisah antara putra dan putri dan seragamnya masih menggunakan sarung dan sandal materi pembelajaran bercampur antara materi yang berasal dari

Diniah pondok pesantren dan yang berasal dari departemen Agama dengan materi yang berasal dari pondok pesantren. Namun seiring dengan perkembangan zaman situasi dan kemajuan teknologi keadaan pendidikan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi mengalami perubahan baik dalam bidang proses belajar mengajar dan kerapihan serta ketertiban pelaksanaan proses belajar mengajar (PBM).

Kepemimpinan MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi tahun 1979 sampai dengan 1982 di pimpin oleh KH. Ahmad Hisyam Syafaat, S.Sos.I, M.H. sebagai kepala Madrasah pada tahun 1981 dan 1982 MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi dengan perhatian Departemen Agama yang membina dan mengembangkan pendidikan yang ada di dalam Pondok Pesantren sejak itu MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi mengikuti kurikulum Departemen Agama sekaligus peserta didiknya berhak mengikuti Ujian Negara.

Departemen Agama dengan segala perhatiannya pada tahun 1981 mengirim bantuan guru ke MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi, beliau adalah Bapak Djoko Supriyono, S.Ag, M.Pd.I yang dinasnya terhitung 01 Agustus 1981 dengan S.K Ka Depag Kabupaten Banyuwangi Nomor : Min.26/1a/Agustus/81. Mulai tahun 1983-1984 dipercaya sebagai Kepala Sekolah MTs Al-Amiriyyah Pon-Pes Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi samapai dengan tahun 1994, , kemudian beliau ditugaskan di Madrasah Aliyah Al-Amiriyyah, kepala sekolah MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi ditugaskan kepada Drs. M. Khozin

Kharis 1994 sampai tahun 2000. kemudian pada tahun 2001 beliau ditugaskan ke Madrasah Aliyah Al Amiriyyah dan Kepala MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi pada tahun 2001 samapai dengan 2008 dikepalai oleh Drs. Muh. Nuchi, M.Pd.I, kemudian setelah itu digantikan oleh Bapak Masrofi, M.Pd.I Dan pada tahun 2019 digantikan oleh **Bpk Ahmadi, M.Pd.I** sampai sekarang.

2. Profil Lembaga MTs Al Amiriyyah Blokagung Banyuwangi

a. Gambaram Umum MTs Al-Amiriyyah Blokagung

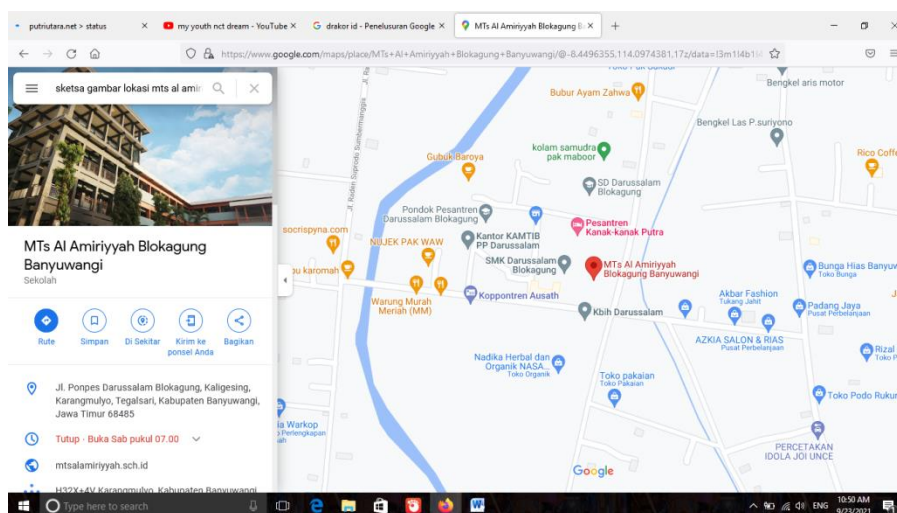
MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi adalah salah satu unit pendidikan menengah pertama yang ada di yayasan pondok pesantren Darussalam blokagung yang terletak di dusun Blokagung desa Karangdoro, Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi merupakan unit pendidikan berbasis pesantren yang kebanyakan siswa dan siswi MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi adalah santri yang bertempat tinggal di pondok pesantren. Akan tetapi ada juga siswa yang berasal dari desa yang notabennya non santri juga menempuh pendidikan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi merupakan pendidikan yang tertua dari sekian unit kurikulum yang ada di bawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Darussalam. Dalam pelaksanaan proses kegiatan belajar dan mengajar MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi antara kelas putra dan kelas putri mengikuti peraturan atau qonun-qonun Pondok

Pesantren. Pada waktu pembelajaran dipisah pagi untuk putra dan sekitar pukul 10.00 WIB dikhususkan untuk putri.

1. Letak Geografis

Letak geografis MTs Al-Amiriyyah yaitu terletak di Dusun Blokagung Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi atau lebih tepatnya berada di dalam lingkungan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung.



Gambar 4.1 lokasi MTs Al-Amiriyyah
Sumber : Goggle maps

2. IDENTITAS MADRASAH

- | | |
|-----------------------------|--------------------|
| 1. Nama Madrasah | : MTs AL-AMIRIYYAH |
| 2. Jenis Madrasah | : SLTP |
| 3. Nomor Statistik Madrasah | : 121235100017 |
| 4. Nomor Urut Sekolah | : 210210 |
| 5. NPSN | : 20581701 |
| 6. Alamat Madrasah | |
| Dusun | : Blokagung |
| Desa | : Karangdoro |
| Kecamatan | : Tegalsari |

- Kabupaten : Banyuwangi
 Propinsi : Jawa Timur
 Kode Area/No Telp : (0333)845973
 Email : MTs.al-amiriyah@gmail.com
 Kode Pos : 68485 jajag
7. Jarak Lokasi Ke Ibu Kota
- Desa : 01 KM
 Kecamatan : 10 KM
 Kabupaten : 55 KM
 Propinsi : 305 KM
8. Tahun Berdiri : 02 April 1968
9. Pendiri : Yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung
10. Status Sekolah : Terakreditasi A
11. Piagam : Depag Ri Wilayah Jawa Timur
- a. Nomor : 175/BAP-S/M/Sk/X/2015
 b. Tanggal : Surabaya 27 Oktober 2015
12. Waktu Belajar : Pagi Hari
13. Kurikulum Yang Di Gunakan : Departemen Agama Dan Yayasan (Kurikulum 2013)

3. Daftar Kepala Sekolah MTs AL-Amiriyah Blokagung

Tabel 4.1

Daftar Kepala Sekolah MTs Al-Amiriyah

No	Nama	Masa Kepemimpinan
1.	KH. Ahmad Hisyam Syafaat S.Sos.I, M.H	1979-1982
2.	Joko Supriyono S.Ag, M.Pd.I	1982-1994
3.	Drs. Muhammad Khozin Haris	1994-2000
4.	Drs. Muh Muchi M.Pd,I	2001-2008
5.	Masrofi M.Pd.I	2009-2015
6.	Ahmadi M.Pd.I	2016-sekarang

B. Verifikasi Data Lapangan

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

Penelitian ini dilakukan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi. Data hasil observasi, wawancara, maupun pemeriksaan dokumen yang berkaitan dengan penelitian tentang promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi tersaji dalam paparan data sesuai fokus penelitian yang sudah ditentukan sebelumnya.

a. Strategi promosi MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi

MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi adalah salah satu lembaga pendidikan yang mempunyai visi “Unggul dalam kopetensi agama memiliki akademik, life skill dan berakhlakul karimah” Sehingga untuk mencapai tujuannya tersebut MTs Al-Amiriyyah Blokagung harus mempunyai progam-progam pendidikan dengan strategi dan inovasi yang baik dan unggul mutu pendidikannya, yakni salah satunya dengan meningkatkan kualitas tenaga pendidik atau sumber daya insani di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. seperti yang diungkapkan oleh kepala Sekolah Bpk Ahmadi M.Pd.I sebagai berikut.

“Kami memogram pendidikan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung dengancara menyiapkan stategi dan inovasi setelah mengevaluasi dari progam-progam sebelumnya yang dimana akan membuat MTs Al-Amiriyyah Blokagung lebih maju dalam pendidikan dan mengadakan evaluasi setiap akhir pembelajaran dan mempromosikan kegiatan-kegiatan yang positif.” (kepala Sekolah), 29-03-2022)

Berdasarkan ungkapan kepala sekolah diatas bahwasannya beliau memprogram pendidikan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi dengancara menyiapkan stategi dan inovasi setelah mengevaluasi dari progam-progam 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 adan dan mempromosikan kegiatan-kegiatan yang positif. Jadi selain menciptakan progam-progam yang baik MTs Al-Amiriyyah Blokagung juga aktif dalam mempromosikan prestasi dan kegiatan-kegiatan yang positif.

Pertanyaan serupa yang peneliti ajukan kepada WKS Humas terkait promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi, seperti yang di ungkapkan wakil kepala sekolah (WKS Humas) yaitu Bpk M Abdul Qohar, M.Pd sebagai berikut :

“Wks Humas dalam meningkatkan citra positif di MTs Al-Amiriyyah Blokagung yaitu dengan mensiarkan kegiatan-kegiatan yang kita lakukan sehari-hari lewat media yang ada, prestasi apa yang kita dapat dan perkembangan apa yang ada di MTs Al-Amiriyyah Blokagung, sehingga semua orang bisa tahu perkembangan kita”(wks humas), (01,04,2022)

Berdasarkan paparan diatas bisa ditarik kesimpulan bahwasannya WKS Humas dalam meningkatkan citra positif MTs Al-Amiriyyah Blokagung yaitu dengan mensiarkan 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.

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti tanyakan langsung kepada Tim Media MTs Al-Amiriyyah Blokagung yakni Bpk M Syahdan Asmara S.Pd. tentang Strategi tim media dalam meningkatkan citra positif di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi ? beliau menjawab :

“Strategi tim media dalam meningkatkan citra positif di MTs Al-Amiriyyah Blokagung yaitu dengan membuat konten dan mendokumentasikan kegiatan sehari-hari dan program-program yang ada, lewat media sosial baik berupa foto atau video Dan kegiatan tersebut di lakukan setiap hari(setiap hari Tim Media harus membuat konten dan di share melalui media sosial), guna untuk menggambarkan kepada wali santri dan masyarakat”.(Tim Media, 02,04,2022)

Dari penjelasan diatas bisa di Tarik kesimpulan bahwa MTs Al-Amiriyyah Blokagung sudah mempunyai Tim media sendiri yang aktif dan yang mana mereka bertugas 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.

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan kepada WKS Humas Bpk M Abdul Qohar, M.Pd. yakni apa saja promosi yang di gunakan dalam meningkatkan citra positif di MTs Al-Amiriyyah Blokagung ?

beliau menjawab :

“Promosi yang di gunakan MTs Al-Amiriyyah Blokagung dalam meningkatkan citra positif yang pertama media sosial, media cetak, mengadakan ajang perlombaan untuk SD/MI sebanuwangi dan mengadakan progam ppl di SD/MI setiap akhir pembelajaran, serta dari pihak pegawai sekolah sendiri dan

alumni, akan tetapi promosi yang lebih ditekankan saat ini yaitu melalui media social.”(Wks Humas, (01,04,2022).

Dari penjelasan di atas bisa ditarik kesimpulan bahwa Promosi yang di gunakan MTs Al-Amiriyah Blokagung dalam meningkatkan citra positif diantaranya yaitu media sosial, media cetak, mengadakan ajang perlombaan untuk SD/MI sebanyakwangi dan mengadakan progam 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.

Karena pada dasarnya media sosial 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. dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang dengan mudah. MTs Al-Amiriyah Blokagung mempunyai beberapa bentuk media sosial, diantaranya yang yaitu *website*, *blog*, *facebook*, *instagram*, *YouTube*, dan *TikTok*.



Media Sosial Instragam MTs Al-Amiriyah



Media Sosial Tik Tok MTs Al-Amiriyah



Media Sosial Youtube MTs Al-Amiriyyah

Media Sosial Facebook MTs Al-Amiriyyah

Gambar 4.2 Media Sosial MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi

2. Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik

MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi

MTs Al-Amiriyyah adalah salah satu unit pendidikan menengah pertama yang ada di Yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung yang terletak di Dusun Blokagung Desa Karangdoro, Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. MTs Al-Amiriyyah merupakan pendidikan yang tertua dari sekian unit kurikulum yang ada di bawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Darussalam dan saat sekarang masih memiliki siswa/siswi terbanyak diantara Lembaga-lembaga Pendidikan yang ada di pondok pesantren Darussalam. Dalam pelaksanaan proses kegiatan belajar dan mengajar MTs Al-Amiriyyah Blokagung mengikuti peraturan atau qonun-qonun Pondok Pesantren.

a. Pengembangan lembaga pendidikan melalui sosialisasi dan Promosi

Siswa MTs Al-Amiriyyah Blokagung tidak hanya dari banyuwangi saja tetapi juga banyak dari luar daerah bahkan dari luar jawa yang mungkin

ada alumni yang di daerahnya juga mempunyai lembaga pendidikan kemudian karena komunikasinya dengan pesantren lebih intens sehingga peserta didik dari sana bisa masuk ke MTs Al-Amiriyyah Blokagung. WKS Humas MTs Al-Amiriyyah Blokagung berperan penting dalam suatu perkembangan sekolah, 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 Blokagung. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan kepala sekolah MTs Al-Amiriyyah Blokagung yaitu Bpk Ahmadi M.Pd sebagai berikut :

“kalau kita tidak bisa berkomunikasi dengan masyarakat yang ada di sekitar sekolah, maka sekolahpun juga akan sulit untuk berkembang, dan yang mempunyai peran untuk memotori hubungan dengan masyarakat yaitu humas, jadi peran humas itu sangat penting untuk perkembangan sekolah karena menghubungkan masyarakat sekitar dengan sekolah sendiri, bukan hanya lembaga sekolah sendiri yang mampu untuk mengembangkan dirinya tanpa dibantu dengan masyarakat maka semua itu juga akan sulit”. (20 juni 2022)

Informasi yang serupa juga di sampaikan WKS. Humas MTs Al-Amiriyyah Blokagung

“mencari peluang yang perlu di gali dan memberikan pemahaman atau mensosialisasikan sekolah di bawah kita seperti SD/MI dengan menggunakan vidio atau slide”. (23 juni 2022)

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. Keterlibatan guru, siswa dan masyarakat dalam memberikan pengertian tentang keadaan sekolah dengan menjelaskan berbagai macam

keahlian dan juga kegiatan serta memberi tahu tentang keunggulan-keunggulan yang dimiliki dan yang dilaksanakan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Pernyataan tersebut juga dituturkan oleh WKS. Humas MTs Al-Amiriyyah Blokagung:

“kami melakukan itu semua untuk memberikan pengertian kepada masyarakat bagaimana keadaan sekolah dan juga menjelaskan kegiatan serta keunggulan yang dimiliki sekolah”. (23 juli 2019)

Yang dilakukan melalui sosialisasi dengan mempromosikan serta menunjukkan keunggulan MTs Al-Amiriyyah Blokagung seperti ekstrakurikuler karena dengan melihat peluang yang ada. Apabila melakukan promosi dalam keadaan waktu pelajaran dengan waktu yang sangat padat maka itu semua akan sulit untuk tambahan waktu di luar jam pelajaran. Dengan cara lain yaitu mendorong siswa untuk 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. Pernyataan diatas seperti yang di ungkapkan oleh kepala sekolah MTs Al-Amiriyyah Blokagung:

“Dalam kegiatan untuk meningkatkan kuantitas peserta didik kami melakukan promosi yang diantaranya promosi tersebut dilakukan dengan berbagai cara yaitu melalui ekstrakurikuler untuk menarik peserta didik supaya tertarik kepada sekolah”. (20 juni 2022)

Informasi yang serupa juga disampaikan oleh WKS. Humas MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

“dengan adanya ekstrakurikuler maka peserta didik dengan harapan dapat mengembangkan potensinya, yang dimana ada berbagai ekstrakurikuler yang memungkinkan dapat menyalurkan kemampuan yang dimiliki peserta didik, tetapi promosi tersebut bukan hanya dari ekstrakurikuler saja tetapi melalui spanduk, baliho, brosur , koran, kalender dan tidak kalah pentingnya melalui internet yang sudah zamannya”. (23 juni 2022)

Hasil wawancara tersebut sesuai dengan pengamatan dan dokumentasi yang di temukan oleh peneliti yang di dapat dari guru ekstrakurikuler pada saat kegiatan latihan ekstrakurikuler teater dan bulu tangkis.

a. penerimaan peserta didik baru

Secara garis besar 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, Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Bpk Ahmadi M. Pd selaku kepala sekolah berikut:

“Setiap tahunnya peserta didik baru yang mendaftar mengalami peningkatan, siswa yang mendaftar tidak hanya dari banyuwangi atau sekitarnya saja, akan tetapi juga ada peserta didik baru dari daerah luar jawa”.

Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Ibu kumalasari selaku WAKA kurikulum berikut:

“Setiap tahunnya peserta didik baru yang mendaftar mengalami peningkatan, peserta didik yang mendaftar tidak hanya dari daerah banyuwangi atau sekitarnya saja, akan tetapi juga ada peserta didik dari daerah luar banyuwangi, dan lain sebagainya”.

Hasil wawancara diatas di perkuat dari hasil dokumentasi mengenai perkembangan peserta didik baru lima tahun terakhir sampai sekarang.

Tabel 4. 1. Jumlah Peserta Didik Baru Per Tingkatan Sejak Tahun 2016-2017 Sampai 2020-2021

Tahun pelajaran	KELAS VII		KELAS VIII		KELAS IX		JUMLAH
	LK	PR	LK	PR	LK	PR	LK & PR
2016/2017	175	146	177	153	155	185	991
2017/2018	180	134	150	144	158	152	918
2018/2019	182	184	175	137	144	135	957
2019/2020	201	181	159	171	130	133	975
2020/2021	188	175	197	173	150	169	1.052

Sumber : Data dari profil MTs Al-Amiriyyah

Jumlah siswi baru setiap tahunnya mengalami peningkatan mulai dari 991 pada tahun pelajaran 2016/2017. Dan 1052 peserta didik baru pada tahun pelajaran 2020/2021, hal ini menunjukkan bahwa input pendidikan (siswa-siswi) MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi mengalami peningkatan.

Dari hasil wawancara dan observasi yang diperoleh peneliti, dapat disimpulkan 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.

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

Setiap pekerjaan yang dilakukan oleh manusia tidak selamanya mulus dan lancar seperti apa yang diharapkan. Ada faktor yang mendukung untuk usaha yang kita lakukan dan ada juga faktor penghambatnya. Begitu juga yang

dihadapi oleh WKS Humas MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Berikut wawancara dengan kepala sekolah mengenai faktor pendukung dan hambatan yang beliau hadapi dalam Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik Di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak M Abdul Qohar, M.Pd.I. selaku WKS Humas mengatakan bahwa:

“Faktor pendukungnya yaitu kami mempunyai media sosial yang lengkap dan program-program yang mana program tersebut dapat meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik di MTs Al-Amiriyyah dan adanya dukungan dari dalam maupun dari luar sekolah, dari dalam seperti dukungan dari sesama pegawai sekolah yang saling mensupport serta juga ikut andil dalam hal ini dan dukungan dari luar seperti dukungan dari alumni, walisantri dan masyarakat. Dan faktor penghambatnya yaitu tenaga dan waktu yang terbatas sehingga membuat proses promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik menjadi lambat dan kurang istiqomah.”

Wawancara selanjutnya yang peneliti lakukan kepada Tim Media MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Yaitu Bpk Ahmad Syahdan Asmara, S.Pd.? beliau menjawab.

“Faktor pendukungnya yaitu kami mempunyai media sosial yang lengkap dan program-program yang di mana program tersebut dapat meningkatkan citra positif di MTs Al-Amiriyyah. Dan faktor penghambatnya yaitu tenaga dan waktu yang terbatas sehingga membuat proses promosi media sosial menjadi lambat dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik.”

Dari hasil wawancara peneliti diatas dapat disimpulkan bahwa WKS Humas MTs Al-Amiriyyah Blokagung. dalam melaksanakan Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik tidak selamanya berjalan dengan mulus dan lancar, seperti yang beliau ungkapkan dalam wawancara diatas beliau menghadapi tantangan dalam menjalankan

tugasnya dan harus bisa memanfaatkan waktu semaksimal mungkin, tapi ada juga faktor yang mendukung. Akan tetapi dengan adanya dukungan dari dalam sekolah seperti fasilitas yang lengkap, dukungan dari sesama pegawai sekolah yang saling mensupport serta ikut andil dalam hal ini dan dukungan dari luar sekolah yaitu dukungan dari alumni, wali santri dan masyarakat. semangat beliau tidak patah hanya karena hambatan tersebut, dalam menghadapi hambatan itu beliau selalu mengingat bahwa masih ada faktor yang mendukung beliau, maka beliau tetap semangat.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Promosi Media Sosial 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 sebanyak 4)mengadakan program 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*.

B. Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik

MTs Al-Amiriyyah Blokagung

1. 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:

a. 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.

b. Media

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

1) 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.

2) Visual

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

3) Audio-visual

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

4) 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.

2. 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.

C. 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 alimni, 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.

BAB VI

PENUTUP

A. 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 progam-progam 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 adan dan mempromosikan kegiatan-kegiatan yang positif.
- 2) Dengan mensyiarkan kegiatan-kegiatan yang di lakukan setiaphari 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 progam 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 untuk 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.

c. Faktor Pendukung Dan Penghambat Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung

Adapun faktor penghambat dan pendukungnya yaitu :

a. 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.

b. Faktor penghambat

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

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi teori

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Public Relations* dan Multimedia memberikan pengaruh terhadap perkembangan Madrasah.
- b. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa dengan adanya promosi media sosial di madrasah tidak hanya untuk meningkatkan citra positif tetapi

juga untuk meningkatkan kuantitas peserta didik sehingga madrasah bisa mendapat siswa/i yang banyak.

2. Implikasi kebijakan

- a. Bagi pengelola MTs Al-Amiriyah Blokagung , penelitian ini sebagai acuan agar lebih mampu mendorong warga madrasah untuk bersama-sama meningkatkan kompetensi agar tercapainya image yang baik untuk madrasah. Karna pada dasarnya *image* adalah hal yang sangat berpengaruh untuk kemajuan madrasah. Apa bila sudah terbentuknya *image* tersebut maka madrasah akan mudah untuk menghadirkan calon-calon peserta didik baru.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang di dapatkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Keterbatasan pada penelitian ini meliputi subyektifitas yang ada pada peneliti. Penelitian ini sangat bergantung pada makna yang tersirat dari wawancara sehingga kecenderungan masih tetap ada. Untuk mengurangi kekurangan maka dilakukan triangulasi, yaitu triangulasi sumber data dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara meminta data dengan fakta dari informan yang berbeda dan dari penelitian lainnya. Sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan cara menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu metode wawancara mendalam dan observasi.

D. Saran

Setelah melihat kesimpulan ada beberapa hal dari hasil penelitian ada beberapa hal yang perlu kirannya peneliti sampaikan meliputi :

1. Di harapkan terus saling mensupport antara guru, tim media dan siswa/i
2. Tetap semangat dalam mensyiarkan agama sekolah/madrasah melalui media sosial, karena sekarang memang sudah jamannya media sosial
3. Di harapkan harus menumbuhkan rasa semangat yang tinggi baik untuk pihak guru, tim media, maupun siswa/i

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-Amiriyah*, 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 : BPF.
- 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.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
IAIDA
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN
TERAKREDITASI
BLOKAGUNG - BANYUWANGI

Alamat : Pon. Pes. Darussalam Blokagung 62/IV Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur - 68491 No. Hp: 085258405333, Website: www.iaida.ac.id, E-mail: laidablokagung@gmail.com

Nomor : 31.5/274.30/FTK.IAIDA/C.3/III/2022
Lamp. : -
Hal : PENGANTAR PENELITIAN

Kepada Yang Terhormat:
MTs Al- Amiriyah
Blokagung, Banyuwangi

Di - Tempat

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi, memohonkan izin penelitian atas mahasiswa kami:

Nama : **AHMAD FAQIH BADRUL MURTAJA**
TTL : **Banyuwangi, 4 Januari 2000**
NIM : **18111110033**
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Alamat : Dusun Kandangan RT 1 RW 01 Desa Kandangan Kec. Pesanggaran
HP : 085231051120
Dosen Pembimbing : Hj. Amirotn Nahdliyah, M.Pd.I.

Untuk dapat diterima/melaksanakan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka penyelesaian program skripsi. Adapun judul penelitiannya adalah:

“Promosi Media Sosila Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik Di MTs Al Amiriyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021/2022 ”

Atas perkenan dan kerja samanya yang baik diucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarokatuh.



Blokagung, 11 April 2022

Dr. Siti Aimah, S.Pd.I., M.Si.
NIPY. 3150801058001



YAYASAN PONDOK PESANTREN DARUSSALAM
MADRASAH TSANAWIYAH AL AMIRIYAH
(MTs.A)

Web: www.blokagung.net
E-mail: mts.alamiriyyah@gmail.com

STATUS : TERAKREDITASI NSM : 121235100017 NPSN : 20581701

Blokagung - Tegalsari - Banyuwangi

ALAMAT : Pongpes Darussalam Blokagung PO.BOX. 201 (0333)845973 Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur 68485

SURAT KETERANGAN OBSERVASI

NOMOR: 31.1/ 102 /MTsA/E.05/ VI/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyyah kecamatan Tegalsari, Kabupaten Banyuwangi, dengan ini menerangkan dengan sebenarnya, bahwa mahasiswa yang beridentitas di bawah ini:

N a m a : **AHMAD FAQIH BADRUL M**
Tempat, Tgl Lahir : banyuwangi, 04 ,januari 2000
NIM : 18111110033
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
Program Studi : manajemen pendidikan islam(mpi)
Angkatan : 2018

Benar-benar telah mengadakan Penelitian di lembaga kami dalam rangka penyelesaian tugas Skripsi dengan Judul "**promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik di MTs Al Amiriyyah blokagung tegalsari banyuwangi**" pada tanggal **29 mei sampai 2 juni 2022**

Demikian surat keterangan ini kami buat, untuk sedapatnya dipergunakan sebagaimana mestinya.



DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Tahun Pembelajaran 2021-2022

A. Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Tahun Pembelajaran 2021- 2022

1. Wawancara dengan kepala sekolah
 - a. Bagaimana strategi kepala sekolah di lembaga pendidikan...?
 - b. Apa saja promosi yang di gunakan Lembaga dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas MTs Al-Amiriyyah Blokagung...?
 - c. Bagaimanakah strategi kepala sekolah dalam meningkatkan citra positif MTs Al-Amiriyyah Blokagung...?
 - d. Bagaimanakah strategi kepala sekolah dalam meningkatkan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung?
2. Wawancara dengan WKS Humas
 - a. Bagaimana strategi WKS Humas dalam meningkatkan citra positif MTs Al Amiriyyah Blokagung...?
 - b. Apa saja promosi yang di gunakan Lembaga dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas MTs Al-Amiriyyah Blokagung..?
 - c. Bagaimanakah strategi WKS Humas dalam meningkatkan kuantitas peserta didik MTs Al Amiriyyah Blokagung...?
3. Wawancara terhadap Tim Media
 - a. Bagaimana strategi Tim Media di lembaga pendidikan...?
 - b. Apa saja promosi yang di gunakan Lembaga dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas MTs Al-Amiriyyah Blokagung..?

- c. Bagaimanakah strategi Tim Media dalam meningkatkan citra positif MTs Al-Amiriyyah Blokagung...?
- d. Bagaimanakah strategi Tim Media dalam meningkatkan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung?

B. Faktor Pendukung Dan Penghambat Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik Madrasah Diniyyah Al Amiriyyah Blokagung Tahun Pembelajaran 2021-2022

- 1. Apasaja faktor pendukung dan pengambat dalam meningkatkan citra positif MTs Al Amiriyyah Blokagung. ?
- 2. Apasaja faktor pendukung dan pengambat dalam meningkatkan kuantitas peseta didik MTs Al Amiriyyah Blokagung. ?

DOKUMENTASI



**Interview bersama Kepala MTs Al-Amiriyyah Blokagung
Bpk Ahmadi M.Pd.I**



**Interview bersama WKS Humas MTs Al-Amiriyyah Blokagung
Bpk M Abdul Qohar M.Pd**



**Interview bersama Tim Media MTs Al-Amiriyyah Blokagung
Bpk Ahmad Syahdan Asmara, S.pd**



Kegiatan belajar mengajar di MTs Al-Amiriyyah Blokagung

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohiim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Ahmad Faqih Badrul Murtaja

NIM : 18111110033

Progam Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Alamat : RT.01/RW.01 Kandangan,Pesanggaran,Banyuwangi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah diserahkan kepada lembaga pengurus tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini benar-benar hasil karya pribadi dan bukan merupakan hasil tindak kecurangan atas karya orang lain.
3. Apabila kemudian ditemukan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari tindak kecurangan, maka saya siap menanggung segala konsekuensi hukum yang dibebankan.

Banyuwangi, 09 April 2022

Yang menyatakan

Ahmad Faqih Badrul Murtaja



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 25%

Date: Kamis, Juni 02, 2022

Statistics: 3728 words Plagiarized / 9489 Total words

Remarks: Medium Plagiarism Detected - Your Document needs Selective Improvement.

Latar Belakang Masalah 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.

Tilaar 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.

BIODATA PENULIS



Ahmad Faqih Badrul Murtaja adalah nama penulis skripsi ini. Penulis lahir dari orang tua Moh Fadlil dan Khusnul Kotimah sebagai anak ke-3 dari 5 bersaudara. Penulis ini dilahirkan di Dusun Krajan , Desa Kandangan, Kecamatan Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi pada tanggal 04 Januari 2000. Penulis yang sangat mencintai kesenian menempuh pendidikan dimulai dari TK Perwanida 3 Kandangan, SDN 1 Sarongan , SMP Plus Darussalam, MA Al-Amiriyyah, dan sekarang masih menempuh pendidikan di IAI Darussalam. Penulis adalah santri Pondok Pesantren Darussalam.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “**promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas MTs Al-Amiriyyah Blokagung Tahun Pembelajaran 2021-2022)**”.