

**PERAN WAKA HUMAS DALAM UPAYA PROMOSI GUNA MENARIK  
MINAT CALON PESERTA DIDIK DI MTs AL-AMIRIYYAH  
BLOKAGUNG TEGALSARI BANYUWANGI  
TAHUN2021/2022**

*Muhammad Imam Khaudli Ahmad kanzul farizi*

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan

Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi

e-mail: [imamkhaudli@gmail.com](mailto:imamkhaudli@gmail.com) [kanzulfarizi@gmail.com](mailto:kanzulfarizi@gmail.com)

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran waka humas Dalam upaya promosi guna menarik minat calon peserta didik di MTs Al-Amiriyyah. Hubungan masyarakat adalah usaha menumbuhkan partisipasi publik sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan publik atau masyarakat, tertarik untuk mendaftarkan putra dan putrinya di MTs Al-Amiriyyah. Peran Humas sangat penting dalam meningkatkan mutu sebuah lembaga pendidikan karena humas sebagai komunikator antara masyarakat dan sekolah sehingga humas dapat menampung aspirasi masyarakat terkait segala kegiatan yang ada di sebuah lembaga pendidikan tersebut sehingga dapat menumbuhkan citra lembaga pendidikan dimata masyarakat.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan Di MTs Al Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi dan di fokuskan kepada 3 fokus penelitian : (1).Bagaimanakah peran Humas dalam proses promosi dan pemasaran guna dapat menarik minat calon peserta didik, (2).Apa saja yang sudah dilakukan WAKA Humas dalam promosi agar calon peserta didik tertarik untuk memasuki MTs Al-Amiriyyah, (3). Apa saja strategi Humas dalam proses pemasaran lembaga pendidikan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran Waka Humas di MTs Al Amiriyyah dalam meningkatkan strategi dan promosi yaitu sebagai berikut : (1). Dengan melalui Program mengajar PPL bagi kelas unggulan ke SD/MI yang ada didaerah Banyuwangi sebagai sarana Promosi MTs Al Amiriyyah. (2).Melaksanakan Promosi dengan melalui media social online seperti Website, Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Youtube. Menyediakan layanan informasi dan perkembangan terkini seputar Madrasah kepada wali murid sehingga memberi kemudahan bagi wali murid untuk mengetahui kualitas pendidikan yang ada di MTs Al Amiriyyah.

**Kata Kunci :** Peran Humas Dalam Promosi Peserta Didik.

## ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the role of public relations waka in promotional efforts to attract prospective students in MTs Al-Amiriyyah. Public relations is an effort to foster public participation so that it can foster public trust or the public, interested in registering their sons and daughters in MTs Al-Amiriyyah. The role of public relations is very important in improving the quality of an educational institution because public relations as a communicator between the community and schools so that public relations can accommodate community aspirations related to all activities in an educational institution so that it can grow the image of an educational institution in the eyes of the community.

In this type of research is a qualitative method approach, namely by using a descriptive approach with interview observation and documentation of problems in this study, researchers try to answer three questions contained in MTs Al-Amiriyyah, namely: (1). What is the role of Public Relations in the promotion and marketing process in order to attract the interest of prospective students, (2). What has been done by WAKA Humas in promotion so that prospective students are interested in entering MTs Al-Amiriyyah.

Bet based on the findings obtained by the researcher, that for Waka Humas at MTs Al Amiriyyah about strategies or promotions that can be done by Waka Humas in a Promotion in an effort to attract the interest of prospective students, namely as follows: (1). Through the PPL teaching program for superior classes to SD /MI in the Banyuwangi area as a means of Promoting MTs Al Amiriyyah. (2) Carry out promotions through online social media such as Websites, Whatsapp, Facebook, Instagram, and Youtube. Providing information services and the latest developments around Madrasah to parents so as to make it easier for parents to find out the quality of education in MTs Al Amiriyyah.

**Keywords:** The Role of Public Relations in the Promotion of Students.

## PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan bagian yang penting untuk menunjang kemampuan berpikir pada peserta didik. Pendidikan bisa didapatkan melalui berbagai jenis, baik formal non formal dan informal. Dalam pendidikan formal kita bisa mendapat ketika mengikuti aktivitas-aktivitas yang telah disusun secara terstruktur oleh institusi pendidikan.

suatu lembaga pendidikan yang formal serta dibutuhkan oleh berbagai kalangan masyarakat maka sekolah atau lembaga penyelenggara pendidikan adalah jenjang pendidikan yang tidak luput dari peran lingkungan serta masyarakat sekitar.

Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya minat masyarakat agar supaya bisa memperoleh kualitas pendidikan yang baik untuk putra dan putrinya sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk melanjutkan pendidikan yang mempunyai mutu yang baik. Lembaga pendidikan kini di harapkan lebih berfokus pada kebutuhan masyarakat sebagai tamu dan institusinya pendidikan, diperlukan untuk biasanya mengandung partisipasi masyarakat dalam pengelolaannya.

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

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

## **Landasan Teori**

### **1. Manajemen Humas**

#### **A. Pengertian Manajemen Humas**

Manajemen humas adalah suatu fungsi manajemen dalam mengembangkan hubungan antara organisasi dengan publik (masyarakat) dengan tujuan membina hubungan kerja sama secara timbal balik di dalam kepentingan bersama dalam rangka mencapai pengakuan yang baik dari publik.

Manajemen humas merupakan suatu komunikasi dua arah antara suatu lembaga dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta evaluasi dalam usaha pencapaian tujuan organisasi. Manajemen humas difungsikan untuk mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya.

Berikut definisi dan pengertian manajemen humas dari beberapa ahli :

- a. Menurut Ruslan (2005), manajemen humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik (masyarakat) secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama serta pemenuhan kepentingan bersama.
- b. Menurut Wahjosumidjo (2007), manajemen humas adalah suatu proses pengembangan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang bertujuan memungkinkan orang tua dan warga wilayah berpartisipasi aktif dan penuh arti di dalam kegiatan pendidikan di sekolah.
- c. Menurut Kustadi (2004), manajemen humas adalah suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyatakan kebijaksanaan dan prosedur (tata laksana) seseorang atau suatu organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan yang baik dari publik.

hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam al quran surat an-Nahl ayat 125 sebagai berikut :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : *Serulah manusia kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik, sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat*

*dijalannya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang, yang mendapat petunjuk. (Q.S.An-Nahl:125)*

Ayat tersebut menganjurkan untuk berkomunikasi dengan bahasa yang baik cara yang baik, dan kualitas yang baik pula niscaya orang mendapatkan informasi akan mempunyai anggapan yang baik dan mengikuti dengan adanya ajakan.

## B. Tujuan Manajemen Humas

Humas memiliki peran strategis dalam upaya peningkatan mutu lembaga pendidikan. Dengan adanya humas diharapkan terjadi saling pengertian, akibatnya memunculkan sikap kerjasama yang baik antara masyarakat dengan pihak sekolah untuk menanggulangi masalah-masalah pendidikan yang dihadapi oleh kedua belah pihak.

Menurut Riduwan (2014), manajemen humas khususnya di dalam lingkup pendidikan memiliki beberapa tujuan, antara lain yaitu:

1. Mengembangkan pemahaman tentang maksud dan saran-saran dari sekolah.
2. Menilai program sekolah dengan kata-kata kebutuhan-kebutuhan terpenuhi.
3. Mempersatukan orang tua, murid serta guru-guru dalam memenuhi kebutuhan perkembangan peserta didik.
4. Mengembangkan kesadaran akan pentingnya pendidikan sekolah dalam era pembangunan.
5. Membangun dan memelihara kepercayaan terhadap sekolah.
6. Memberitahu masyarakat tentang pekerjaan sekolah.
7. Mengerahkan bantuan dan dukungan bagi pemeliharaan dan peningkatan program sekolah.

Humas juga mempunyai peranan yang penting dalam kehidupan berorganisasi hidup dan matinya sebuah perusahaan atau organisasi tergantung terhadap peranan humas. Hal ini tidak lepas dari kegiatan yang mereka lakukan berhubungan langsung dengan seluruh publik .

### C. Fungsi Manajemen Humas

fungsi manajemen humas adalah membantu manajemen dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan berbagai macam publik. Fungsi manajemen humas dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara organisasi yang diwakilinya dengan masyarakat sebagai sasaran pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh organisasi yang bersangkutan.

Menurut Nasution (2010) beberapa fungsi manajemen Humas di lembaga pendidikan yaitu :

1. Sebagai mediator dalam menyampaikan komunikasi secara langsung (komunikasi tatap muka) dan tidak langsung (melalui media pers ) kepada pimpinan lembaga dan public intern (guru karyawan dan siswa/i)
2. Mendukung dan menunjang kegiatan-kegiatan yang berkaitan mempublikasikan lembaga pendidikan Dalam hal ini Humas bertindak sebagai pengelola informasi kepada publik intern dan publik ekstern, seperti: menyampaikan informasi kepada pers dan promosi.
3. Menciptakan suatu citra yang positif kepada lembaga pendidikan.

#### d. Tugas manajemen Humas

Manajemen humas dalam fungsinya bertugas untuk mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya. Manajemen humas berfungsi sebagai media dalam menjembatani antara sekolah dan masyarakat yang nantinya sekolah sebagai lembaga sosial yang diselenggarakan dan dimiliki oleh masyarakat harus memenuhi kebutuhan masyarakatnya.

Menurut Rumanti (2009), terdapat beberapa tugas pokok manajemen humas, yaitu sebagai berikut:

Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan serta kegiatan yang dilakukan.

1. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum masyarakat. Di samping itu, menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan. Karena mereka ikut menentukan kehidupan organisasi apabila kita tidak saling mengganggu, perlu diajak berunding, demi kebaikan semua pihak tak ada yang dirugikan.
2. Memperbaiki citra organisasi. Citra organisasi bisa merupakan citra dari pemimpin, ada citra yang menjadi keinginan, harapan dan sebagainya. Citra yang bisa mendapat kepercayaan adalah citra dari kenyataan identitas organisasi.

3. Tanggung jawab sosial. Humas merupakan instrumen untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Terutama kelompok publik sendiri, publik internal dan pers. Penting diusahakan bahwa seluruh organisasi bersikap terbuka dan jujur terhadap semua kelompok atau publik yang ada hubungannya dan memerlukan informasi. Suatu organisasi mempunyai kewajiban adanya usaha untuk pelayanan sosial yang harus menjadi tanggung jawab.
4. Komunikasi. Humas mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal-balik, pengetahuan komunikasi menjadi modalnya. Dalam fungsinya, komunikasi itu sentral perlu juga untuk dimiliki adalah pengetahuan manajemen dan kepemimpinan, struktur organisasi.

#### **A. Pengertian Promosi**

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran tersebut adalah aktivitas pemasaran untuk memberikan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran, atas perusahaan dan produknya agar berusaha menerima, membeli dan loyal untuk produk yang ditawarkan. perusahaan, yang bersangkutan.

Pengertian promosi menurut Buchari Almaa sebagaimana yang dikutip Teguh Budiyanto, Christoffel Kojo dan Hendra N. Tawas, bahwasannya promosi merupakan jenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa, dengan tujuan untuk memperoleh, perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran atau strategi pemasaran. Promosi sangat bermanfaat untuk mengembangkan dan menyebarkan informasi mengenai lembaga pendidikan, serta dapat menambah jumlah minat peserta didik. Penyebaran informasi tersebar luas memudahkan para orang tua serta para calon peserta didik.

mudah mengakses informasi. Apalagi media sosial sangat dimanfaatkan pada zaman sekarang, guna mempermudah penyebaran informasi yang ada di lembaga pendidikan, serta memanfaatkan lebih jauh lagi media teknologi utamanya media website dan media sosial lainnya. Sinergi pemanfaatan media promosi baik cetak maupun online sangat menentukan keluasan persebaran informasi sehingga dapat berkontribusi dalam menambah jumlah peserta didik.

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, dalam dunia pendidikan terjadinya persaingan antara satu lembaga dengan lembaga pendidikan lainnya, sehingga yang terjadi banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh penggunanya dengan beberapa alasan. Oleh sebab itu, dibutuhkan suatu kemampuan pengelolaan yang profesional agar bisa mempraktekkan dalam pengelolaan pemasaran jasa pendidikan yang bertujuan untuk mempertahankan dan memenuhi kebutuhan konsumen serta meningkatkan tujuan dari lembaga pendidikan tersebut. ini terjadi persaingan antara sekolah umum dengan madrasah terjadi sangat ketat.

Menurut Gitisudarmo (2017:285) dijelaskan bahwa promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan

produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi saling senang lalu membeli produk tersebut.

Menurut Alma (2004: 181-188) ada 4 elemen dalam Promosi yaitu:

- a. *Advertising* penyampaian pesan pemasaran kepada pelanggan menggunakan cara persuatif dengan tujuan memasarkan produk (jasa, barang, dan ide)
  - b. *Personal selling*, pelaksanaan penawaran yang mudah dalam menggugah hati pelanggan karena dilakukan secara langsung pada pelanggan.
  - c. *Public relation* Kotler dalam Alma (2004:187) menyatakan bahwa *public relation* ini menciptakan *good relation* terhadap masyarakat agar memiliki image yang baik.
  - d. *Sales Promotion* kegiatan menawarkan produk kepada pelanggan pada kurun waktu tertentu secara insentif. Elemen ini biasanya menggunakan kegiatan elemen promosi lain, yakni : *Sales Promotion* dan *Public relation*
- Bentuk dari promosi adalah periklanan. Fungsi periklanan yaitu:

1. Memberikan informasi
2. Membujuk/mempengaruhi
3. Menciptakan kesan(image)
4. Memuaskan keinginan
5. Merupakan alat komunikasi

Promosi sekolah merupakan usaha untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat, dalam rangka memasarkan sekolah. Usaha pemasaran, merupakan kegiatan

sosial dan manjerial, yang didalalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada yang pihak lain.

Menurut Saladin dan Oesman sebagaimana yang telah dikutip Slamet Istoto dan Iwan Kurniawan Subagja, bahwasannya suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang, bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengetahui menjadi mengetahui sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut.

Promosi jasa pendidikan adalah salah satu bauran pemasaran. jasa pendidikan yang perlu dilaksanakan oleh sekolah untuk memasarkan produk pendidikannya. Aktivitas promosi pendidikan bukan hanya sekedar, sebagai fungsi alat komunikasi antara sekolah dengan pelanggan jasa pendidikan, akan tetapi juga sebagai alat untuk menarik pelanggan jasa pendidikan pada kegiatan, pembelian atau penggunaan jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

## **2. Pengertian Pendaftaran Peserta Didik Baru**

Pendaftaran Peserta Didik Baru atau disebut dngan (PPDB) merupakan suatu proses yang terjadi setiap tahun menjelang tahun ajaran baru yang dilakukan oleh setiap sekolah baik negeri maupun swasta.

Dalam Permendikbud Nomor 51 Tahun 2018. dijelaskan bagaimana proses Penerimaan Peserta Didik Baru, di sebuah Taman Kanak-Kanak Sekolah Dasar Sekolah Menengah Pertama Sekolah Menengah Atas dan sekolah Menengah Kejuruan dijelaskan bahwa pendaftaran peserta didik baru, yang disingkat (PPDB),

merupakan penerimaan peserta didik baru pada TK dan Sekolah dasar. PPDB adalah proses seleksi akademis bagi calon siswa, yang akan melanjutkan pada jenjang tertentu, dengan peraturan yang telah ditentukan. Tiap-tiap tingkatan sekolah memiliki metode tersendiri dalam PPDB, mulai dari TK, SD, SMP, SMA, dan SMK atau sederajat.

Menurut Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 BAB 1 pasal 1 poin 4''peserta didik adalah anggota masyarakat yang sedang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur jenjang dan jenis pendidikan tertentu.

Menurut Imron sebagaimana yang dikutip Nurdian Ramadhani Ansar, Ratmawati T dan Andi Wahed, dalam jurnal yang berjudul Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru.

.Adapun prosedur penerimaan peserta didik baru adalah pembentukan panitia penerimaan peserta didik baru, rapat penentuan peserta didik baru, pembuatan, pemasangan atau pengiriman pengumuman, pendaftaran peserta didik baru, seleksi, penentuan peserta didik baru yang diterima, pengumuman peserta didik yang diterima dan registrasi peserta didik yang diterima Penerimaan peserta didik bertujuan memberi kesempatan yang seluas-luasnya bagi warga negara usia sekolah agar memperoleh layanan pendidikan yang sebaik-baiknya.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Dalam jenis penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah dengan tujuan memberikan

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

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

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

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

Pendekatan ini merupakan suatu proses penelitian yang mengambil data-data untuk menggambarkan isi yang sesuai dengan yang ada dengan subjek penelitian lapangan.

Dari definisi diatas peneliti memilih pendekatan kualitatif karena peneliti ingin mengetahui secara langsung keadaan terkait dengan tema yang telah peneliti jelaskan didalam bab sebelumnya.

## **B. Tempat Penelitian**

Obyek penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu bertempat di MTs AL-Amiriyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi. dengan beberapa pertimbangan, yaitu karena MTs AL-Amiriyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

yang mengadakan program manajemen humas dalam mempromosikan peserta didik baru, sehingga sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh peneliti. Serta Sebagai salah satu Madrasah di yayasan pondok pesantren Darussalam. semakin tahun mengalami perkembangan yang cukup baik mulai dari jumlah peserta didik hingga berbagai macam prestasi yang telah diraih. Serta banyaknya ekstrakurikuler dan keterampilan-keterampilan yang ada.

## **C. Teknik pengumpulan data**

Sugiono (2015) dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan setting (kondisi yang alamiah). sumber data primer, dan teknik observasi dan wawancara secara mendalam dan dokumentasi.

### **a. Observasi**

Metode observasi adalah metode pengamatan secara sistematis terhadap gejala yang terjadi di lapangan pada subjek penelitian.observasi data itu dikumpulkan dengan melalui alat pemabantu seperti lembar tulis dan barang elektronik sebagai dokumentasi.

Observasi merupakan salah satu metode dalam pengumpulan data dalam penelitian. Peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui secara langsung letak dan kondisi yang ada di MTs Al Amiriyyah. Menurut pendapat Sugiono (2015:203) bahwa teknik pengumpulan data dengan observasi bila peneliti berkenaan dengan perilaku manusia proses kerja dan gejala-gejala alam.

Jenis observasi yang digunakan peneliti yaitu dengan menggunakan observasi partisipatif, dalam observasi ini peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber informasi penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber informasi dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang tampak.

Dalam penelitian ini teknik observasi digunakan untuk mengamati dan mencatat berbagai peristiwa yang berkaitan dengan manajemen humas serta promosi penerimaan peserta didik baru di MTs Al-Amiriyyah. Dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru di MTs Al-Amiriyyah salah satunya adalah dengan penyediaan media informasi pendidikan.

#### b. Wawancara (interview)

Metode wawancara adalah mengumpulkan dan menggali sebuah data informasi tentang kejadian yang sudah lampau dan yang akan terjadi di masa sekarang sehingga sesuai dengan harapan subjek yang diinginkan.

Oleh karena itu dalam melakukan wawancara atau disebut juga pengumpul informasi telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan yang

telah disiapkan. Menurut Sugiono (2015:137) interview digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi permasalahan yang harus diteliti.

Menurut Margono dalam Kurrota A'yun (2018:43) interview adalah alat pengumpulan informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan dan untuk dijawab secara lisan pula jadi dapat disimpulkan bahwa metode wawancara (interview) merupakan pengumpulan data dari sumber data dengan jawaban wawancara untuk mendapatkan keterangan dari seseorang baik secara lisan maupun tulisan.

#### c. Dokumentasi

Gubadan Lincoln mendefinisikan bahwasannya dokumentasi sebagai berikut: dokumentasi merupakan bahan tertulis ataupun gambar yang disiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. dokumentasi juga dibutuhkan ketika peneliti melangsungkan penelitian dengan tujuan supaya memberi kemudahan bagi peneliti untuk memperoleh data.

Menurut Arikunto (2013:274) Menjelaskan metode dokumentasi adalah mencari data tentang hal-hal atau variabel, berupa transkrip buku, surat kabar, majalah, risalah rapat, lengger, agenda dan sebagainya. Dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data yang didokumentasikan oleh pihak sekolah. Data awal adalah sejarah berdirinya MTs Al Amiriyyah Blokagung, visi misi, struktur organisasi MTs Al Amiriyyah Blokagung.

#### **D. Analisis Data**

Sutanto Priyo Hastono (2006): menjelaskan bahwa fakta yang diperoleh melalui penelitian harus benar, yaitu catatan yang diterima harus memenuhi kriteria sebagai berikut: valid, dapat diandalkan, dan objektif. valid berarti ketepatan/ketepatan ukuran, khususnya ketepatan antara informasi yang pasti terjadi dengan situasi dan catatan yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Menganalisis data dari kumpulan hasil pengumpulan data merupakan langkah penting dalam melaksanakan suatu kegiatan penelitian ilmiah, menganalisis data secara kualitatif menggunakan metode yang dipakai diantaranya sebagai berikut.

a. reduksi data

diartikan sebagai teknik pemilihan yang memusatkan perhatian pada penyederhanaan sumber daya arsip. Informasi yang diterima dari lapangan cukup banyak, untuk itu sangat penting untuk menyimpannya dengan hati-hati dan teliti. Dengan demikian, Semakin lama peneliti berada di daerah tersebut, semakin kompleks dan semakin besar jumlah datanya. karena itu, analisis fakta sangat penting dengan reduksi data.

mengurangi catatan berarti meringkas, memutuskan faktor kunci, memfokuskan pada faktor penting, mencari tema dan pola, dan menghilangkan yang tidak perlu. Dengan demikian, Catatan yang dikurangi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan fakta dan data Bila diperlukan.

Data yang dirangkum penulis adalah hasil wawancara, observasi, dan dokumen yang meliputi manajemen humas dalam meningkatkan kualitas insentif siswa baru,

termasuk perencanaan Evaluasi dalam mempromosikan pendaftaran siswa baru yang dilakukandi MTs Al Amiriyyah Blokagung.

Penyajian data adalah klasifikasi atau rencana untuk menarik kesimpulan dari data yang disajikan sebagai kumpulan informasi yang terorganisir dengan baik dan sistematis. Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menampilkan data. Dalam penelitian kuantitatif, penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, kartu, piktogram, dll. Melalui penyajian data, data disusun, disusun dalam pola relasional, sehingga lebih mudah dipahami.

b. Menarik kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari suatu penelitian yang didasarkan pada interpretasi yang dilakukan oleh peneliti dari kegiatan penelitian di lapangan yang sebelumnya telah disajikan Analisis kualitatif sejalan khususnya: penarikan kesimpulan dan verifikasi.

c. Akuisisi Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data tambahan yang tidak diperoleh dari sumber utama tetapi sudah melalui sumber ke sekian. Artinya orang-orang tersebut tidak merasakan secara langsung fenomena yang diteliti, tetapi mendapatkan informasinya dari sumber-sumber primer lainnya.

Menurut Sugiono (2007:87): yang dimaksud data sekunder, adalah data yang diperoleh dari sumber yang ada atau biasa disebut dengan data yang tersedia, data sekunder yang diperoleh dari sekolah seperti jumlah siswa tahun 2018/2019. Jadwal kegiatan. Identitas sekolah, jumlah fasilitas sekolah, laporan pertanggungjawaban dan sebagainya.

## HASIL

### **1. Data Peran Humas Dalam Upaya Promosi Guna Menarik Minat Calon Peserta Didik Di MTs Al Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun 2021/2022**

#### **a. Peran Humas Dalam Upaya Promosi Guna Menarik Minat Calon Peserta Didik Di MTs Al Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun 2021/2022.**

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

Humas MTs Al Amiriyyah Blokagung sebagai penghubung dari pihak sekolah dengan masyarakat selalu dipelihara dengan baik karena sekolah akan selalu berhubungan dengan masyarakat, tidak bisa lepas darinya sebagai patner sekolah dalam mencapai kesuksesan sekolah itu sendiri. Prestise sekolah semakin tinggi di mata masyarakat jika sekolah mampu melahirkan peserta didik yang cerdas berkepribadian dan mampu mengaplikasikan ilmu yang dperolehnya dalam memajukan masyarakat.

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

*“untuk Informasi tentang Madrasah Menurut Beliau Pertama dengan menjalin hubungan dengan wali murid masyarakat. beliau juga mengatakan bahwa memberikan informasi kepada public atau khalayak umum dengan melalui media online seperti whatsapp facebook dan lain sebagainya. Untuk*

*memberi kemudahan dalam upaya promosi lembaga pendidikan. Dan diharapkan dapat meningkatkan citra yang baik untuk sekolah sehingga dapat meningkatkan jumlah calon peserta didik''*

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

## 2). Waka Humas Sebagai Promotor Di SD/MI

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

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

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

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

### **B. Strategi Waka Humas Dalam Promosi Agar Calon Peserta didik tertarik untuk memasuki MTs Al Amiriyyah Tahun 2021/2022.**

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

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

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

*“Menurut beliau bahwa untuk strategi Humas dalam promosi lembaga pendidikan yaitu tetap dengan melalui program PPL yang dilaksanakan oleh siswa MTs untuk praktek mengajar di SD/MI yang ada di Bamyuwangi. selain*

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

Untuk mencapai strategi dalam penerimaan peserta didik baru beliau mengatakan bahwa informasi tentang MTs Al Amiriyyah. Melalui media online selain itu media lain seperti program PPL yang dilakukan oleh MTs Al Amiriyyah dengan ini para siswa MTs melakukan praktek mengajar sebagai wadah utama dalam upaya promosi untuk menarik calon peserta didik.

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

Berkaitan dengan Humas dalam promosi lembaga pendidikan. Dalam upaya menarik minat calon peserta didik. Humas merupakan struktur atau organisasi yang dibentuk guna menjalin hubungan antara sekolah dan masyarakat.

Humas juga berpengaruh dalam sebuah promosi yang dimana promosi tersebut sangat erat dengan menarik minat calon peserta didik. Dalam hasil Wawancara Dengan pihak Waka Humas MTs Al Amiriyyah Bapak Abdul Kohar M,Pd,. Beliau menjelaskan sebagai berikut

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

Berdasarkan hasil wawancara tersebut sesuai dengan hasil pengamatan peneliti Di MTs Al Amiriyyah. Bisa disimpulkan bahwa untuk menunjang promosi perlu ada sarana informasi pendukung seperti sarana Informasi media online seperti Website, Youtube dan lain-lain.

Disisi lain butuh adanya hubungan yang kuat antara sekolah dan masyarakat sehingga dapat memberikan dorongan untuk memajukan lembaga pendidikan dan dapat menarik minat calon peserta didik.

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

## **PEMBAHASAN**

### **1. Peran Waka Humas MTs Al Amiriyyah Dalam bentuk Promosi.**

Promosi Sekolah/Madrasah merupakan usaha untuk memperkenalkan sekolah dalam rangka memasarkan sekolah. Usaha pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya ada individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan. Dengan menciptakan menawarkan atau mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Konsep pemasaran bersandar pada kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Setiap alat promosi memiliki karakteristik dan biaya tersendiri sekolah harus memahami karakteristik ini. Promosi penjualan memanfaatkan

komunikasi insentif dan ajakan. Daya tarik hubungan masyarakat dan publisitas didasarkan pada kredibilitas yang tinggi kemampuan menangkap pembeli yang tidak menduga atau dramatisasi.

Dalam kaitannya dengan pendidikan, jasa dapat didefinisikan sebagai kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara memuaskannya. Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Hal itu karena pendidikan bersifat lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, hasil pendidikan mengacu jauh ke depan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus keilmuan di masa yang akan datang.

Untuk keberhasilan sebuah lembaga dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan *'need and want'* pelanggannya. Guna menciptakan layanan yang memuaskan ini, maka lembaga menciptakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Promosi jasa pendidikan merupakan salah satu variabel bauran pemasaran jasa pendidikan yang perlu dilakukan oleh sekolah untuk memasarkan produk pendidikan. Aktivitas promosi pendidikan bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara

sekolah dengan pelanggan jasa pendidikan, tetapi juga sebagai alat untuk mempengaruhi pelanggan jasa pendidikan pada kegiatan pembelian atau penggunaan jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

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

1. Peran humas dalam bentuk promosi lembaga pendidikan yaitu :

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

Menurut Mulyasa tujuan dari hubungan sekolah dan masyarakat adalah sebagai berikut :

- a. Memajukan kualitas pembelajaran dan pertumbuhan peserta didik

b. Memperkokoh tujuan serta meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat.

c. Menggairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan sekolah

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

1. hubungan edukatif

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

2. Hubungan kultural

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

3. Hubungan institusional

Hubungan kerja sama antara sekolah dengan lembaga-lembaga atau instansi resmi baik swasta maupun pemerintahan. Seperti hubungan kerja sama antara sekolah dengan sekolah-sekolah lain. Ataupun perusahaan-perusahaan Negara yang kaitannya dengan perbaikan dan perkembangan pendidikan pada umumnya.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa tujuan/peran humas dalam lembaga pendidikan dalam mewujudkan kualitas lembaga pendidikan

melalui hubungan baik dengan masyarakat hubungan baik tersebut dapat dilakukan dengan melalui dengan hubungan edukatif, kultural, institusional.

## **2. Bentuk Promosi Yang Dilakukan Oleh Waka Humas MTs Al Amiriyah**

Pencapaian sebuah lembaga pendidikan dalam upaya sebuah promosi, untuk dapat menarik minat calon peserta didik sangat penting karena berkaitan dengan kemajuan lembaga tersebut. Semakin banyak peserta didik yang masuk pada lembaga pendidikan tersebut menandakan bahwa lembaga memiliki citra pendidikan yang baik di masyarakat. Sehingga dapat dilihat dari segi promosi lembaga pendidikan yang dilakukan oleh sekolah itu.

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

Menurut Mackey (2006:2) merumuskan stakeholder sebagai kategori umum dari public yang terkait dengan organisasi. ada juga yang memandang stakeholder sebagai kelompok dan individu-individu yang memiliki salah satu dari empat bentuk organisasi yaitu hubungan memampukan fungsional terdampak dan normatif.

Persaingan mutu layanan pendidikan disetiap sekolah sangat terbuka lebar mutu layanan pendidikan pada suatu lembaga pendidikan dibutuhkan sebagai

pengembangan kualitas sekolah supaya lebih unggul dan diminati oleh masyarakat sehingga masyarakat lebih percaya untuk menyekolahkan anak didiknya lebih tepat dan percaya untuk mengembangkan kemampuan anak didiknya.

Dalam penyelenggaraan pendidikan untuk mencapai hasil optimal dan efektif dan efisien memerlukan keterkaitan dari berbagai elemen yang ada di dalamnya dalam proses pengelolaan humas di MTs Al Amiriyyah.

Yaitu dengan melalui *School Based Management* atau manajemen berbasis sekolah peningkatan mutu melalui kerjasama atau pemberdayaan pemerintah dan masyarakat. Hubungan sekolah dengan masyarakat dibangun dengan tujuan popularitas MTs Al Amiriyyah Blokagung di mata masyarakat. Popularitas MTs Al Amiriyyah akan tinggi jika mampu melahirkan individu yang mapan secara intelektual dan spiritual.

Berdasarkan yang peneliti peroleh mengenai promosi MTs Al Amiriyyah telah disebutkan oleh Waka Humas MTs Al Amiriyyah yaitu untuk mewujudkan promosi lembaga pendidikan perlu adanya jaringan komunikasi yang kuat antara sekolah dan masyarakat. Dengan tujuan memberi informasi perkembangan sekolah kepada masyarakat atau wali murid.

Diantara tujuan dan bentuk Waka humas MTs Al Amiriyyah dalam sebuah promosi diantaranya adalah :

- a. Memberikan informasi secara resmi yang lengkap dan utuh kepada warga sekolah baik tertulis maupun tidak tertulis tentang kebijakan sekolah.

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

## **SIMPULAN**

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

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

## DAFTAR PUSTAKA

- A'mal, Muslikhul. 2011. *Strategi Manajemen Humas, dalam Penerimaan Siswa Baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri Model Pemalang*. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Bahri Saeful Ahmad. 2020. *Manajemen Humas Sekolah*, PT Widina Bhakti Persada Bandung.
- Chotimah, Chusnul. 2017. *Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan dengan Masyarakat*. Tulungagung: IAIN Tulungagung Press.
- Daini Ferri Maswiatud. 2021. *Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru* Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Elvia Baby Shahbana, 2021. *Strategi Peningkatan Animo Masyarakat Terhadap Sekolah Melalui Optimalisasi Layanan Humas Sekolah* Manajemen Pendidikan Universitas Negeri Malang
- Faizin Imam 2017. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. *Jurnal Madaniyah*.
- Gajic, Jelena. 2012 “*Importance of Marketing Mix in Higher Education Institutions*”. Singidunum Journal 2012, 9 (1): 29-41 ISSN 2217-8090.
- Hadi, Abdul. 2018. “Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humas dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis. *Jurnal Pendidikan*. Vol. 4, No.2.
- Irmayani, Herni dan Dessy Wardiah 2017. “Manajemen Strategis Kepala Sekolah dalam Upaya Menarik Minat Calon Peserta Didik di SMPIT Ar-Ridho Palembang”. *Jurnal Manajemen Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan*. Vol. 2, No. 1.

- Johnston, K.A. 2014. Public Relations and Engagement. Theoretical Imperative of a Multidimensional Concep. *Journal of Public Relations Research*,
- Komariah,I. 2013. *Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Di TK AL-Firdaus Jatisari Semarang*. Undergraduate (S1) thesis, IAIN Walisongo.
- Kusuma Muhamad Halim. 2016. Strategi Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Barudi Smk Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten.
- Lutviani Dina Sri. 2021. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Darussalam Blokagung*: Fakultas Tarbiyah, dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Darussalam Blokagung.
- Moleong, J. Lexy. 2016. ‘*Metodologi Penelitian Kualitatif*’ PT Remaja Rosdakarsa Jakarta.
- Ngapirin. 2006. *Model Strategi Pemasaran Pendidikan SMK Plus As-Salafiyah Krangkeng Indramayu Jawa Barat*, Tesis, Yogyakarta : Program Pasca Sarjana UIN Sunan Kalijogo.
- Opan Arifudin. 2020. *Manajemen Humas Sekolah* PT Widina Bhakti Persada Bandung.
- Priandono Fifin. 2019. jurnal *Manajemen Humas Pendidikan Dalam Upaya Pencitraan Sekolah Di Sekolah Menengah Kejuruan* Vol 18. Pp. 391-410.
- Qholik Wisnu 2022. *Strategi Marketing Humas Dalam Membangun Brand Image Di Masyarakat (Studi Kasus Di Sma Muhammadiyah 1 Ponorogo)*. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo.
- Rosidi Hasyim 2022. *Strategi Kepala Sekolah Dalam Menjalin Hubungan Kerjasama Dengan Dunia Usaha Otomotif Di Smk Sunan Drajad Lamongan*. Vol 17 p.26-75.
- Syunu Triantoyo. 2021. *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Network Marketing*. Vol 19.
- Trisnawati Ari 2017. *Strategi Humas Politeknik Negeri Jakarta Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru* Vol.8.
- Utari Rumania 2013. *Website Sebagai Media Humas Sekolah*. Universitas Negeri Yokyakarta.
- Venti Hartini 2018. Efektivitas Strategi Pembelajaran Ekspositori Dan Inkuiri Pada Pembelajaran Matematika Di Smp Swasta Al-Washliyah 05 Hampanan Perak Tahun Pelajaran 2017/2018. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Wahed Andi 2021. *Peran Humas Sekolah dalam Membangun Hubungan Kemitraan dengan Dunia Usaha dan Industri di Sekolah Menengah Kejuruan*. Vol 1 ISSN 2747-268.
- Yuli Sri .2019. *Peran Humas Mts N 3 Pekanbaru Dalam Mempertahankan Citra Positif Sebagai Sekolah Adiwiyata Nasional* Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Zulnuroaini 2021. *Upaya Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Sd Inpres 2 Birobuli* Vol 9. ISSN 2337-6418