Aswinda Azzahra, Ismail Latif, Abdul Halik, Muhammad Alwi, Amiruddin, Abdullah Thahir: Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At – taqwa Jampue)

Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At – taqwa Jampue)

The Role of Public Realtion Management in Efforts to Improve The Quality of Promotions (Case Study at Madrasah Tsanawiyah Attaqwa Jampue)

Aswinda Azzahra¹, Ismail Latif², Abdul Halik^{3*}, Muhammad Alwi⁴, Amiruddin⁵, Abdullah Thahir⁶

Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Negeri Parepare

aswindaaswinda11@gmail.com, ismaillatief@iainpare.ac.id,
abdulhaliknas@iainparepare.ac.id, muhalwi@iainpare.ac.id ,
amiruddinmustam@iainpare.ac.id, abdullahthahir@iainpare.ac.id,

*Correspondence: abdulhalik@iainpare.ac.id

Abstract : *Public Relations Management is a process of managing everything by carrying out planning, implementation and evaluation related to the community to achieve a goal to be achieved. Promotion is a form of marketing. This is a form of introducing a product to be marketed in order to attract public attention. Promotion is very useful for developing and disseminating information about educational institutions, and can increase the number of students' interest. Widespread distribution of information makes it easier to obtain information quickly. This research aims to find out what the promotional strategy is at Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue and to find out the role of public relations management in efforts to improve the quality of promotions. The research method used in the research is qualitative with a case study type of research. Data collection techniques in this research are observation, interviews and documentation. The data analysis technique involves data reduction, data presentation and drawing conclusions.*

The results of the research show that 1) The promotional strategy is carried out by carrying out a planning process, where in the planning process there is holding a meeting with several relevant stakeholders to discuss the promotional plan that will be carried out, after everyone agrees, the next process is implementation, which is in the implementation process promotion using social media, visiting various schools and carrying out promotions by putting up billboards in various places, and the next process is evaluation to determine the level of success of the promotion carried out, which to determine the level of success is by looking at the number of students who are interested in continuing their education at Madrasah Tsanawiyah At-taqwa jampue. 2) The role of Public Relations Management in efforts to improve the quality of promotions, namely by always maintaining good relations with the community because one of the determinants of the development of an educational institution is community involvement. Furthermore, always maintain the quality of the school, especially the quality of its students in religious matters, because the first thing that is seen in a madrasa-based educational institution is the religious quality of the students so that it can attract the interest of students to continue their education at the At-taqwa Tsanawiyah Madrasah. Jampue.

Keywords: *Public Relations Management, Promotion*

Aswinda Azzahra, Ismail Latif, Abdul Halik, Muhammad Alwi, Amiruddin, Abdullah Thahir: Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At – taqwa Jampue)

Abstrak : Manajemen Humas merupakan suatu proses mengatur segala sesuatu dengan melakukan suatu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang berhubungan dengan masyarakat untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai. Promosi merupakan suatu bentuk pemasaran. Yaitu suatu bentuk untuk memperkenalkan suatu produk untuk dapat dipasarkan agar dapat menarik perhatian masyarakat. Promosi sangat bermanfaat untuk mengembangkan dan menyebarkan informasi mengenai lembaga pendidikan, serta dapat menambah jumlah minat peserta didik. Penyebaran informasi tersebar luas memudahkan untuk dapat memperoleh informasi dengan cepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue dan untuk mengetahui bagaimana peran manajemen humas dalam upaya meningkatkan kualitas promosi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian berupa kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Strategi promosi yang dilakukan dengan melakukan proses perencanaan, yang dimana dalam proses perencanaannya yaitu mengadakan rapat dengan beberapa stakeholder yang terkait untuk membahas rencana promosi yang akan dilakukan, setelah semua menyepakati maka proses selanjutnya yaitu pelaksanaan, yang dimana dalam proses pelaksanaan promosi menggunakan media sosial, mengunjungi berbagai sekolah dan melakukan promosi dengan memasang baliho di berbagai tempat, dan proses selanjutnya yaitu evaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan promosi yang dilakukan, yang dimana untuk mengetahui tingkat keberhasilannya yaitu dengan melihat banyaknya siswa yang berminat untuk melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa jampue. 2) Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas promosi yaitu dengan selalu menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat karena salah satu penentu berkembangnya suatu lembaga pendidikan karena adanya keterlibatan masyarakat. Selanjutnya, selalu menjaga kualitas dari sekolah tersebut terutama kualitas dari siswanya dalam hal keagamaan, karena yang paling pertama dilihat dari suatu lembaga pendidikan yang berbasis madrasah yaitu kualitas keagamaan dari siswa tersebut agar dapat menarik minat peserta didik untuk dapat melanjutkan pendidikannya di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue.

Kata Kunci: Manajemen Humas, Promosi

PENDAHULUAN

Lembaga pendidikan islam adalah tempat dimana berjalannya proses pendidikan yang dimana mempunyai tujuan untuk merubah kepribadian suatu individu menjadi pribadi yang lebih baik dengan cara menjalin hubungan baik dengan lingkungan

sekitar, seperti nilai – nilai ajaran islam.¹ Selain menjalankan proses pembelajaran, secara umum lembaga pendidikan

¹ Subhan Afifi Pasha Syahrtsa Maulana, 'Analisis Peran Dan Fungsi Public Relations Di Lembaga Pendidikan Islam', Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik, (2021).

melaksanakan kegiatan public relation (Hubungan Masyarakat) seperti melakukan manajemen komunikasi dengan semua stakeholder atau semua pihak pemangku kepentingan yaitu public dari dalam (internal) dan public dari luar (eksternal).

Salah satu hal yang menjadi tolok ukur keberhasilan dalam pengelolaan lembaga pendidikan adalah besarnya partisipasi masyarakat dalam perkembangan lembaga pendidikan.² Lembaga pendidikan akan mengalami kesulitan dalam berkembang dan akan berjalan sepihak jika tidak ada peran serta masyarakat.³ Partisipasi masyarakat dalam pengembangan lembaga pendidikan, tidak begitu saja didapatkan. Agar memperoleh partisipasi masyarakat, maka dibutuhkan manajemen hubungan masyarakat atau *public relation* dalam lembaga pendidikan. Dalam hal ini manajemen humas (hubungan masyarakat) bertugas sebagai pemberi informasi sekaligus perantara komunikasi antara lembaga pendidikan dan masyarakat yang dapat dilakukan dengan kegiatan publikasi.

Seiring perkembangan dan tuntutan zaman bahwasanya lembaga pendidikan utamanya sekolah, tidak bisa terlepas dari manajemen, karena manajemen merupakan komponen integral yang tidak dapat dipisahkan dari proses pendidikan secara keseluruhan. Tanpa adanya manajemen, tidak mungkin tujuan pendidikan dapat diwujudkan secara optimal, *efektif* dan

efisien.⁴ Pada kerangka inilah tumbuh kesadaran akan pentingnya memberdayakan Masyarakat dan lingkungan sekolah. Hal ini diharapkan agar tercapai tujuan hubungan sekolah dengan Masyarakat, yaitu meningkatnya kinerja sekolah dan terlaksananya proses pendidikan secara produktif, *efektif* dan *efisien*, sehingga menghasilkan lulusan yang produktif dan berkualitas.⁵

Hubungan lembaga pendidikan dengan Masyarakat pada hakikatnya merupakan sarana yang sangat berperan dalam membina dan mengembangkan pertumbuhan pribadi peserta didik di Sekolah. Dalam hal ini, sekolah sebagai sistem sosial merupakan bagian integral dari sistem sosial yang lebih besar, yaitu Masyarakat. Humas dan masyarakat memiliki hubungan yang sangat erat dalam mencapai tujuan sekolah atau pendidikan secara *efektif* dan *efisien*.⁶ Tujuan dari adanya hubungan sekolah dan masyarakat tersebut adalah untuk memajukan kesejahteraan masyarakat, mendapatkan bantuan sekolah dalam memecahkan permasalahan dalam masyarakat, dapat memberikan kecocokan antara program sekolah dengan kebutuhan masyarakat, serta mendapatkan kembali anggota-anggota masyarakat yang berdedikasi tinggi.⁷

⁴ Abdul Halik St. Wardah Hanafie Das, *Implementasi Manajemen Pengendalian Mutu Di Sekolah* (Makassar: Global RCI, 2018).

⁵ Khoirus Sholeh Badrut Tamam, Fathorrahman Z, 'Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Madrasah Diniyah Awwaliyah Nurul Holil Panyirangan - Pangarengan', *KABILAH: Journal of Social Community*, 6.1 (2021), hal 75..

⁶ Maisyaroh Amina Divina P, Ahmad Saifullah, 'Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Pendidikan Dasar', *Media Manajemen Pendidikan*, 5.3 (2023), 389–400.

⁷ Abdul Halik St. Wardah Hanafie Das, *Kepemimpinan Kepala Sekolah Berbasis Virtual* (Surabaya: Uwais Inspirasi Indonesia, 2022) <www.penerbituwais.com>.

² Abdul Halik and others, 'Empowerment of School Committee in Improving Education Service Quality at Public Primary School in Parepare City', *Universal Journal of Educational Research*, 7.9 (2019), 1956–63 <<https://doi.org/10.13189/ujer.2019.070915>>.

³ Dian Agustini, 'Pemanfaatan Media Sosial Dalam Manajemen Hubungan Masyarakat Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Era Pandemi', *DIRASAH*, 5.1 (2022).

Oleh karena itu, lembaga pendidikan berkewajiban memberi penerangan tentang tujuan-tujuan, program-program, kebutuhan, serta keadaan Masyarakat. Dan disamping itu, lembaga pendidikan juga harus mengetahui dengan jelas apa kebutuhan, harapan dan tuntutan Masyarakat, terutama dalam dunia pendidikan. Dengan kata lain, antara Sekolah dan Masyarakat harus dibina dan dikembangkan suatu hubungan yang harmonis. Undang – undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Nasional Pasal 8 menyatakan bahwa,

Masyarakat berhak untuk berperan serta dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi pendidikan. Hal ini berarti bahwa lembaga pendidikan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari Masyarakat.

Perkembangan hubungan saat ini cukup menggembirakan. Humas bukan lagi istilah yang asing terdengar. Istilah tersebut memang cukup populer dan telah memasyarakat di Indonesia dan profesi humas atau public relations kini tengah menjadi “tren” di masyarakat.⁸ Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya lembaga atau perusahaan yang menempatkan bidang humas dalam struktur organisasinya termasuk di lembaga pendidikan. Memang pada kenyataannya posisi humas dalam struktur organisasi lembaga pendidikan atau sekolah di Indonesia baik sekolah negeri dan swasta sangat beragam. Ada beberapa faktor penyebab beragamnya posisi humas diantaranya eksistensi sekolah sesuai dengan situasi dan kondisi, seperti jumlah

siswa, manajemen sekolah, peraturan yang berlaku dan sebagainya.⁹

Peran hubungan masyarakat (Humas) sangat penting dalam memperbaiki kualitas dan meningkatkan citra lembaga pendidikan di masyarakat. Di era yang semakin maju saat ini, Humas memiliki peran yang semakin penting dalam menciptakan materi promosi seperti flyer atau poster yang dapat menarik perhatian masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Oleh karena itu, kerja sama antara Humas dan lembaga pendidikan sangat penting dalam menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas. Dengan demikian manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) adalah rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian komunikasi dan pemberian informasi secara terpadu, yang berlangsung secara berkesinambungan dan terarah.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran atau strategi pemasaran. Promosi sangat bermanfaat untuk mengembangkan dan menyebarkan informasi mengenai lembaga pendidikan. Penyebaran informasi yang tersebar luas memudahkan masyarakat untuk mudah mengakses informasi. Sinergi pemanfaatan media promosi cetak maupun online sangat menentukan keluasan penyebaran informasi sehingga dapat berkontribusi dalam upaya peningkatan mutu lembaga. Apalagi media sosial sangat dimanfaatkan pada zaman sekarang, guna mempermudah penyebaran informasi yang ada di lembaga pendidikan, serta memanfaatkan lebih jauh lagi media teknologi. Sinergi pemanfaatan media promosi baik cetak maupun online sangat menentukan keluasan persebaran informasi

⁸ Abdul Halik, *Manajemen Pengendalian Mutu Bidang Bimbingan Peserta Didik Pada Madrasah* (Parepare: Dirah, 2017).

ISTIQRAT

⁹ M.Pd.I. Dr. Amie Primarni, ‘Resposisi Peran Dan Fungsi Strategis Public Relations Dalam Organisasi Pendidikan’, *JURNAL LENTERA KOMUNIKASI*, 4.1 (2019), 1–20 <<https://doi.org/10.21831/efisiensi.v4i1.3802>>.

sehingga dapat berkontribusi dalam peningkatan lembaga pendidikan.¹⁰

Dilihat dari adanya persaingan antar lembaga pendidikan maka diperlukan adanya strategi marketing pendidikan melalui promosi yang dipandang sebagai suatu komunikasi di bidang pemasaran yang juga tidak hanya berfokus pada memperkenalkan produk, tapi juga memenuhi kebutuhan konsumen sehingga kepuasan dapat diraih. Oleh karena itu, promosi merupakan variable tepat yang dapat diaplikasikan dalam memasarkan serta mensosialisasikan suatu lembaga pendidikan sehingga dapat diterima. Di era sekarang ini terjadi persaingan antara sekolah umum dengan madrasah (agama) terjadi sangat ketat. Sekolah yang berbasis umum sering membuka jurusan baru sehingga bisa menambah kelas lagi dan akhirnya semakin banyak kelas-kelas yang ada. Sedangkan sekolah yang berbasis agama (madrasah) kurang diketahui atau kurang peminat oleh sebagian masyarakat, sehingga yang terjadi masyarakat beranggapan bahwa sekolah madrasah merupakan sekolah kelas dua yang kalah bersaing dengan sekolah umum, hanya dari sebagian kalangan masyarakat tertentu juga anaknya dimasukan ke sekolah madrasah.

Pada saat ini setiap bangsa berlomba-lomba untuk dapat meningkatkan kualitas masyarakatnya, karena dengan pendidikan dapat meningkatkan peradaban yang bersangkutan menjadi bangsa yang bermartabat. Oleh sebab itu, lembaga pendidikan hendaknya dapat meningkatkan kualitas dan mutu pendidikan lulusannya. Sehingga masyarakatpun selaku pengguna jasa pendidikan tersebut akan berfikir

selektif dalam menentukan lembaga mana yang harus dipilih untuk putra-putrinya. Masyarakat sudah cerdas dalam memilih lembaga pendidikan, mereka akan memilih lembaga pendidikan yang menurut mereka terjangkau dan tentunya terbaik dan berkualitas. Oleh sebab itu hendaknya lembaga pendidikan harus bisa membuat inovasi yang baru demi memenuhi kebutuhan dari pengguna. Bila ada lembaga pendidikan yang tidak mengikuti keinginan dari pengguna maka secara otomatis lembaga pendidikan tersebut akan ditinggalkan oleh penggunanya¹¹

Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berbasis agama yang memiliki peran dalam menghasilkan sumber daya manusia yang kompeten dalam berbagai bidang yang didukung oleh nilai – nilai keagamaan yang kuat, sekolah ini juga mewajibkan seluruh siswanya untuk mondok atau tinggal asrama. Sekolah juga aktif dalam berbagai kegiatan masyarakat seperti ikut serta dalam mengikuti pengajian dengan majlis taklim, mengaji ketika ada orang meninggal, setiap hari jum'at melakukan ziarah ke makam pendiri pesantren tersebut, ikut serta dalam melakukan gotong royong dengan masyarakat dan begitu sebaliknya ketika membutuhkan bantuan masyarakat, masyarakat selalu ikut memabantu kapanpun sekolah tersebut membutuhkan bantuan, itu semua terjadi karena adanya hubungan baik antara sekolah dengan masyarakat.

Pemilihan lokasi penelitian tersebut didasari karena berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti mendapatkan

¹⁰ Ati Ni'matur Rohmah Nurul Novitasari, Nur Lailatul Fitri, 'Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru', *JECED: Journal of Early Childhood Education and Development*, 4.2 (2022), 129–42 <<https://doi.org/10.15642/jeced.v4i2.2136>>.

¹¹ Sarifudin dan Rehendra Maya, 'Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor', *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, (Juli 2019).

Aswinda Azzahra, Ismail Latif, Abdul Halik, Muhammad Alwi, Amiruddin, Abdullah Thahir: Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At – taqwa Jampue)

informasi bahwa dalam beberapa tahun terakhir sekolah ini mengalami peningkatan dalam hal bertambahnya jumlah peserta didik dan dari informasi yang didapatkan bahwa hal yang mendasari sekolah tersebut mengalami peningkatan karena dengan adanya promosi yang dilakukan Humas dengan bantuan guru, kepala sekolah, siswa dan masyarakat.

Dalam melakukan promosi media yang digunakan seperti media sosial, baliho, melakukan promosi dengan datang ke berbagai sekolah dengan mengikut sertakan siswa dan melakukan suatu kegiatan seperti keagamaan, porseni dan sebagainya dengan mengundang masyarakat untuk hadir menyaksikan kegiatan tersebut. Dengan cara promosi tersebut, sekolah juga dapat memperkenalkan program yang terdapat disekolah, fasilitas yang memadai dan kegiatan ekstrakurikuler yang aktif yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan dapat meningkatkan kualitas dari sekolah tersebut. Disitulah yang menandakan bahwa promosi yang telah dilakukan oleh humas berhasil terbukti sekarang sekolah ini mengalami kemajuan.

Tabel 1.1 Jumlah peserta didik baru dari tahun 2018-2023

No	Tahun	Jumlah Peserta Didik baru	Jumlah Rombel
1	2018	36	1
2	2019	41	2
3	2020	46	2
4	2021	71	3
5	2022	80	3
6	2023	94	4

Sumber : Tabel Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue dari tahun 2018-2023

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang lebih lanjut untuk mengetahui peran yang telah dilakukan Manajemen Humas dalam upaya meningkatkan kualitas promosi di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue.

PEMBAHASAN

Strategi Promosi di Madrasah Tsanawiyah A t- taqwa Jampue

Strategi promosi adalah salah satu kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran. Strategi promosi yang dimaksud disini adalah setiap langkah yang diambil oleh sekolah untuk berkomunikasi dengan masyarakat dengan tujuan untuk mencapai target atau sasaran yang sudah ditetapkan sekolah. Dalam hal ini, promosi akan menjelaskan mengenai kegiatan lembaga pendidikan memperkenalkan produknya, apakah melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publikasi.

Irianto menyatakan bahwa dalam bidang pendidikan diperlukan dua konsep strategi pemasaran yang dapat dipertimbangkan, yaitu: tindakan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dari pesaing dan kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh lembaga pendidikan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya, melalui strategi *differensiasi* yaitu keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan lembaga pendidikan untuk merebut peluang pasar.¹²

Strategi awal yang dilakukan sekolah ini sebelum pelaksanaan promosi yaitu melakukan perencanaan terlebih dahulu. Perencanaan merupakan tindakan awal dalam aktivitas manajerial pada setiap

¹² Aditia Fradito, Suti'ah dan Mulyadi, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah", *Jurnal Kependidikan Islam*, (2020)

Aswinda Azzahra, Ismail Latif, Abdul Halik, Muhammad Alwi, Amiruddin, Abdullah Thahir: Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At – taqwa Jampue)

organisasi. Maka dari itu perencanaan merupakan langkah awal kegiatan manajemen dalam setiap organisasi.

Mengapa harus ada perencanaan? Perencanaan dibuat untuk langkah awal kegiatan manajemen dalam setiap organisasi, karena melalui perencanaan ini ditetapkan apa yang akan dilakukan, kapan melakukannya, dan siapa yang akan melakukan kegiatan tersebut.¹³

Perencanaan yang telah dilakukan Madrasah Tasanwiyah At-taqwa Jampue dalam melakukan strategi promosi yaitu dengan mengadakan rapat dengan beberapa pihak yang terkait, adapun pihak yang terlibat yaitu kepala sekolah, guru, humas, perwakilan masyarakat dan siswa. Dalam pelaksanaan rapat, kepala sekolah memberikan saran sebelum melakukan promosi yaitu kepala sekolah meminta seluruh stakeholder yang terlibat dalam promosi ini dapat aktif dan terlibat dalam pelaksanaannya agar nantinya tidak terdapat banyak kendala yang dihadapi.

Dalam rapat tersebut, perwakilan masyarakat dan siswa turut aktif dalam rapat tersebut dengan mengatakan siap membantu dan siap melakukan kerja sama dalam pelaksanaan promosi, dan siswa siap membantu untuk terjun langsung ke sekolah – sekolah untuk melakukan promosi karena untuk bisa mencapai keberhasilan dalam promosi yang akan dilakukan maka dibutuhkan kerja sama dengan siswa dan masyarakat.

Setelah tahap perencanaan, maka tahap selanjutnya yaitu pelaksanaan. Pelaksanaan merupakan usaha untuk menggerakkan orang-orang agar bekerja sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut. Pelaksanaan adalah suatu fungsi manajemen berupa kegiatan

kerja nyata dalam suatu kegiatan manajemen. Pelaksanaan merupakan suatu kegiatan atau tindakan semua anggota dengan kesadaran berusaha untuk mencapai tujuan atau sasaran yang berpedoman pada perencanaan dari organisasi.

Jadi, pelaksanaan adalah upaya untuk menjadikan perencanaan menjadi kenyataan, yaitu dengan melalui berbagai pengarahan dan memotivasi agar setiap anggota dapat melaksanakan kegiatan secara optimal sesuai dengan peran, tugas dan tanggung jawabnya. Hal yang penting untuk diperhatikan dalam pelaksanaan ini adalah bahwa seorang anggota akan termotivasi untuk menegrikan tugas dan tanggung jawabnya.

Pada tahap pelaksanaan ini yaitu melakukan kunjungan ke berbagai sekolah di daerah tersebut dengan mengajak siswa untuk ikut dalam mempromosikan sekolah ini dengan memperkenalkan kegiatan – kegiatan yang dilakukan di sdekolah tersebut, memperkenalkan prestasi – prestasi yang telah dicapai, serta memperkenalkan hal – hal yang dapat menarik minat siswa tersebut, selanjutnya melakukan promosi dengan menggunakan sosial media dengan membagikan kegiatan – kegiatan positif yang dilakukan sekolah, memposting prestasi – prestasi yang diraih sehingga masyarakat melihat dan tertarik untuk membantu menyebarkan kegiatan – kegiatan tersebut. Dan selanjutnya, yaitu melakukan promosi dengan menyebarkan baliho ke berbagai tempat untuk dapat dilihat oleh masyarakat.

Dalam pelaksanaan tersebut keterlibatan kepala sekolah cukup penting untuk mensukseskan kegiatan ini. Kepala sekolah terlibat dalam pelaksanaan promosi karena menurutnya pelaksanaan promosi antara sekolah swasta yang berbasis madrasah dan sekolah negeri berbeda karena sekolah swasta yang berbasis madrasah cakupan untuk pelaksanaannya

¹³ Nasrul Syakur Chanago dan Amiruddin, *Organisasi Manajemen*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2016
ISTIQRRA'

cukup luas, tidak sama dengan sekolah negeri yang mempunyai sistem zonasi yang artinya hanya boleh melakukan promosi di sekitar daerah tersebut saja.

Dalam suatu lembaga pendidikan, keterlibatan masyarakat sangat penting di dalamnya terutama dalam hal promosi, karena dengan bantuan promosi yang dilakukan masyarakat dapat menjadi salah satu yang menjadi tolak ukur keberhasilan dari promosi yang dilakukan. Adapun bentuk promosi yang dilakukan oleh masyarakat yaitu dengan membantu menyebarkan informasi – informasi dengan menggunakan media sosial yang di punyai, selain itu bentuk promosi yang dilakukan lainnya yaitu dengan memperkenalkan kepada kerabat – kerabatnya tentang sekolah ini dan setelah memperkenalkannya kami juga meminta bantuannya untuk memperkenalkan ke kerabatnya juga sehingga lama kelamaan penyebaran dari promosi ini sangat luas sehingga sekolah ini di kenal.

Setelah tahap pelaksanaan, maka tahap selanjutnya yaitu evaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan dari promosi yang dilakukan. Evaluasi adalah salah satu fungsi manajemen yang berupa mengadakan penilaian, bila perlu mengadakan koreksi sehingga apa yang dilakukan dapat diarahkan ke jalan yang benar dengan maksud dan tujuan yang telah digariskan semula. Jadi pengawasan merupakan tindakan terakhir yang di lakukan pada suatu organisasi, menilai dan mengendalikan jalannya suatu kegiatan yang mengarah demi tercapainya tujuan yang telah di tetapkan. Dalam dunia pendidikan pengawasan di gunakan untuk mengetahui jalannya pekerjaan, memperbaiki kesalahan yang dibuat dan mengusahakan pecegahan agar tidak terulang kembali.¹⁴

Pada evaluasi ini, untuk bisa melihat tingkat keberhasilan dari upaya promosi yang dilakukan yaitu dengan melihat banyaknya siswa yang berminat dan lanjut di sekolah ini, dari situlah kami bisa mengetahui jika promosi yang telah dilakukan mengalami peningkatan.

Nilai jual yang menjadi daya tarik masyarakat yaitu adanya keseimbangan prestasi yang dicapai dalam hal akademik, non akademik dan dalam hal keagamaannya yang dimana biasanya sekolah yang berbasis madrasah hanya berfokus pada prestasi di bidang agama dan tidak terlalu berfokus pada prestasi akademik dan non akademik dari siswa tersebut sehingga banyak dari masyarakat tertarik untuk bisa melanjutkan pendidikannya karena adanya keseimbangan tersebut sehingga bukan hanya pembelajaran keagamaan yang di ajarkan tetapi pembelajaran akademik dan non akademik juga sangat di butuhkan di suatu lembaga pendidikan yang berbasis madrasah.

Dari pelaksanaan tersebut kepala sekolah mengatakan bahwa pelaksanaan promosi yang dilakukan sudah efektif untuk digunakan, tapi perlu melakukan pembaharuan promosi setiap tahunnya untuk dapat menarik lebih banyak lagi siswa.

Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi Di MadrasahTsanawiyah At-taqwa Jampue

Manajemen hubungan sekolah dengan masyarakat merupakan seluruh proses kegiatan yang direncanakan dan diusahakan secara sengaja dan bersungguh-sungguh, disertai pembinaan untuk mendapatkan simpati dari masyarakat pada

¹⁴ Imaniar Maspaitella“Evaluasi Kinerja Humas dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ISTIQRA’

di Raja Ampat (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Raja Ampat), *Jurnal Acta Diurna*, (2016).

umumnya, dan khususnya masyarakat yang berkepentingan langsung dengan sekolah.¹⁵

Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan, jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan dan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif.

Promosi sekolah yaitu usaha memperkenalkan sekolah dalam rangka memasarkan sekolah. Usaha pemasaran adalah suatu proses sosial dan manjerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Kunci konsep pemasaran dalam mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif dari pada para pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Empat pilar konsep pemasaran yaitu pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu dan profitabilitas.¹⁶

Peran manajemen humas dalam meningkatkan kualitas promosi yaitu dimulai dengan memperbaiki hubungan baik antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Dalam hal ini, peran lembaga pendidikan dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat yaitu dengan banyak

melakukan interaksi dengan masyarakat sekitar, selalu melakukan komunikasi tentang perkembangan sekolah, aktif membantu ketika dibutuhkan, dan melakukan pelayanan keagamaan. Selain itu, lembaga pendidikan juga sering berdiskusi dengan masyarakat mengenai apa kebutuhan, harapan dan tuntutan masyarakat terutama dalam dunia pendidikan.

Hubungan yang baik antara lembaga pendidikan dengan masyarakat sangat membantu dalam meningkatkan kualitas promosi yang akan dilakukan. Humas merupakan salah satu bagian yang penting dari kesuksesan suatu lembaga pendidikan, karena humas merupakan penghubung antara antara sekolah dan masyarakat dan humas bertugas untuk menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat sehingga peningkatan dari kualitas sekolah tersebut lebih baik salah satunya pada peningkatan kualitas promosinya yang dimana berkat adanya hubungan yang baik dengan masyarakat, maka masyarakat turut aktif dalam membantu memperkenalkan sekolah tersebut.

Bantuan masyarakat dalam mempromosikan sekolah sangat mempermudah jalannya promosi apalagi sekarang dengan maraknya penggunaan sosial media dapat mempermudah pelaksanaan promosi, dan sebagian besar masyarakat menggunakan sosial media sehingga turut aktif mempromosikan sekolah tersebut dan mempermudah jalannya suatu promosi yang dilakukan.¹⁷

Masyarakat tertarik untuk membantu dalam mempromosikan sekolah karena ingin melihat sekolah tersebut berkembang,

¹⁵ Elfridawati Mai Dhuhani, "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon", *Jurnal al – iltizam*, (Juni 2016)

¹⁶ Ahmad Sofan Ansor, "Pengaruh Kualitas Pendidikan dan Promosi Terhadap Perolehan Jumlah Siswa pada Sekolah Menengah Atas Swasta Maarif Kota Cilegon Banten", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*.

¹⁷ Amaluddin St. Wardah Hanafie Das, Abdul Halik, "Paradigm of Islamic Education in the Future: The Integration of Islamic Boarding School and Favorite School", *Information Management and Business Review*, 8.4 (2016), 24-32 <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26849997%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1111/jne.12374>>.

dan ingin sekolah tersebut di kenal secara luas, artinya sekolah tersebut bukan hanya di kenal di sekitar sekolah tetapi ingin di kenal di luar daerah tersebut dan ketertarikan selanjutnya karena melihat kualitas dari siswa yang berada di sekolah tersebut terutama dalam hal keagamaannya.

Dari informasi yang didapatkan, banyak dari orang tua yang mengajak anaknya untuk bersekolah di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue dan siswa tersebut juga mendapatkan informasi dari media sosial yang dipunyai untuk melihat kegiatan – kegiatan yang dilakukan di sekolah tersebut.

Dari pelaksanaan promosi semua media yang digunakan sama – sama memberikan pengaruh yang cukup besar dalam mempromosikan sekolah ini, karena dalam pelaksanaan rapat tersebut suda mempertimbangkan semuanya dan dari hal tersebutlah mendapatkan ide tentang berbagai cara melakukan promosi.

Dalam menjalankan promosi, ada beberapa kendala yang dihadapi yaitu ketika melakukan promosi menggunakan baliho dan menempatkan di berbagai sudut yang cukup ramai, ada beberapa orang yang merusak baliho yang telah didirikan, dan kendala dalam melakukan promosi di media sosial yaitu ada sebagian dari masyarakat atau orang tua siswa yang bukan pengguna sosial media sehingga tidak mendapatkan informasi tentang sekolah tersebut.

Untuk mengatasi kendala tersebut, solusi yang diberikan oleh pihak sekolah yaitu dengan memperbaiki kualitas dari siswa yang bersekolah di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue dan pihak sekolah juga mendapatkan informasi bahwa ketika kualitas siswa itu baik, maka siswa itu dapat memberikan contoh kepada teman – temannya yang berada di luar agar tertarik untuk lanjut di sekolah tersebut.

Dari promosi yang telah dilakukan, untuk bisa menarik lebih perhatian

masyarakat tentang sekolah ini maka di perlukan pembaharuan-pembaharuan promosi agar lebih banyak yang tertarik terhadap sekolah tersebut dan lebih aktif lagi untuk bisa membagikan kegiatan – kegiatan yang dilakukan.

Mempertahankan kualitas dari suatu promosi yang telah dilakukan sangat sulit karena banyak dari kalangan organisasi yang ketika mencapai suatu keberhasilan, maka sulit baginya untuk mempertahankannya. Untuk itu sekolah ini dalam mempertahankan kualitas promosinya perlu menjaganya dengan baik terutama kualitas keagamaannya yang dapat memberikan pengaruh yang cukup signifikan agar dapat menjaga citra baik dari sekolah ini, karena sekolah ini berbasis madrasah. Karena hal yang paling dilihat dari suatu lembaga pendidikan yang berbasis madrasah yaitu kualitas keagamaan dari siswa tersebut.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian ini, dapat diambil kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Strategi manajemen humas dalam melakukan promosi dilakukan dengan melakukan perencanaan terlebih dahulu untuk bisa menyusun dengan baik rencana – rencana yang nantinya akan dikerjakan, selanjutnya melakukan pelaksanaan promosi sebagai daya tarik bagi masyarakat dan melakukan evaluasi untuk bisa mengetahui tingkat keberhasilan dari upaya promosi yang dilakukan.
2. Peran manajemen humas dalam upaya meningkatkan kualitas promosi yaitu dengan cara menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat, menjaga citra positif dengan masyarakat dan menjaga kualitas dari sekolah tersebut

Aswinda Azzahra, Ismail Latif, Abdul Halik, Muhammad Alwi, Amiruddin, Abdullah Thahir: Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At – taqwa Jampue)

terutama kualitas siswanya dalam hal keagamaan.

Saran

1. Selalu menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat, karena salah satu yang menjadi penentu keberhasilan dalam suatu lembaga pendidikan yaitu adanya keterlibatan masyarakat didalamnya
2. Melakukan pembaharuan – pembaharuan promosi agar dapat menarik minat lebih banyak lagi masyarakat untuk bersekolah di Madrasah Tasanwiyah At-taqwa Jampue
3. Selalu menjaga dan meningkatkan kualitas sekolah terutama kualitas siswanya dalam hal keagamaannya

DAFTAR PUSTAKA

Agustini, Dian, 'Pemanfaatan Media Sosial Dalam Manajemen Hubungan Masyarakat Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Era Pandemi', *DIRASAH*, 5.1 (2022)

Amina Divina P, Ahmad Saifullah, Maisyaroh, 'Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Pendidikan Dasar', *Media Manajemen Pendidikan*, 5.3 (2023), 389–400

Badrut Tamam, Fathorrahman Z, Khoirus Sholeh, 'Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Madrasah Diniyah Awwaliyah Nurul Holil Panyirangan - Pangarengan', *KABILAH : Journal of Social Community*, 6.1 (2021), hal 75

Dr. Amie Primarni, M.Pd.I., 'Resposisi Peran Dan Fungsi Strategis Public Relations Dalam Organisasi Pendidikan', *JURNAL LENTERA KOMUNIKASI*, 4.1 (2019), 1–20
<<https://doi.org/10.21831/efisiensi.v4i1>

.3802>

Halik, Abdul, *Manajemen Pengendalian Mutu Bidang Bimbingan Peserta Didik Pada Madrasah* (Parepare: Dirah, 2017)

Halik, Abdul, S. Wardah Hanafie Das, Muhammad Aswad, M. Syakir Rady, Muhammad Siri Dangnga, and M. S. Nasir, 'Empowerment of School Committee in Improving Education Service Quality at Public Primary School in Parepare City', *Universal Journal of Educational Research*, 7.9 (2019), 1956–63
<<https://doi.org/10.13189/ujer.2019.070915>>

Nurul Novitasari, Nur Lailatul Fitri, Ati Ni'matur Rohmah, 'Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru', *JECED : Journal of Early Childhood Education and Development*, 4.2 (2022), 129–42
<<https://doi.org/10.15642/jeced.v4i2.2136>>

Pasha Syahrinsa Maulana, Subhan Afifi, 'Analisis Peran Dan Fungsi Public Relations Di Lembaga Pendidikan Islam', *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1.2 (2021), 147–62
<<https://doi.org/10.20885/cantrik.voll.iss2.art7>>

St. Wardah Hanafie Das, Abdul Halik, Amaluddin, 'Paradigm of Islamic Education in the Future: The Integration of Islamic Boarding School and Favorite School', *Information Management and Business Review*, 8.4 (2016), 24–32
<<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26849997%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1111/jne.12374>>

St. Wardah Hanafie Das, Abdul Halik, *Implementasi Manajemen Pengendalian Mutu Di Sekolah* (Makassar: Global RCI, 2018)

Aswinda Azzahra, Ismail Latif, Abdul Halik, Muhammad Alwi, Amiruddin, Abdullah Thahir: Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At – taqwa Jampue)

———, *Kepemimpinan Kepala Sekolah Berbasis Virtual* (Surabaya: Uwais Inspirasi Indonesia, 2022)
<www.penerbituwais.com>