

SKRIPSI

**PERAN MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN
KUALITAS PROMOSI (STUDI KASUS DI MADRASAH
TSANAWIYAH AT-TAQWA JAMPUE)**



OLEH

**ASWINDA AZZAHRA
NIM: 2020203886231029**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

**PERAN MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN
KUALITAS PROMOSI (STUDI KASUS DI MADRASAH
TSANAWIYAH AT-TAQWA JAMPUE)**



OLEH

**ASWINDA AZZAHRA
NIM. 2020203886231029**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)
Pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue)

Nama Mahasiswa : Aswinda Azzahra

NIM : 2020203886231029

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

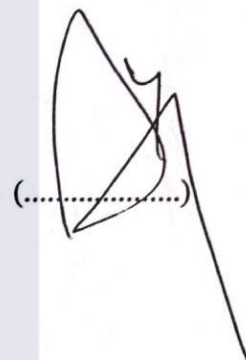
Fakultas : Tarbiyah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Tarbiyah Nomor : 5115 Tahun 2023

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Drs. Ismail Latif, M.M.

NIP : 19631207198703 1 003



Mengetahui:

Dekan Fakultas Tarbiyah



D. Zulfah, M.Pd.

NIP. 19830420 200801 2 010

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue)

Nama Mahasiswa : Aswinda Azzahra

NIM : 2020203886231029

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah

Dasar Penetapan Penguji : B.2678/In.39/FTAR.01/PP.00.9/07/2024

Tanggal Kelulusan : 12 Juli 2024

Disahkan oleh Komisi Penguji

Drs. Ismail Latif, M.M.	(Ketua)	(.....)
Dr. Abd. Halik, M.Pd.I.	(Anggota)	(.....)
Drs. Abdullah Thahir, M.Si.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Tarbiyah



D. Zulfah, M.Pd.

NIP. 19830420 200801 2 010

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ
أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Karena berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Arni dan Ayahanda M. Tahar Asapa tercinta dimana dengan pembinaan dan berkat doa yang tulus, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak, Dr. Ismail Latif, M.M. selaku pembimbing utama, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis mengucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola Pendidikan IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Zulfah, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Tarbiyah atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak Dr. Abd Halik, M.Pd. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah berjasa sehingga program studi Manajemen Pendidikan Islam saat ini berkembang dengan baik.

4. Bapak dan ibu dosen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama melaksanakan studi di IAIN Parepare.
5. Seluruh kepala unit yang berada di lingkungan IAIN Parepare beserta Staf yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama melaksanakan studi di IAIN Parepare
6. Keluarga Besar yang telah memberikan *support* terhadap hal positif apapun yang ingin saya lakukan.
7. Terima Kasih kepada Pimpinan Yayasan Pondok Pesantren, Kepala Sekolah Madrasah Tsanawiyah Attaqwa Jampue, guru, dan seluruh rekan – rekannya yang senantiasa menyempatkan waktu untuk membantu selama proses penyusunan skripsi.
8. Terimakasih kepada sahabatku Regita Rusli, Ummul Raodhatul Jannah, Faradillah dan Rahma Asnawir yang dari kecil selalu kebersamai penulis hingga sampai sekarang. Terima kasih untuk sahabatku yang selalu menemani di masa – masa perkuliahan ini Regita Rusli, Arvanita Muhadir, Sri Rahayu, Kamalia, Milda dan Nur Azizah yang selalu kebersamai hingga penulis menyelesaikan studinya dan seluruh teman – teman seperjuangan Prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI20).

Pinrang, 22 Mei 2024 M
13 Zulkaidah 1445 H

Penyusun,



Aswinda Azzahra

NIM 2020203886231029

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aswinda Azzahra
Nomor Induk Mahasiswa : 2020203886231029
Tempat/ Tgl.Lahir : Pinrang, 28 September 2002
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah
Judul Skripsi : Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh keasadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Pinrang, 22 Mei 2024

Penyusun,



Aswinda Azzahra
NIM.2020203886231029

ABSTRAK

Aswinda Azzahra. *Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue). (Dibimbing oleh Bapak Ismail Latif)*

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 : Peran, Manajemen Humas, Promosi

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	9
B. Tinjauan Teori	13
1. Peran.....	13
2. Manajemen Humas.....	15
3. Promosi.....	23

C. Kerangka Konseptual	29
D. Kerangka Pikir.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
C. Jenis Dan Sumber Data	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Uji Keabsahan Data	39
F. Pengecekan Triangulasi.....	39
G. Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Hasil Penelitian.....	44
B. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	I
BIODATA PENULIS	XXIV

DAFTAR TABEL

No	Jenis Tabel	Halaman
1.1	Jumlah peserta didik baru dari tahun 2018-2023	8



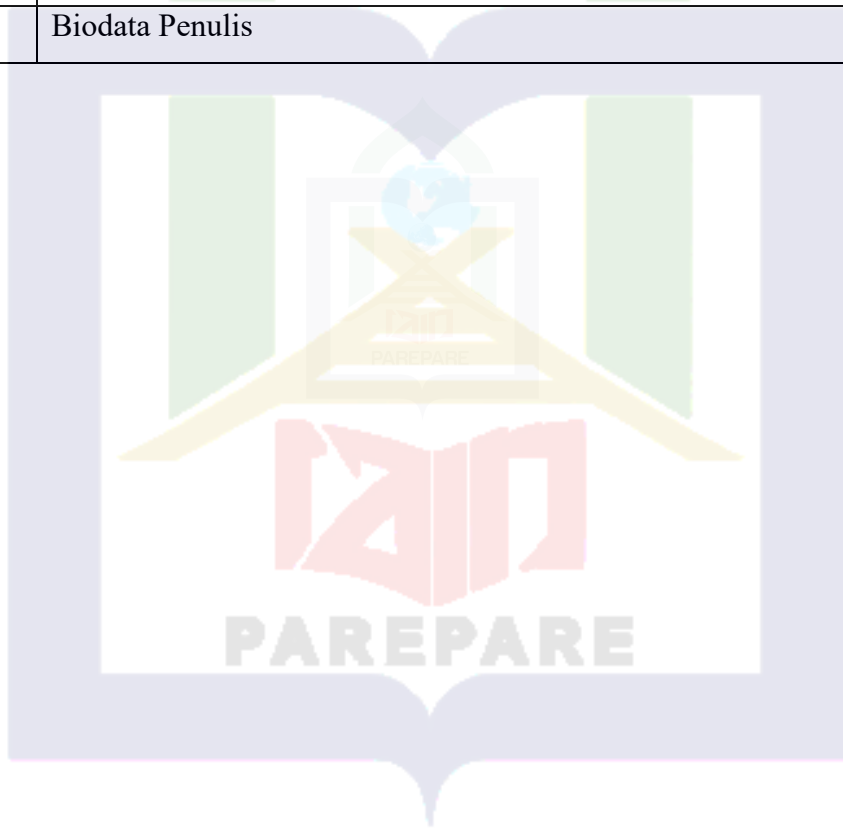
DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	37



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran
1	Format Instrumen Penelitian
2	Surat Permohonan Izin Penelitian
3	Surat Izin Penelitian
4	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
5	Surat Keterangan Wawancara
6	Dokumentasi
7	Biodata Penulis



TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ş	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (´)

2. Vokal

a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dammah	U	U

b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيّ	fathah dan ya	Ai	a dan i
أوّ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَى : kaifa

حَوْلَ : haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------------	------	-----------------	------

يَ/آ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
يِ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعِمَّ : *Nu'ima*

عُدُّو : *'Aduwwun*

Jika huruf *ى* bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (*يَ*), maka ia litransliterasi seperti huruf maddah (*i*).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : "Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *لا* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الْشَّمْسُ : al-syamsu (bukan asy-syamsu)

الزَّلْزَلَةُ : al-zalزالah (bukan az-zalزالah)

الْفَلْسَفَةُ : al-falsafah

الْبِلَادُ : al-bilādu

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

سَيِّءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fi rahmmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi *Abū Zaid*, *Naṣr Hamīd* (bukan: *Zaid*, *Naṣr Hamīd Abū*)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānāhu wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun

w.	=	Wafat Tahun
QS../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
بدون مكان	=	بدون مكان
صلى الله عليه وسلم	=	صلعم
ط	=	طبعة
بدون ناشر	=	بدون ناشر
إلى آخرها/إلى آخره	=	إلى آخرها/إلى آخره
جزء	=	جزء

beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa indonesia kata “edotor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.
- No .: Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomot karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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 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).

keberhasilan pengelolaan lembaga pendidikan adalah tingkat partisipasi masyarakat dalam pembangunan lembaga tersebut. Jika masyarakat dan peran mereka tidak ada, lembaga pendidikan akan gagal berkembang dan berjalan sepihak.² Tidak mudah untuk mendapatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan lembaga pendidikan. Dalam lembaga pendidikan, manajemen hubungan masyarakat diperlukan untuk mendorong keikutsertaan masyarakat. Manajemen humas, atau hubungan masyarakat, berfungsi sebagai pemberi informasi dan perantara komunikasi antara lembaga pendidikan dan masyarakat, dengan kegiatan publikasi.

¹ Afifi Pasha Syahrtsa Maulana, ‘Analisis Peran Dan Fungsi Public Relations Di Lembaga Pendidikan Islam’, *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1.2 (2021).

² Dian Agustini, ‘Pemanfaatan Media Sosial Dalam Manajemen Hubungan Masyarakat Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Era Pandemi’, *Dirasah*, 5.1 (2022).

Dengan kemajuan dan tuntutan zaman, institusi pendidikan, terutama sekolah, tidak dapat bertahan tanpa manajemen. Manajemen yaitu bagian penting dari proses pendidikan secara keseluruhan. Tujuan pendidikan tidak dapat dicapai dengan baik, efisien, dan efektif tanpa manajemen. Pada titik inilah kesadaran akan pentingnya mendukung lingkungan sekolah dan masyarakat meningkat. Meningkatkan kinerja lembaga dan mengerjakan proses pendidikan dengan cara efektif, produktif dan efisien akan menghasilkan lulusan yang produktif dan berkualitas.³

Sekolah sebagai bagian yang diperlukan dari sistem sosial menjalankan peran dalam hubungannya dengan masyarakat lebih luas. Penting untuk membangun dan mengembangkan pertumbuhan pribadi siswa.⁴ Untuk mencapai tujuan pendidikan dengan efektif dan efisien, kolaborasi dengan masyarakat sangat diperlukan. Sekolah dan masyarakat bekerja sama untuk meningkatkan kesejahteraan, menyediakan solusi bagi masalah sosial, menyesuaikan program pendidikan dengan kebutuhan masyarakat, dan melibatkan anggota masyarakat yang berdedikasi.

Oleh karena itu, lembaga pendidikan bertanggung jawab untuk menjelaskan maksud, kegiatan, keperluan, dan keadaan masyarakat. Mereka juga harus mengerti harapan, kebutuhan, dalam hal pembelajaran. Hubungan yang baik harus dibangun dan dikembangkan antara sekolah dan masyarakat. Pasal 8 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyatakan, "Masyarakat berhak untuk berperan serta dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi pendidikan." Pendidikan adalah bagian penting dari masyarakat.

³ 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.

⁴ Maisyaroh Amina Divina P, Ahmad Saifullah, 'Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Pendidikan Dasar', *Media Manajemen Pendidikan*, 5.3 (2023), 389-400.

Hubungan masyarakat saat ini cukup baik. Istilah public relations dan humas sudah biasa. Di Indonesia, istilah tersebut telah tersebar luas dan menjadi "tren". Ini ditandai dengan meningkatnya jumlah bisnis dan lembaga yang memasukkan humas ke struktur organisasi mereka, termasuk lembaga pendidikan. Pada kenyataannya, humas mempunyai peran yang beragam dalam struktur pembelajaran di Indonesia, baik negeri maupun swasta.

. Posisi humas dapat beragam, termasuk keberadaan sekolah dalam konteks lingkungan, seperti manajemen sekolah, peraturan yang berlaku, dan jumlah siswa.⁵ Meningkatkan reputasi dan citra lembaga pendidikan di mata masyarakat sangat dipengaruhi oleh peran komunikasi publik. Di masa yang semakin canggih ini, peran komunikasi publik semakin penting untuk membuat bahan promosi agar dapat menarik perhatian masyarakat di suatu lembaga. Akibatnya, tim komunikasi publik dan lembaga pendidikan harus bekerja sama untuk menghasilkan sumber daya manusia yang baik. Oleh karena itu, manajemen PR adalah kumpulan kegiatan yang digabungkan untuk membentuk satu rangkaian komunikasi dan informasi yang berlangsung secara teratur dan tepat sasaran.

⁵ Amie Primarni, 'Resposisi Peran Dan Fungsi Strategis Public Relations Dalam Organisasi Pendidikan', *Jurnal Lentera Komunikasi*, 4.1 (2019), 1–20.

Allah SWT berfirman dalam Q.S An Nisa : 36, yang berbunyi :

﴿وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۖ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا
مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا﴾⁶⁶

Terjemahnya:

“Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapak, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh dan teman sejawat, Ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri”⁶⁶

Hubungan seseorang dengan orang lain adalah sunnatullah, seperti yang ditunjukkan oleh ayat-ayat di atas. Orang berhak bekerja secara bersama kepada orang lain agar tercapai tujuan hidup mereka. Mereka harus terus bersandar pada keridhaan Allah SWT.

Periklanan adalah kunci berhasilnya program memasarkan atau strategi pemasaran. Promosi membantu dalam penciptaan dan penyebaran informasi tentang institusi pendidikan..Penyebaran informasi yang luas membuat informasi lebih mudah diakses. Sinergi penggunaan media periklanan cetak dan online sangat menentukan sejauh mana penyebaran informasi sehingga dapat berkontribusi terhadap kemajuan institusi. Selain itu, saat ini penggunaan sosial media sangat tinggi dan banyak digunakan untuk memudahkan penyebaran informasi di lembaga pendidikan dan

⁶⁶ Kementerian Agama RI “ Al – Qur’an dan Terjemahnya, Q.S. An Nisa” (Jakarta: Lajnah Pentasihan Mushaf Al – Qur’an) 2022

penggunaan media teknologi di masa depan. Sinergi penggunaan media periklanan baik cetak ataupun online sangat menentukan penyebaran informasi sedemikian rupa sehingga dapat ikut serta terhadap kemajuan lembaga pendidikan.⁷

Karena adanya persaingan di antara institusi pendidikan, perlu adanya strategi pemasaran pendidikan. Periklanan adalah bidang komunikasi yang tidak hanya berfokus pada menjual barang tetapi juga memenuhi kebutuhan pelanggan dengan membuat mereka puas. Akibatnya, promosi adalah faktor yang bagus untuk digunakan dalam memasarkan dan memperkenalkan institusi pendidikan. Saat ini, ada persaingan ketat antara sekolah negeri dan madrasah (agama). Sekolah negeri sering membuka jurusan baru untuk menambah jumlah kelas, sementara madrasah kurang dikenal atau diminati oleh sebagian masyarakat. Akibatnya, sekolah madrasah dianggap sebagai sekolah kelas dua yang tidak dapat bersaing dengan sekolah negeri. Namun, kelompok masyarakat tertentu juga diarahkan ke sekolah yang berbasis agama.

Karena pendidikan dapat menciptakan peradaban yang berharga, setiap negara saat ini bersaing untuk meningkatkan kualitas masyarakatnya. Oleh karena itu, institusi harus dapat meningkatkan mutu dan kualitas pendidikan siswanya agar masyarakat dapat menjadi pemilih dalam menentukan institusi ternyaman untuk anak-anak mereka. Masyarakat bertindak bijak saat memilih sekolah; mereka memilih yang paling murah dan paling berkualitas. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus memiliki kemampuan untuk menghasilkan konsep baru yang sesuai dengan kebutuhan

⁷ 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).

pengguna. Pelajar secara otomatis menolak sekolah jika tidak sesuai dengan keinginan mereka.⁸

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 membantu 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 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

⁸ Sarifudin dan Rehendra Maya, 'Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor , *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 02, No. 02 (Juli 2019), 136.

dengan mengundang masyarakat untuk hadir menyaksikan kegiatan tersebut. Dengan cara promosi tersebut, sekolah juga dapat memperkenalkan program yang terdapat di sekolah, 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 MTs At Attaqwa 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 MTs Attaqwa Jampue

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka peneliti merumuskan masalahnya, yaitu:

1. Bagaimana Strategi promosi di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue?

2. Bagaimana peran Manajemen Humas dalam upaya meningkatkan kualitas promosi di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue?

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi promosi di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue
2. Untuk mengetahui Bagaimana peran Manajemen Humas dalam upaya meningkatkan kualitas promosi di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue

D. Kegunaan Penelitian

Dari sebuah penelitian ini akan memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, maka kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan agar dapat menambah pengetahuan yang telah dipelajari selama masa kuliah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pelengkap khazanah intelektual manajemen pendidikan dan dapat memberikan tambahan keilmuan bagi para akademisi serta pembaca pada umumnya tentang peran Manajemen Humas Dalam Upaya meningkatkan kualitas Promosi

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca serta masyarakat terkait pengimplementasian manajemen Humas ada di sekolah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan mengenai peran manajemen humas dalam melakukan promosi

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian sebelumnya digunakan untuk menentukan persamaan dan perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian yang dapat membantu mengembangkan penelitian yang akan datang.

1. Penelitian yang dilakukan Suci Hariyati, pada tahun 2020, dengan judul Manajemen Humas dalam menarik minat calon peserta didik di MTs Islamiyah Belongkut. Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan cara teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami manajemen humas dalam menarik minat calon peserta didik, termasuk metode-metode manajemen humas, pelaksanaan manajemen humas, dan implikasi dari penerapan manajemen humas sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan manajemen komunikasi publik, semua anggota madrasah, termasuk kepala madrasah, guru-guru, staf, dan karyawan, harus mampu berkolaborasi secara efektif dan memelihara hubungan yang harmonis antara satu sama lain serta dengan masyarakat.⁹
2. Penelitian yang dilakukan oleh Thessy Nabella, pada tahun 2023, dengan judul Humas dalam Mempromosikan Sekolah melalui *Digital Marketing* di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru Adapun metode yang digunakan pada

⁹ Suci Hariyati, 'Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Calon Peserta didik di MTs Islamiyah Belongkut Kecamatan Merbau Kabupaten Labuhan Batu Utara, Skripsi', 167.1 (2020), 1-5

penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas humas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru dalam mempromosikan sekolah melalui *digital marketing*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa divisi humas SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru menggunakan lima elemen bauran pemasaran untuk mempromosikan sekolah secara digital kepada masyarakat. Elemen-elemen ini mencakup penggunaan brosur dan poster digital untuk menginformasikan penerimaan peserta didik baru, serta produksi konten promosi sekolah yang disebarluaskan melalui platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, YouTube, dan website. Selain itu, strategi penjualan juga melibatkan penawaran potongan harga dan gratis biaya pendaftaran..¹⁰

3. Penelitian yang dilakukan oleh Vika Amalia Fathihany, pada tahun 2023, dengan judul Strategi Promosi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar Pada Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2022/2023. Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi humas Universitas Negeri Makassar pada penerimaan Mahasiswa Baru serta untuk mengetahui apa saja hambatan yang dilalui humas dalam promosi penerimaan mahasiswa baru. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat beberapa langkah strategis yang dilakukan oleh divisi humas untuk menarik minat calon

¹⁰ Thessy Nabella, 'Aktifitas Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Melalui Digital Marketing Di Smk Farmasi Yasari Kota Pekanbaru, Skripsi', *UIN Suska Riau*, 6046, 2023.

mahasiswa baru. Pendekatan yang digunakan mencakup promosi, distribusi brosur melalui media sosial, pemasaran langsung dengan kunjungan ke sekolah-sekolah, program penjualan yang mencakup pemberian beasiswa dan partisipasi dalam pameran, serta upaya hubungan masyarakat melalui publikasi tentang kegiatan yang dilakukan.¹¹

Untuk lebih jelasnya perhatikan tabel berikut:

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Suci Hariyati	Manajemen Humas dalam menarik minat calon peserta didik di MTs Islamiyah Belongkut	Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif	perbedaannya yaitu terletak pada fokus penelitian yang mana pada penelitian ini terfokus kepada peran manajemen humas dalam upaya meningkatkan kualitas promosi sedangkan pada penelitian terdahulu hanya fokus pada metode

¹¹ Vika Amalia Fathihany, Strategi promosi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar Pada Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2022/2023, Skripsi', 2023

				yang digunakan humas untuk menarik minat peserta didik
2	Thessy Nabella	Humas dalam Mempromosikan Sekolah melalui <i>Digital Marketing</i> di SMK Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru	Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian sekarang yaitu melakukan promosi sekolah	Perbedaannya yaitu penelitian ini fokus untuk mengetahui peran manajemen humas dalam upaya meningkatkan kualitas promosi sedangkan pada penelitian terdahulu terfokus kegiatan yang dilakukan humas untuk membentuk kepercayaan dan persepsi positif masyarakat terhadap sekolah tersebut dengan

				melakukan promosi melalui <i>digital marketing</i>
3	Vika Amalia Fathihany	Strategi Promosi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar Pada Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun Ajaran 2022/2023	Menggunakan Penelitian Kualitatif dan membahas tentang promosi	Perbedaan lokasi penelitian dan perbedaan fokus penelitian dimana penelitian ini membahas tentang peran manajemen humas dalam upaya meningkatkan kualitas Promosi dan pada penelitian terdahulu fokus pada strategi promosi humas Lembaga Pendidikan tinggi

B. Tinjauan Teori

1. Peran

a. Pengertian Peran

Peran adalah dinamika yang melekat pada kedudukan seseorang, sementara status merujuk pada hak dan kewajiban yang terkait dengan kedudukan tersebut. Ketika seseorang memenuhi hak dan kewajiban yang sesuai dengan tempatnya, ia melaksanakan suatu fungsi.¹²

Peran diartikan sebagai ekspektasi sosial, dan ekspektasi sosial tersebut merupakan bagian dari diri. Diri dapat eksis dalam bentuk beberapa peran individu. Intinya, teori peran dapat dipahami baik dari sudut pandang psikologis maupun sosial. Rangkaian peran dalam masyarakat membentuk suatu struktur di mana interaksi sosial dapat berlangsung secara terkendali. Suatu peran memiliki banyak aspek, antara lain:

- 1) Peran yang diperankan oleh seseorang
- 2) Peran mencakup perilaku yang dipertontonkan oleh individu, yang bisa dilihat, dan peran ini juga membentuk kepribadian orang yang menjalankannya.
- 3) Setiap peran dibatasi oleh konteks waktu dan tempat tertentu. Individu memiliki beberapa peran dalam kehidupannya dan menjalankannya sehari – hari, seringkali secara berurutan.

b. Jenis – jenis Peran

Melihat dari penjelasan di atas, peran dibedakan menjadi tiga jenis. Adapun jenis-jenis peran adalah sebagai berikut.:

¹² Susi Yanti Rahim, 'Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Kinerja Guru', *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5.1 (2020), 66–73.

1) Peran Aktif

Seseorang yang berkontribusi aktif terlibat secara penuh dalam kegiatan organisasi. Tingkat keterlibatan seseorang dapat diukur dengan melihat seberapa sering mereka hadir dan memberikan kontribusi kepada organisasi.

2) Peran Partisipatif

Peran partisipatif dikerjakan hanya pada saat ingin di pergunakan dalam waktu yang telah ditentukan.¹³

3) Peran Pasif

Peran pasif adalah peran yang tidak dikerjakan oleh individu tersebut. Dalam konteks masyarakat, peran yang tidak aktif hanya berfungsi sebagai symbol dalam situasi tertentu.

2. Manajemen Humas

a. Pengertian Manajemen Humas

Perencanaan, pengaturan sumber daya, arahan kegiatan, komunikasi, dan strategi lainnya adalah semua proses yang termasuk dalam manajemen untuk mencapai tujuan dengan efektif. Manajemen juga disebut sebagai proses yang

¹³ HD Wijayanto, 'Peran Dinas Sosial Dalam Pemberdayaan Anak Jalanan Di Kabupaten Magetan', *Journal of Chemical Information*, 53.9 (2019), 1689–99.

mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian, karena rencana harus dijalankan dan pelaksanaan harus dipantau agar sesuai dengan rencana.¹⁴

Jika berbicara tentang PR (Public Relations), istilah bahasa asingnya sering disamakan dengan kata PR. Public Relations (PR) merupakan suatu metode atau teknik yang digunakan untuk menjelaskan sesuatu secara lebih baik kepada masyarakat sehingga dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap suatu hal. Glenn dan Denny Griwold menyatakan bahwa Joko Pramono PR adalah fungsi administratif yang memimpin sikap publik, merencanakan dan melaksanakan rencana untuk mencapai pemahaman dan pengakuan publik, dan mengkomunikasikan kebijakan dan prosedur organisasi atau individu berdasarkan kepentingan publik.¹⁵ Sebaliknya, Bonnar menggambarkan manusia sebagai upaya sadar untuk membuat orang lain berpikir positif, menghargai, mendukung, dan bersimpati dengan organisasinya melalui komunikasi.¹⁶

Pentingnya PR juga telah dijelaskan dalam Islam. Hubungan yang baik juga akan berjalan dengan baik. Humas Islam dikatakan mempromosikan pengenalan Islam. Dakwah ini memperkenalkan Islam kepada masyarakat. Hal ini dapat diketahui dari Q.S. An Nahl/16 :125, yang berbunyi :

¹⁴ Murni, 'Konsep Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan Islam', *Jurnal Intelektualita*, 05.01 (2017), 28.

¹⁵ Joko Pramono, 'Otomatisasi Tata Kelola Humas dan Pertokohan Kelas XI (Yogyakarta: Andi Press, 2019), 3.

¹⁶ Juhji, 'Perkembangan, Fungsi, dan Peran Humas Lembaga Pendidikan (Bandung : Widiana Bakti Persada, 2020), 4.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٧٠﴾

Terjemahnya:

“Serulah (Manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan Hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”¹⁷

Jelas dari ayat ini bahwa hubungan yang baik harus dijalin dengan niat yang baik dan perkataan yang baik. Dalam Islam, hubungan baik harus dijaga hanya untuk mendapat hidayah dari Allah SWT. Hal ini konsisten dengan manajemen PR dalam mengkomunikasikan strategi promosi. Salah satunya dengan membangun komunikasi yang baik baik secara internal maupun eksternal.

Berdasarkan pengertian di atas maka pengertian Secara umum, humas merupakan fungsi yang menghubungkan antara organisasi dengan masyarakatnya, baik itu dengan anggota internal seperti guru, pegawai, dan peserta didik di lembaga pendidikan, maupun dengan pihak eksternal seperti orang tua. Dalam konteks ini jelas bahwa humas (humas) yaitu bagian terpenting dalam suatu kelompok atau individu. Dalam hal manajemen hubungan, keefektifannya tentu saja dapat membantu lembaga pendidikan baik secara internal maupun eksternal. Namun tugas humas suatu lembaga bukan

¹⁷ Kementerian Agama RI, *AL Qur'an Terjemahannya*. Jakarta, 2017

sekedar publisitas saja, melainkan bagaimana lembaga tersebut dapat menjalin hubungan kerjasama dengan pihak luar lembaga dalam bentuk networking.¹⁸

b. Fungsi Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan

Dari konsep manajemen humas tersebut, tahapan utama atau proses dalam manajemen mencakup: perencanaan, pengaturan, penggerakkan dan pengawasan dalam konteks kegiatan di lembaga pendidikan.

1) Fungsi Perencanaan

Perencanaan melibatkan menentukan tujuan, cara mencapainya, jumlah waktu yang dibutuhkan, jumlah orang yang dibutuhkan, dan biaya. Sebelum prosedur dilakukan, persiapan dilakukan. Menentukan tujuan dan menemukan cara terbaik untuk mencapainya adalah bagian dari perencanaan. Perencanaan kehumasan lembaga pendidikan adalah rencana yang disepakati dan disepakati oleh karyawan tentang apa yang harus dicapai oleh organisasi.

Setiap aktivitas administrasi atau manajemen memerlukan perencanaan. Perencanaan dan pelaksanaan operasional yang buruk akan menyebabkan banyak masalah dan kegagalan. Perencanaan adalah kumpulan tindakan yang telah diputuskan sebelumnya untuk mencapai suatu tujuan. Dalam Islam, ini disebut niat baik.¹⁹

¹⁸ Muhammad Nur Hakim, 'Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus Di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto)', *Nidhomul Haq : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4.1 (2019)

¹⁹ Agus Suyanto, 'Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Di Universitas Islam Malang', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16.3 (2017), 3.

2) Fungsi Pengorganisasian

Organisasi mempunyai arti sebagai pembagian tugas antara manusia yang ikut serta dalam berkerja bersama lembaga pendidikan. Tujuan organisasi adalah untuk mengetahui siapa yang melaksanakantugas sesuai dengan prinsip pengelolaan lembaga pendidikanSalah satu fungsi organisasi adalah untuk memberikan tugas kepada setiap unit, membentuk departemen, menetapkan wewenang dan tanggung jawab, membangun sistem komunikasi, dan mengoordinasikan pekerjaan setiap pekerja dalam kelompok kerja yang terorganisir dan khusus.

Tujuan utama Penyelenggaraan program di lembaga pendidikan meliputi penetapan tugas, batasan waktu dan kebutuhan, serta tugas dan tanggung jawab, penetapan relasi kuasa, relasi pengawas, dan relasi komunikasi. Namun, dasar penataannya adalah lembaga pendidikan beroperasi dengan tujuan yang jelas dan mudah dimengerti oleh semua guru dan staf, termasuk siswa dan orang tua.²⁰

3) Fungsi penggerakan (*Actuating*)

Aktivasi merujuk pada seluruh proses yang bertujuan untuk mendorong anggota agar bekerja dengan kesungguhan dan dedikasi demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Motivasi berfungsi untuk menginspirasi anggota sehingga mereka menjalankan tugas dengan penuh semangat dan niat yang baik.²¹

²⁰ Elfridawati Mai Duhani, 'Fungsi Dan Peran Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan', *Jurnal Horizon Pendidikan*, 9.2 (2017), 165–70.

²¹ Ramdanil Mubarak, 'Pelaksanaan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam', *Al-Rabwah*, 13.01 (2019), 27–44

Dalam pelaksanaan kegiatan Humas, penting untuk memperhatikan koordinasi antara berbagai elemen kegiatan dan sinkronisasi waktu. Mobilisasi ini dikerjakan oleh petinggi di suatu lembaga, seperti pimpinan yayasan atau pengawas pondok pesantren. Dari sudut pandang pengaktifan, dalam Islam, hal ini sering disamakan dengan Mujahada.

4) Fungsi Pengendalian

Fungsi pengendalian pada dasarnya adalah proses yang memastikan bahwa tujuan organisasi tercapai. "Pengendalian melibatkan mengukur dan memperbarui terhadap terlaksananya kerja bawahan untuk memastikan bahwa rancangan yang telah disusun guna mencapai tujuan kelompok dapat dilaksanakan dengan efektif." Oleh karena itu, tujuan pengawasan adalah memastikan bahwa pelaksana membatasi kegiatannya agar tetap fokus pada tujuan tanpa menyimpang dari komitmen yang telah dibuat. Pengendalian membentuk siklus penuh dalam fungsi pengendalian dan mengarahkan kembali pada perencanaan organisasi.

Selain itu, pengendalian memiliki keterkaitan perencanaan, dan kedua fungsi ini saling melengkapi karena:

- a) Manajemen dimulai dengan perencanaan.
- b) Pemantauan hanya bias dijalankan jika terdapat rancangan yang jelas.
- c) Pelaksanaan rancangan dapat optimal bila pemantauan dikerjakan dengan efektif.

d) Pencapaian tujuan, dapat dievaluasi secara bagus setelah dilakukan proses evaluasi atau monitoring.²²

c. Peran Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan

Karena setiap organisasi memerlukan seorang pengelola humas untuk melaksanakan program kerja dan menjaga reputasi organisasi, peran humas sangat penting dan bergantung pada hubungan masyarakat. Humas merupakan perantara untuk menciptakan citra yang berbentuk terhadap suatu institusi tertentu di masyarakat²³

Adapun Peran Humas secara umum adalah:

1) *Communicator* (Komunikator)

Keterampilan untuk berkomunikasi secara offline maupun secara online melalui media cetak, elektronik, atau lisan Humas juga melakukan peran mediator dan persuader.

2) *Relationship* (Hubungan)

keterampilan humas memungkinkan lembaga yang diwakilinya untuk menjalankan hubungan yang baik dengan audiens dalam dan luar serta bertujuan untuk membangun penjelasan, keyakinan, support, kerja sama, dan menghargai antara manajemen dan masyarakat.

3) *Back up Management* (Dukungan Manajemen)

²² Hasan Munawar, 'Identifikasi Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Organisasi UKM (Studi Kasus Pada Asosiasi Industri Kecil Menengah Agro/AIKMA)', *Jurnal Bisnis*, 4.1 (2016), 1–15.

²³ Mifrohatul Musyarrofah, 'Peran Humas Dalam Pengembangan Pendidikan Tinggi', *Idarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2.1 (2018), 11–23

memberi dukungan manajemen atau dukungan tambahan seperti pengelolaan kampanye, pemasaran, operasional, dan personalia untuk mencapai tujuan suatu kelompok.

4) *Good Image Maker* (Menciptakan Citra Positif)

Membentuk dan memelihara citra positif melalui berbagai publikasi dan aktivitas, yang merupakan tujuan utama dalam manajemen kehumasan, untuk membentuk citra atau nama dari dan lembaga atau organisasi dan produk yang diwakilinya²⁴

Peran Humas dalam sekolah atau pesantren mempunyai dimensi yang strategis dalam pengelolaan lembaga pendidikan Islam ini. Hal ini didasarkan pada penelitian yang menegaskan bahwa Humas memegang peran penting dalam mengelola komunikasi antara sekolah dan masyarakat, serta mempublikasikan program-program pendidikan yang ditawarkan oleh pesantren atau sekolah. Selain itu, Humas juga berperan aktif dalam membangun respon positif pesantren atau sekolah di mata Masyarakat

- 1) **Mengelola Komunikasi:** Sebagai penghubung utama antara pesantren dan masyarakat, Humas bertugas untuk memastikan bahwa informasi mengenai kegiatan, program, dan prestasi pesantren disampaikan dengan jelas dan efektif. Ini melibatkan komunikasi dua arah, di mana Humas juga harus mendengarkan masukan dan umpan balik dari masyarakat.
- 2) **Mempublikasikan Program Pendidikan:** Salah satu tanggung jawab kunci Humas adalah mempublikasikan program-program pendidikan pesantren kepada calon siswa, orang tua, dan masyarakat umum. Hal ini bertujuan

²⁴ nursahwa St. Ibrah Mustafa Kamal, 'Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al Rasyid Bontonompo Gowa', *Jambura Economic Education Journal*, 5.1 (2023), 64.

untuk meningkatkan kesadaran tentang penawaran pendidikan pesantren dan menarik minat para calon siswa.

- 3) Membangun Citra Positif: Humas berperan dalam membentuk citra positif pesantren di mata masyarakat. Ini mencakup upaya untuk mengatasi stereotip negatif yang mungkin ada tentang pesantren dan menyoroti prestasi serta kontribusi pesantren dalam pendidikan dan masyarakat lokal.
- 4) Pengelolaan Media Sosial dan Komunikasi Online²⁵: Dalam era digital saat ini, Humas juga perlu memahami dan mengelola media sosial dan komunikasi online pesantren. Ini termasuk memelihara situs web resmi, media sosial, dan saluran komunikasi online lainnya untuk berinteraksi dengan masyarakat dan mempublikasikan informasi secara efisien.

Keberhasilan Humas dalam menjalankan peran strategis ini dapat berkontribusi signifikan terhadap perkembangan pesantren, pertumbuhan jumlah siswa, dan citra positif pesantren dalam masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi pesantren untuk memberikan perhatian yang cukup pada pengelolaan dan pengembangan peran Humas dalam lembaga mereka.

3. Promosi

a. Pengertian Promosi

Salah satu elemen penting dalam proses pemasaran adalah promosi. Promosi penjualan merupakan aspek terpenting dari bauran pemasaran yang dikerjakan perusahaan untuk mempromosikan barang dan jasanya; Hal ini mencakup upaya untuk menyampaikan informasi kepada sasaran pasar dengan

²⁵ Istifadah, 'Peran Strategis Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kualitas Pesantren : Analisis Peran , Kualitas Hubungan , Dan Dampaknya', *Studies in Islamic School and Social Education*, 1.1 (2023), 47–58.

maksud membuat agar bersedia mengambil, belanja, dan tetap pada barang dan jasa yang ditawarkannya. Ini biasanya dilakukan melalui periklanan.

Salah satu komponen penting dari bauran pemasaran adalah periklanan, yang berfungsi sebagai cara untuk mempromosikan barang dan jasa perusahaan. Promosi penjualan biasanya dilakukan melalui alat periklanan dan juga berfungsi sebagai cara untuk meyakinkan pelanggan untuk membeli atau memakai barang atau jasa yang mereka inginkan.²⁶

Promosi adalah faktor kunci yang memengaruhi berhasilnya suatu kegiatan atau strategi pemasaran. Iklan sangat berguna dalam menyebarkan informasi mengenai lembaga pendidikan dan dapat meningkatkan minat calon siswa.

Meluasnya penyebaran informasi mendorong perolehan informasi secara cepat. Informasi mudah didapat, apalagi media sosial digunakan saat ini untuk memudahkan penyebaran informasi di lembaga pendidikan dan selanjutnya penggunaan media teknologi khususnya website dan media sosial lainnya. Luasnya penyebaran informasi sebenarnya ditentukan oleh sinergi penggunaan iklan cetak dan online.

Di era globalisasi ini terjadi persaingan antar lembaga dalam dunia pendidikan, sehingga banyak terjadi institusi yang menolak penggunaannya dengan berbagai alasan. Oleh karena itu, manajemen profesional diperlukan untuk melakukan manajemen memperkenalkan jasa pendidikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta memperkuat pencapaian lembaga

²⁶ Onny Fitriana Sitorus and Novelia Utami, 'Buku Ajar Strategi Promosi Penjualan', *Fkip Uhamka*, 2017, 29.

pendidikan. Di sini persaingan antara sekolah negeri dan madrasah sangat ketat. Menurut Alma ada 4 elemen dalam promosi yaitu:

- 1) *Advertising*, penyampaian pesan pemasaran kepada pelanggan menggunakan cara persuasif dengan tujuan memasarkan produk (jasa, barang dan ide)
- 2) *Personal selling*, pelaksanaan penawaran yang mudah dalam menggugah hati pelanggan karena dilakukan secara langsung pada pelanggan
- 3) *Public relation*, Kotler dalam Alma menyatakan bahwa public relation ini menciptakan good relation terhadap masyarakat agar memiliki citra yang baik.²⁷
- 4) *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.²⁸

b. Strategi Promosi dalam Lembaga Pendidikan

Strategi adalah metode yang digunakan untuk merencanakan, mengorganisasi, dan menerapkan gerakan dalam jangka waktu tertentu. Teknik yang baik memiliki tim yang bekerja sama, tema yang menunjukkan elemen pendukung sesuai standar penerapan, berpikir cerdas, cerdas secara keuangan, dan strategi untuk mencapai tujuan yang nyata. Strategi promosi sekolah menghadirkan sekolah agar dapat berkembang, berbagai proses pendidikan yang biasa dilaksanakan sekolah meningkatkan jumlah siswa di

²⁷ Anisatun Nurul Uluwiyah, 'Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix), 2022

²⁸ Muhammad Imam Khaudli Ahmad kanzul Farizi and Program, 'Peran Waka Humas Dalam Upaya Promosi Guna Menarik Minat Calon Peserta didik Di MTs Al Amiriyah', 2, 2022, 9–11.

sekolah sehingga lembaga pendidikan dapat mencapai tujuan dan harapan perbaikan yang diinginkan. kualitas sekolah.

Komunikasi pemasaran dapat menciptakan bauran pemasaran dengan menggunakan branding yang berbeda dari lawannya kepada konsumen. Penggunaan branding dapat menciptakan hubungan erat yang membangun loyalitas.²⁹

Promosi sekolah merupakan implementasi dari strategi penting yang membantu sekolah dalam mencapai tujuan dan targetnya. Pada bagian ini, terdapat beberapa langkah yang diambil, meliputi pembahasan tentang tujuan serta metode yang digunakan untuk mencapainya.

- 1) Kumpulan tindakan yang dilakukan untuk menentukan tujuan dan jalan yang diambil organisasi merupakan bagian dari perencanaan
- 2) Pelaksanaan berarti mendorong kelompok orang dengan berbagai cara untuk mencapai tujuan organisasi. mitra yang terlibat dalam proses mencapai tujuan
- 3) Evaluasi adalah proses pemberian penilaian terhadap hasilnya dari salah satu kegiatan yang berkontribusi terhadap pencapaian tujuan.

c. Strategi Humas dalam meningkatkan kualitas promosi di Lembaga Pendidikan

Humas pada lembaga pendidikan memerlukan strategi pemasaran untuk memperkenalkan, mengkomunikasikan dan menggalang simpati masyarakat untuk mengubah mereka menjadi pelanggan pendidikan. Pemasaran memiliki

²⁹ St. Ibrah Mustafa Kamal. Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al Rasyid Bontonompo Kabupaten Gowa, '1, 2023

tiga dimensi yaitu. strategi, taktik dan nilai. Tujuan dari strategi pemasaran adalah untuk mendapatkan opini publik. Komponen utama strategi sendiri adalah segmentasi, penargetan, dan positioning. Ketiga komponen ini juga merupakan langkah utama dalam pemasaran strategis kontemporer, juga dikenal sebagai strategi STP.

1) *Segmentation* (Pemetaan Pasar)

Proses membagi pasar dengan beberapa perkumpulan yang berbeda sesuai kebutuhan, fitur, atau sikap yang mungkin relevan untuk barang dan strategi pemasaran tertentu diketahui sebagai segmentasi pasar. Tujuan dari segmentasi pasar adalah untuk menghemat uang dengan fokus pada calon pembeli yang paling potensial. Segmentasi juga berfungsi untuk menyelaraskan kebutuhan dan aktivitas..³⁰

Dalam melakukan segmentasi atau pemetaan, PR lembaga harus memahami secara realistis tujuan yang ingin dibidik, sehingga perencanaan strategis pemasaran lembaga pendidikan dapat tepat sasaran. Selain itu, PR harus memahami kebutuhan masyarakat tentang layanan pendidikan, kampanye, dan upaya untuk meningkatkan keyakinan individu atau kelompok untuk memberikan keluasan segmen pendidikan.

2) *Targeting* (Menentukan Target)

³⁰ Hani Sirine Hari Wijaya, 'Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap', *Ajje*, 1.3 (2016), 175–90

Sasaran atau target pasar harus ditentukan karena lembaga pendidikan tentu saja tidak bisa melayani semua pelanggan pendidikan, karena pelanggannya tersebar dan keinginannya berbeda-beda. Jadi, lembaga pendidikan harus memilih calon pelanggan sedemikian rupa sehingga lembaga pendidikan tersebut dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya serta loyal terhadap lembaga pendidikan tersebut.

Berbagai tantangan yang dihadapi oleh institusi dan dinamika dalam hubungan masyarakat menuntut manajer hubungan masyarakat untuk menjalankan seleksi tujuan dengan seksama. Tujuan yang dipilih haruslah memberikan kontribusi yang memuaskan bagi lembaga, sejalan dengan ekspektasi yang telah ditetapkan. Dengan pendekatan ini, pencapaian tujuan pemasaran lembaga pendidikan melalui upaya hubungan masyarakat dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.

3) *Positioning* (penempatan posisi/keunggulan)

Perusahaan menggunakan strategi positioning untuk menunjukkan nilai kepada konsumen dalam suatu segmen tertentu, membedakannya dari pesaingnya. Proses positioning mencakup pengenalan, pengembangan, dan komunikasi keuntungan yang unik dan membedakan, sehingga produk atau jasa yang ditawarkan dilihat lebih baik daripada yang ditawarkan pesaing. Oleh karena itu, untuk membangun hubungan yang baik antara pemasar dan pelanggan, penting untuk berkomunikasi dengan baik.³¹

Pengelola humas suatu lembaga pendidikan harus melakukan aktivitas positioning yang berkaitan dengan penyampaian layanannya atau positioning

³¹ Saparso, *The Marketing Process*, 2019.

keunggulan layanannya dibandingkan pesaing. Keunggulan komunikasi yang harus dilakukan untuk memberi tahu masyarakat atau pengguna layanan pendidikan tentang lembaga komitmen untuk meningkatkan kualitas layanan lulusan.. Manfaat yang dimiliki juga dapat dijadikan sebagai bukti pelayanan terhadap masyarakat yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat khususnya pelanggan edukasi.

C. Kerangka Konseptual

1. Peran

Soerjono Soekanto mengatakan bahwa peran adalah bagian yang selalu berubah dari status atau kedudukan seseorang. Seseorang memainkan suatu peran ketika ia menjalankan hak dan kewajibannya sesuai dengan posisinya. Setiap anggota kelompok memiliki cara yang berbeda untuk melaksanakan tugas, tanggung jawab, atau tugas yang diberikan oleh kelompok atau lembaga mereka. Riyadi menyatakan bahwa peran dapat didefinisikan sebagai orientasi dan konsep tentang bagaimana seseorang bertindak dalam konteks sosialnya. Dengan memahami peran tersebut, orang dan organisasi dapat berperilaku sesuai dengan harapan masyarakat.³²

2. Manajemen

Manajemen diperlukan untuk mengarahkan dan mencapai tujuan setiap lembaga. Banyak orang yang bekerja di sana, dan mereka harus bekerja sama untuk manajemen yang baik. Menurut Robert Kritiner, manajemen adalah proses memimpin individu agar dapat tercapai tujuan dari organisasi dalam kondisi yang

³² Syaron Brigette Lantaeda, Florence Daicy J. Lengkong, and Joorie M Ruru, 'Peran Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Penyusunan Rpjmd Kota Tomohon', *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 04.048 (2020), 243.

selalu berbeda, dengan penekanan pada penggunaan sumber daya manusia secara efisien. Pendapat ini menekankan betapa pentingnya manajemen sekolah, terutama dalam mengelola hubungan masyarakat, karena sekolah tidak dapat berkembang tanpa hubungan masyarakat yang baik.³³

3. Humas

Hubungan masyarakat adalah suatu bidang ilmu sosial yang melibatkan analisis, perencanaan, pengaturan, dan implementasi program-program terencana untuk memenuhi kepentingan atau tujuan suatu instansi atau organisasi dalam hubungannya dengan masyarakat. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa definisi umum dari public relations adalah fungsi manajemen yang berkaitan dengan evaluasi sikap masyarakat, identifikasi kebijakan dan cara individu atau kelompok bertindak untuk kepentingan masyarakat. Selain itu, public relations juga mencakup perencanaan dan pelaksanaan program-program untuk menarik perhatian, memperkenalkan, meningkatkan pengetahuan, mendorong partisipasi, dan mendapatkan dukungan dari masyarakat luas.

4. Promosi

Promosi adalah upaya atau tindakan untuk memberikan peningkatan sesuatu, seperti peningkatan penjualan atau bisnis. Setiap lembaga harus melakukan promosi di bidang pendidikan. Menciptakan pesan persuasif yang efektif untuk menarik perhatian masyarakat adalah inti dari kegiatan promosi. Dalam dunia bisnis, promosi adalah tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan hasil, penjualan, dan

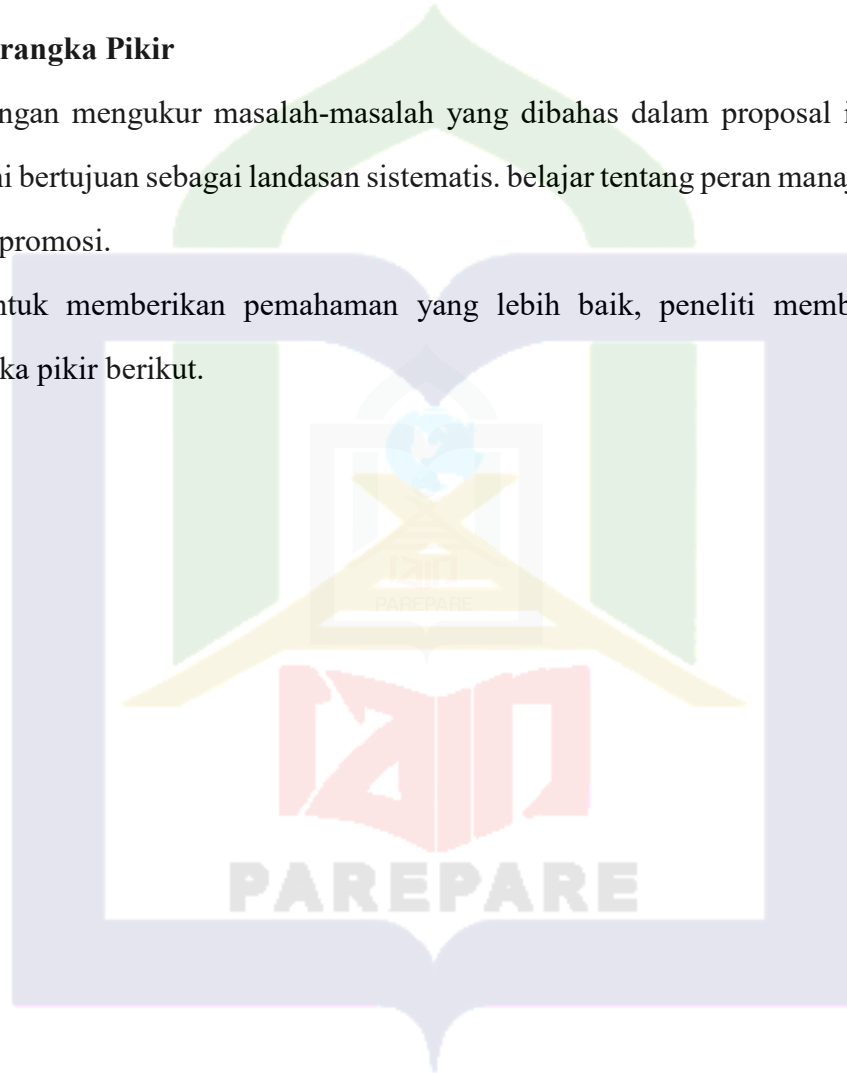
³³ Rahmatulloh, 'Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di MTSN 2 Lamongan', *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam*, 2.2 (2020), 108–23.

pendapatan. Tujuan dari promosi adalah untuk memberi tahu orang tentang keberadaan produk, manfaatnya, keunggulannya, fiturnya, harganya, dan bagaimana memperolehnya.³⁴

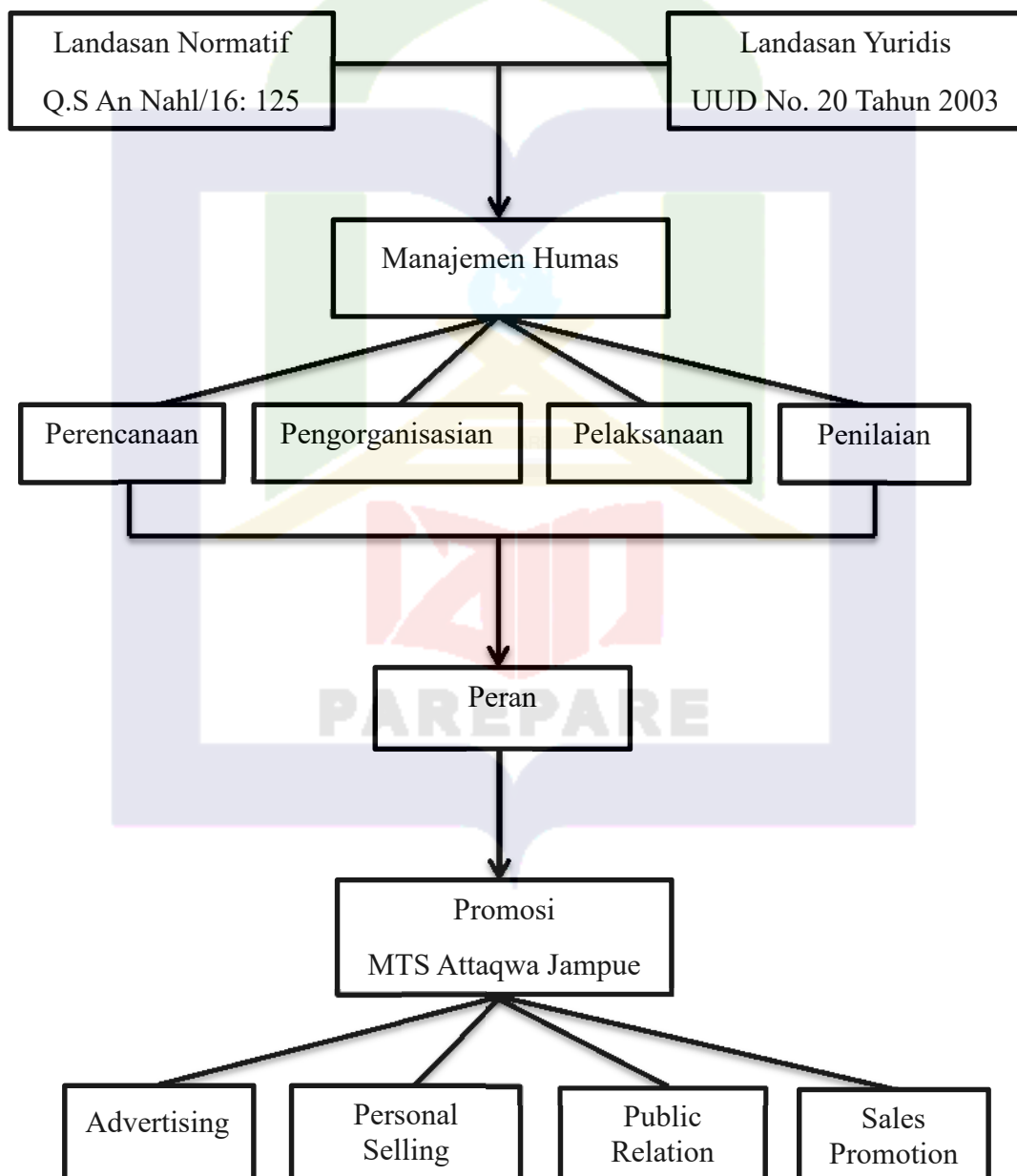
D. Kerangka Pikir

Dengan mengukur masalah-masalah yang dibahas dalam proposal ini, kerangka pikir ini bertujuan sebagai landasan sistematis. belajar tentang peran manajemen humas dalam promosi.

Untuk memberikan pemahaman yang lebih baik, peneliti membuat diagram kerangka pikir berikut.



³⁴ Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi', *Jurnal Common*, 3.1 (2019), 71–80



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif menitikberatkan pada proses daripada hasil akhir. Pendekatan ini juga mengedepankan pengertian, penalaran, dan interpretasi situasi yang spesifik dalam konteks tertentu. Akibatnya, urutan tindakan dapat berubah tergantung pada kondisi dan gejala yang muncul.³⁵ Studi kasus adalah jenis penelitian terhadap kasus tertentu yang diajarkan dengan beberapa waktu dan aktivitas tertentu (seperti acara, program, proses, institusi, atau kelompok sosial), dan berbagai metode pengumpulan data dipergunakan selama jangka waktu yang ditentukan untuk mendapatkan informasi yang lengkap.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun Lokasi Penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian yaitu di MTs Attaqwa Jampue. Peneliti tertarik melakukan penelitian ini karena ingin mengetahui lebih lanjut terkait peran apa yang dilakukan Manajemen Humas dalam upaya meningkatkan kualitas promosi (Studi Kasus Di MTs Attaqwa Jampue)

2. Waktu Penelitian

³⁵ Syukri and Sumarni, 'Strategi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Makassar', *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (JKO)*, 2.1 (2020), 43–52

Kegiatan penelitian dilakukan dalam kurun waktu sekitar 6 bulan disesuaikan dengan keperluan riset

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah penentuan konsentrasi sebagai arah penelitian untuk mengumpulkan dasar-dasar penelitian. Untuk mempermudah dan mengarahkan penelitian ke arah yang tepat, bidang penelitian dibatasi. Fokus penelitian adalah untuk menetapkan ruang lingkup penelitian dan menjelaskan korelasinya dengan data yang akan dikumpulkan.

Pembatasan ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengurutkan data di bidang ini sesuai dengan kepentingan dan kebaruan informasi yang mereka peroleh, mengingat banyaknya data yang mungkin dikumpulkan di bidang tersebut.

Untuk memastikan bahwa ada korelasi yang jelas antara subjek penelitian dan data yang dikumpulkan, peneliti harus menentukan fokus penelitian. karena penelitian ini berpusat pada :

1. Manajemen Humas

Manajemen Hubungan Masyarakat melibatkan berbagai kegiatan, seperti merencanakan acara, menyediakan informasi, dan mengelola komunikasi dengan masyarakat. Acara dapat berupa seminar, lokakarya, dan kegiatan sosial dengan berbagai format Penyediaan informasi mencakup berbagai hal, seperti informasi tentang prestasi siswa, kegiatan sekolah, dll. Dalam berbagai situasi, pengelolaan hubungan masyarakat mencakup interaksi dengan orang tua siswa, masyarakat umum, dan orang lain.

2. Promosi

Iklan (iklan), promosi penjualan (promosi penjualan), penjualan individu (penjualan individu), dan hubungan masyarakat adalah semua bagian dari promosi.

D. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif, yang berarti memerlukan informasi opini, pendapat, atau kalimat bukan angka. Jenis data ini diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data, seperti dokumentasi, wawancara, dan observasi.

2. Sumber Data

Kata-kata dan tindakan merupakan basis data untuk penelitian kualitatif. Sumber seperti dokumen juga dapat memberikan kontribusi. Jadi, sumber data merujuk kepada informasi yang dikumpulkan untuk menanggapi pertanyaan penelitian. Data primer dan sekunder digunakan dalam studi ini.

a. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber yang memberikan data secara langsung kepada peneliti sebagai pengumpul data melalui teknik wawancara dengan informan atau sumber yang relevan. Penelitian ini menggunakan metode studi lapangan secara langsung. Sumber data primer dalam penelitian ini mencakup guru, kepala sekolah, komite sekolah atau masyarakat, dan siswa sebagai informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber kedua atau lebih, yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, misalnya melalui dokumen atau dari sumber lain. Sumber data sekunder dalam studi ini mencakup literatur, skripsi, jurnal, dan dokumen terkait yang relevan dengan topik penelitian.³⁶

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tahapan krusial dalam sebuah penelitian karena tujuan utamanya adalah memperoleh data yang sesuai dengan fakta. Dalam studi ini, beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain:

a. Observasi

Observasi dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap gejala objek penelitian dikenal sebagai observasi. Penggunaan pancaindra untuk mengumpulkan informasi adalah inti dari kegiatan observasi. Objek penelitian mengamati dan mencatat tentang perilaku alamiah mereka, dinamika yang terlihat, dan representasi perilaku dalam konteks penelitian. Salah satu jenis alat adalah lembar cek list, yang berisi daftar pengamatan yang ditunjukkan dengan tanda cek (√) sesuai dengan elemen yang diamati

b. Wawancara

Wawancara adalah proses dialog dua orang untuk bertukar informasi yang dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan artikel dengan fokus pada topik tertentu. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan informasi melalui serangkaian pertanyaan dan jawaban secara lisan. Untuk mendapatkan informasi yang lebih

³⁶ Sugiyono, 'Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2017.

akurat, teknik observasi sering digunakan bersama dengan wawancara mendalam. Untuk meningkatkan akurasi informasi, sering kali teknik observasi digunakan bersama wawancara mendalam, yang memungkinkan penggalian lebih dalam terhadap data yang diperoleh. Pendekatan ini penting untuk memastikan keakuratan data yang terkumpul

Wawancara dengan bertanya langsung kepada responden atau informan penelitian merupakan salah satu teknik. Teknik wawancara melibatkan pengajuan pertanyaan secara langsung kepada responden atau informan penelitian, sehingga memfasilitasi pengumpulan data secara interaktif dan tatap muka.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode untuk menghimpun informasi secara visual, lisan, maupun tertulis. Zuriyah menjelaskan bahwa dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui dokumen tertulis, seperti arsip. Dokumen ini bisa mencakup teori-teori, pendapat, argumentasi, atau hukum yang terkait dengan isu penelitian. Dokumen digunakan untuk mencatat tindakan, kegiatan, atau peristiwa masa lalu yang di dokumentasikan dan diarsipkan. Dokumen bisa berupa teks, gambar, atau karya lainnya dalam konteks penelitian kualitatif observasi dan wawancara digunakan sebagai sumber data tambahan.³⁷

³⁷ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, Yogyakarta Press, 2020

F. Uji Keabsahan Data

Salah satu konsep penting adalah keabsahan data, yang diperkuat oleh validitas dan reliabilitas.³⁸ Dalam konteks ini, peneliti harus menjelaskan dengan jelas metode yang digunakan untuk memverifikasi data yang dikumpulkan. Peneliti melakukan langkah-langkah berikut untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini:

1. Pengecekan Triangulasi

Artinya dilakukan pengecekan silang secara menyeluruh terhadap informasi yang dikumpulkan, teori dan temuan wawancara, serta hasil wawancara atau pendapat para ahli di bidang penelitian tertentu.³⁹ Dalam penelitian ini, digunakan dua pendekatan triangulasi: triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Pendekatan ini diterapkan dengan memanfaatkan teknik pengumpulan data yang beragam serta sumber informasi atau informan yang berbeda, guna memastikan informasi yang diperoleh lebih akurat dan valid. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman para ilmuwan terhadap temuan tersebut. Agar informasi yang diterima lebih konsisten, lengkap dan terpercaya. Triangulasi teknik pengumpulan data yaitu memadukan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada saat yang sama, sumber informasi dilakukan triangulasi dengan menggabungkan informasi yang diterima dari pengelola hubungan masyarakat, kepala sekolah, guru, siswa, dan masyarakat.

³⁸ Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (ponorogo; PT. Nata Karya, 2019),272.

³⁹ Sugiyono. *Metode Penelitian, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan RD*,253-254

2. Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai ketepatan antara informasi yang terkandung dalam objek penelitian dan informasi yang disajikan peneliti. Beberapa metode yang dipakai menguji reliabilitas bahan penelitian termasuk ketekunan yang lebih besar selama penelitian, diskusi dengan teman, analisis kasus negatif, dan pengecekan anggota.⁴⁰

3. Uji Dependabilitas (Reliabilitas)

Penelitian reliabilitas adalah penelitian yang menghasilkan hasil yang konsisten setelah beberapa pengujian. Reliabilitas diuji dengan meninjau seluruh proses penelitian. Cara auditor atau pembimbing independen menyatukan seluruh aktivitas peneliti selama penelitian. Contohnya, mereka dapat mulai dengan mengidentifikasi masalah, melakukan pekerjaan lapangan, mengumpulkan data, menganalisisnya, menguji validitas, dan membuat laporan hasil temuan.⁴¹

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data

Analisis data melibatkan pengaturan dan pengelompokan data ke dalam unit deskriptif dasar, seperti pola, kategori, dan kategori, untuk membantu menemukan topik dan merumuskan hipotesis kerja. Logika, penalaran induktif, analogi, dan perbandingan adalah komponen penting dalam kualitatif data. Menurut Nasution, analisis data dilakukan sebelum memulai penelitian lapangan, selama penelitian lapangan, dan setelah penelitian selesai. Analisis dimulai dengan masalah diskusi

⁴⁰ Ruth Bunga Sigourney, 'Uji Keabsahan Data, Content Analysis Dalam Penelitian Kualitatif', 2022.

⁴¹ Mohd. Amrah Ridho, ' Metodologi Riset', 2019, 1–8.

dan diakhiri dengan penulisan temuan penelitian..⁴² Analisis data menjadi dasar penelitian selanjutnya hingga, jika memungkinkan, teori "membumi". Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih terfokus pada proses pengumpulan data di lapangan daripada setelahnya, dan biasanya dilakukan selama proses pengumpulan data. Analisis data terdiri dari tiga aktivitas:

a. Reduksi Data

Data yang dikumpulkan dari lapangan bisa sangat melimpah, sehingga perlu dicatat dengan teliti dan terperinci. Semakin lama peneliti melakukan pengumpulan data di lapangan, jumlah data yang terkumpul akan bertambah secara signifikan, menjadi lebih kompleks dan rumit. Akibatnya, penting untuk melakukan analisis data segera dengan melakukan reduksi. Reduksi data adalah proses menyusun informasi, memilih elemen krusial, fokus pada hal-hal yang relevan, serta mengidentifikasi tema dan pola yang muncul. Dalam proses reduksi data, perangkat seperti komputer dan notebook dapat membantu. Setiap peneliti akan mengikuti tujuan penelitian yang ingin dicapai saat mereka melakukan reduksi data..⁴³

b. Penyajian Data

Data setelah ditampilkan data direduksi. Menurut Miles dan Huberman, menyajikan data dalam teks naratif adalah metode yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif. Ini biasanya termasuk bagan, penjelasan singkat, flowchart, hubungan antar kategori, dan berbagai jenis lainnya. Akan lebih

⁴² Sugiyono, 'Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung', *Analisis Data Kualitatif*, 2017, 180

⁴³ Aziz Abdul, 'Teknik Analisis Data Analisis Data', *Teknik Analisis Data Analisis Data*, 2020, 1-15.

mudah untuk memahami konteks dan merencanakan tindakan setelah data diberikan.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah setelahnya yaitu membuat kesimpulan dan memverifikasi. Kesimpulan awal tidak bersifat permanen dan dapat berubah jika tidak didukung oleh kenyataan yang kuat dari tahapan pengumpulan data berikutnya. Namun, kesimpulan awal akan lebih kredibel jika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan lebih banyak data.

. Karena masalah dan rumusan penelitian kualitatif selalu berubah selama penelitian di lapangan, kesimpulan penelitian kualitatif mungkin tidak menjawab jawaban awal masalah. Penelitian kualitatif sering menghasilkan hasil baru. Hasilnya dapat berupa gambaran atau penjelasan yang lebih rinci tentang subjek yang diteliti., yang sebelumnya mungkin kurang terlihat atau bahkan tidak terungkap sama sekali. Kesimpulan ini bisa mencakup hubungan kausal atau interaktif antara fenomena yang diamati, serta mungkin juga berupa hipotesis atau teori baru yang muncul dari data yang dikumpulkan dan dianalisis dengan cermat.

2. Analisis Data Studi Kasus

Studi kasus yaitu serangkaian tindakan ilmiah yang mempelajari program, peristiwa atau aktivitas secara menyeluruh dan mendalam, baik pada tingkat individu, kelompok orang, lembaga, atau organisasi, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai fenomena yang sedang diteliti. Peristiwa yang dipilih untuk studi kasus biasanya adalah peristiwa yang terjadi di dunia nyata, bukan peristiwa masa lalu.

Dalam menganalisis data studi kasus, Creswell menggunakan enam tahapan. *Pertama*, proses manajemen data yang telah dikumpulkan. *Kedua*, tahapan pembacaan data dan membuat pesan singkat dengan catatan kecil pada tiap data yang dikumpulkan. *Ketiga* tahap deskripsi, pada tahap ini peneliti harus menjelaskan kasus dan konteksnya. Terdapat empat tahap: klasifikasi, di mana Peneliti harus mampu melakukan proses pengelompokan dan menemukan pola kategori serta melakukan interpretasi, di mana peneliti dapat menggunakan interpretasi langsung dan melakukan generalisasi naturalistik; dan representasi, atau visualisasi. Peneliti diharapkan dapat menyajikan data antara interpretasi dan cerita yang dibangun melalui tabel, gambar, atau ilustrasi.⁴⁴

⁴⁴ Ubaid Ridlo, 'Metode Penelitian Studi Kasus: Teori dan Praktik, 2023, Hal 37

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dengan menggunakan observasi dan wawancara, peneliti mendapatkan informasi mengenai peran manajemen manusia dalam upaya meningkatkan kualitas promosi. Informasi ini dikumpulkan melalui dokumentasi dan teknik wawancara. Berikut adalah data yang dikumpulkan dari penelitian di MTs Attaqwa Jampue:

1. Strategi Promosi di MTS Attaqwa Jampue

Strategi adalah rancangan dalam waktu yang panjang yang disusun untuk mencapai maksud dan sasaran tertentu. Sementara itu, promosi adalah serangkaian upaya pemasaran yang bertujuan untuk menarik minat pelanggan mengenai produk atau layanan yang diajukan.

Terkait dengan strategi promosi yang telah dilakukan di MTS Attaqwa Jampue yang dimana kepala sekolah, guru, siswa dan masyarakat terlibat dalam mempromosikan sekolah tersebut. Adapun strategi manajemen humas di MTS Attaqwa Jampue dalam melakukan promosi yang telah dijelaskan oleh Pak Suardi, S.Pd selaku Humas yaitu:

“Sebelum pelaksanaan promosi, terlebih dahulu kami menyusun suatu strategi promosi yang dimana sebelum melaksanakan suatu kegiatan pasti perlu melakukan perencanaan terhadap suatu rencana yang ingin dilakukan, kemudian setelah melakukan perencanaan dan semua menyetujui perencanaan tersebut, maka tahap selanjutnya yaitu menjalankan pelaksanaan promosi tersebut dan setelah pelaksanaan promosi yang dilakukan maka tahap akhir dari

strategi tersebut yaitu melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan yang telah dilakukan”⁴⁵

Tujuan utama dari adanya perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi adalah agar dalam acara yang akan dikerjakan berjalan dengan lancar tanpa adanya kendala yang akan dihadapi karena semua telah diatur dengan sangat baik dan dengan adanya hal tersebut dapat mempermudah tujuan ingin dicapai.

Perencanaan memegang peranan mendasak karena mengaitkan acara pertukaran informasi dengan kepentingan organisasi di dalam sebuah lembaga. Bagian hubungan masyarakat pada dasarnya bertindak sebagai penghubung yang bertujuan membangun kerjasama dengan masyarakat. Oleh karena itu, Peran humas dalam suatu lembaga sangat krusial, terutama dalam aktivitas promosi.

. Adapun proses perencanaan yang dilakukan dalam strategi promosi yang akan dijelaskan oleh Pak Suardi, S.Pd. selaku Humas yaitu:

“Tahap awal dalam melakukan promosi yaitu mengadakan rapat dengan beberapa pihak yang terkait, seperti kepala sekolah, guru, siswa dan masyarakat yang merupakan salah satu penunjang keberhasilan dari promosi tersebut. Dalam rapat tersebut membahas mengenai rencana yang akan dilakukan dan meminta untuk aktif dan turut membantu pada saat pelaksanaan promosi agar nantinya dalam pelaksanaannya dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai”⁴⁶

Adapun saran dan masukan yang diberikan oleh kepala sekolah dalam rapat tersebut yang membahas perencanaan yang akan dilakukan dalam pelaksanaan promosi di jelaskan oleh Pak Ifal, S.S selaku kepala sekolah yaitu:

“Saran dan masukan yang saya berikan dalam rapat tersebut yaitu semua stakeholder harus terlibat dalam membantu pelaksanaan promosi tersebut agar dalam pelaksanaannya nanti dapat berjalan dengan lancar tanpa banyaknya kendala yang akan dihadapi nantinya dan dapat kompak dalam pelaksanaannya”⁴⁷

⁴⁵ Suardi, S.Pd, Wakamad Humas, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

⁴⁶ Suardi, S.Pd, Wakamad Humas, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

⁴⁷ Ifal,S.S., Kepala Sekolah, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat dijelaskan bahwa dalam perencanaan yang telah dilakukan maka semua stakeholder harus terlibat dalam pelaksanaannya karena dibutuhkan kerja sama yang baik dan kekompakan agar dalam pelaksanaannya nanti dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Dalam rapat tersebut masyarakat dan siswa turut aktif dan siap membantu nantinya dalam pelaksanaan promosi tersebut. Dalam rapat tersebut ibu Hasma, S.Pd selaku perwakilan dari masyarakat dan orang tua siswa menjelaskan bahwa:

“saya selaku perwakilan dari masyarakat dan sekretaris persatuan orang tua siswa siap mengajak masyarakat sekitar untuk turut aktif membantu dalam pelaksanaan promosi nantinya”⁴⁸

Adapun saudara Hafidz Umar selaku ketua osis di MTS Attaqwa Jampue mengatakan bahwa:

“Saya selaku ketua Osis dan perwakilan dari siswa siap membantu jika nantinya kami diperlukan dalam membantu terlaksananya promosi dan siap melakukan promosi ke seluruh sekolah yang nantinya akan dikunjungi”⁴⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka siswa dan masyarakat akan turut aktif dalam membantu mempromosikan sekolah tersebut, karena salah satu hal menunjang berhasilnya promosi yang dilakukan yaitu dengan adanya bantuan masyarakat dan siswa yang turut aktif mempromosikan sekolah tersebut sehingga sekolah tersebut di kenal dan dapat mengajak siswa- siswa sekolah dasar untuk dapat melanjutkan pendidikan di MTS Attaqwa jampue dan dapat mengajak orang tua siswa untuk menarik anaknya untuk bersekolah di sekolah tersebut.

Setelah tahap perencanaan disepakati, tahap selanjutnya adalah pelaksanaan promosi. Implementasi merupakan pelaksanaan dari rencana yang telah dirancang

⁴⁸ Hasma, S.Pd., Perwakilan masyarakat dan orang tua siswa, Wawancara di Kessie, 25 Mei 2024

⁴⁹ Hafidz Umar, Ketua Osis, MTS Attaqwa Jampue, wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 21 Mei 2024

secara mendetail. Biasanya, implementasi dilakukan setelah perencanaan dinyatakan siap.

Humas berfungsi sebagai penghubung antara institusi pendidikan dan masyarakat pada saat memperkenalkan institusi tersebut. Tugasnya adalah mendorong lembaga-lembaga kepada masyarakat agar orang tua yakin untuk menyekolahkan anak-anak mereka di tempat tersebut. Dengan demikian, program-program yang telah dilaksanakan dapat mencapai kesuksesan yang diinginkan.

Dalam pelaksanaan promosi sekolah, adapun pelaksanaannya dijelaskan oleh Pak Suardi, S.Pd., selaku Humas yaitu:

”Dalam Pelaksanaan promosi tersebut yaitu dengan melaksanakan promosi ke berbagai sekolah dasar di daerah tersebut dengan mengajak siswa untuk membantu dalam mempromosikan sekolah tersebut karena dengan bantuan siswa dalam mempromosikan sekolah dengan memperkenalkan kegiatan – kegiatan yang dilakukan di sekolah tersebut, memperkenalkan prestasi yang telah dicapai, serta memperkenalkan hal – hal yang dapat menarik minat siswa tersebut, selanjutnya pelaksanaan promosi dengan menggunakan media sosial dengan membagikan kegiatan – kegiatan positif yang dilakukan sekolah, memposting prestasi – prestasi yang di raih sehingga masyarakat melihat hal tersebut dan tertarik sekolah tersebut dan masyarakat turut aktif dalam menyebarkan kegiatan – kegiatan tersebut dan selanjutnya yaitu melakukan promosi dengan menyebarkan baliho ke berbagai tempat.”⁵⁰

Adapun tambahan dari siswa terkait pelaksanaan promosi yang dilakukan dijelaskan oleh saudara Hafidz Umar selaku ketua osis menjelaskan bahwa:

“ Promosi yang kami lakukan yaitu dengan datang ke berbagai sekolah untuk memperkenalkan sekolah tersebut, selain itu, kami juga memperkenalkan sekolah tersebut dengan cara berceramah ke masjid –mesjid pada saat bulan Ramadan dengan menyelipkan program – program dan kegiatan – kegiatan keagamaan yang kami lakukan, dan selanjutnya kami juga melakukan pelayanan keagamaan kepada masyarakat seperti, mengaji kerumah masyarakat

⁵⁰ Suardi, S.Pd, Wakamad Humas, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

yang sedang berduka (meninggal dunia) dan selalu mengikuti pengajian majlis taklim bersama masyarakat di sekitar”⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dari pelaksanaan yang dilakukan dapat memberikan dampak positif bagi lembaga tersebut dan mampu menarik perhatian publik dan siswa sekolah dasar untuk dapat melanjutkan pendidikan di MTS Attaqwa Jampue.

Selain itu, keterlibatan kepala sekolah dalam pelaksanaan promosi ini cukup penting untuk menunjang berhasilnya kegiatan promosi yang dilakukan karena tugas utama kepala sekolah sebagai pemimpin adalah mengelola situasi dan mengawasi berbagai aktivitas kelompok, organisasi, atau lembaga, dan bertanggung jawab seluruh kegiatan yang akan dilakukan seperti salah satunya kegiatan promosi ini. Adapun keterlibatan kepala sekolah dalam pelaksanaan promosi yang dijelaskan oleh Pak Ifal, S.S yaitu:

“Dalam pelaksanaan promosi dengan manajemen humas sekolah saya selaku kepala sekolah terlibat secara langsung dalam pelaksanaannya apalagi dengan status kita sebagai sekolah swasta berbasis madrasah tentu promosi yang kita lakukan berbeda dengan sekolah negeri, karena sekolah negeri mempunyai sistem zonasi yang artinya hanya boleh di daerah tersebut saja sedangkan kita sebagai sekolah swasta yang berbasis madrasah cakupan untuk melaksanakan promosi luas yang secara langsung saya harus terlibat di dalam pelaksanaannya”⁵²

Selain sebagai pemimpin, kepala sekolah dalam suatu institusi pendidikan perlu menyusun adanya relasi yang harmonis dengan publik, karena keberhasilan pengelolaan pendidikan bergantung pada tingkat partisipasi masyarakat, kepala sekolah, sebagai pemimpin, juga perlu relasi yang harmonis dengan publik. Dalam suatu lembaga pendidikan jika kurangnya partisipasi masyarakat maka sangat sulit sekolah tersebut untuk berkembang, olehnya itu dibutuhkan keterlibatan

⁵¹ Hafidz Umar, Ketua Osis, MTS Attaqwa Jampue, wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 21 Mei 2024

⁵² Ifal,S.S., Kepala Sekolah, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

masyarakat dalam membantu melakukan suatu kegiatan salah satunya promosi ini. Adapun peran masyarakat dalam mempromosikan sekolah ini dijelaskan oleh ibu Hasma selaku perwakilan masyarakat dan orang tua siswa yaitu:

“Adapun bentuk promosi yang kami lakukan yaitu dengan membantu menyebarkan informasi – informasi dengan menggunakan media sosial, selain itu bentuk promosi yang kami lakukan yaitu dengan memperkenalkan kepada kerabat – kerabat kami tentang sekolah ini dan setelah memperkenalkan kepada kerabat – kerabat kami, kami juga meminta bantuannya untuk memperkenalkan kepada kerabatnya juga sehingga lama kelamaan penyebaran dari promosi ini sangat luas sehingga sekolah ini dikenal.”⁵³

Berdasarkan dari wawancara diatas, keterlibatan kepala sekolah dan masyarakat juga sangat di butuhkan dalam promosi ini, karena keduanya memberikan pengaruh yang cukup baik bagi terselenggaranya promosi ini.

Setelah pelaksanaan dilakukan, maka di perlukan evaluasi untuk bisa mengetahui keberhasilan dari upaya promosi yang dilakukan. Evaluasi adalah suatu proses penilaian terhadap suatu hal untuk bisa mengetahui sejauh mana kegiatan tersebut tercapai dan dari evaluasi tersebut kita bisa mengetahui keberhasilan dari upaya yang telah dilakukan . Sangat penting untuk melakukan evaluasi karena memungkinkan kita menyelesaikan masalah dengan cara terbaik

Adapun evaluasi yang dilakukan di MTS Attaqwa Jampue untuk bisa menilai tingkat keberhasilan dari promosi yang dilakukan dijelaskan oleh Pak Suardi, S.Pd selaku Humas yaitu:

“Evaluasi yang kami lakukan untuk bisa mengetahui keberhasilan dari promosi yang dilakukan yaitu dengan melihat banyaknya siswa yang berminat dan lanjut di sekolah ini, dari situlah kita mengetahui jika mengalami peningkatan maka promosi yang dilakukan berhasil”⁵⁴

⁵³ Hasma, S.Pd., Perwakilan masyarakat dan orang tua siswa, Wawancara di Kessie 25 Mei 2024

⁵⁴ Suardi, S.Pd, Wakamad Humas, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

Dari evaluasi tersebut kita juga dapat melakukan Tanya jawab kepada siswa tentang apa yang membuat siswa tersebut tertarik untuk bersekolah di MTS Attaqwa Jampue. Dari hal tersebut, penulis bertanya langsung kepada siswa yang juga bertugas sebagai ketua osis yaitu:

“ yang membuat saya tertarik untuk bersekolah di sini yaitu karena sekolah ini berbasis keagamaan, banyaknya kegiatan – kegiatan yang dilakukan yang berkaitan dengan keagamaan. Dari kegiatan - kegiatan yang saya lihat menggunakan sosial media saya sehingga saya tertarik untuk lanjut di sekolah ini dan berkat dorongan dari orang tua yang mendukung saya untuk lanjut di sekolah ini karena orang tua saya cukup aktif menggunakan sosial media sehingga orang tua saya juga tertarik untuk memasukkan saya ke sekolah ini”⁵⁵

Berdasarkan dari wawancara di atas, bahwa untuk bisa mengetahui tingkat keberhasilan dari upaya yang kita lakukan adalah dengan melihat peningkatan jumlah siswa yang memilih lanjut di sekolah ini dari tahun ke tahun untuk bisa mengetahui perkembangan dari sekolah ini.

Dalam menjalankan fungsi – fungsi manajemen tersebut yang dimulai dari perencanaan kemudian setelah menyetujui perencanaan maka proses yang dilakukan yaitu pelaksanaan dan dari pelaksanaan yang telah dilakukan maka dilakukan evaluasi untuk bisa mengetahui keberhasilan yang dari apa yang telah dilakukan. Dari keseluruhan pelaksanaan promosi tersebut peneliti bertanya kepada Pak Ifal, S.S selaku kepala sekolah mengenai pelaksanaan promosi apakah menurutnya sudah efektif untuk bisa di terapkan secara terus menerus atau perlu untuk melakukan pembaharuan promosi yang akan dilakukan:

“Menurut saya pelaksanaan promosi yang telah dilakukan sudah efektif untuk digunakan, tapi alangkah lebih baik jika setiap tahunnya pelaksanaan promosi yang dilakukan melakukan pembaharuan agar bisa menarik lebih banyak lagi siswa dan sekolah ini dapat mengalami kemajuan secara terus- menerus.”⁵⁶

⁵⁵ Hafidz Umar, Ketua Osis, MTS Attaqwa Jampue, wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 21 Mei 2024

⁵⁶ Ifal,S.S., Kepala Sekolah, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

Berdasarkan dari wawancara tersebut, pelaksanaan promosi yang dilakukan sudah sangat baik untuk bisa di terapkan secara terus menerus, tapi dalam pelaksanaan promosi perlu pembaharuan setiap tahunnya agar sekolah tersebut dapat meningkat setiap tahunnya.

2. Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas

Promosi di MTS Attaqwa Jampue

Manajemen hubungan masyarakat melibatkan komunikasi yang saling berinteraksi antara organisasi dan publik (masyarakat) untuk memberi dukungan fungsi dan maksud manajemen. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kolaborasi dan memenuhi kebutuhan bersama

Peran Manajemen Hubungan Masyarakat pada suatu lembaga pendidikan sangat diperlukan, dengan adanya tersebut Hubungan Masyarakat dapat memperbaiki reputasi di mata publik dan dengan adanya perantara masyarakat sebagai perantara komunikasi antara suatu lembaga dengan masyarakat dapat memberikan dampak positif salah satunya dalam hal peningkatan kualitas promosi dari lembaga tersebut.

Relasi yang harmonis antara lembaga pendidikan dan komunitas dapat berdampak besar terhadap kemajuan sekolah tersebut. Dalam suatu lembaga pendidikan jika mengalami kemajuan, maka bisa dipastikan bahwa salah satu faktor yang dapat membantu mengalami kemajuan yaitu adanya keterlibatan masyarakat di dalamnya. Adapun peran lembaga pendidikan dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat di jelaskan oleh Pak Ifal, S.S selaku kepala sekolah yang mengatakan:

“Peran lembaga pendidikan dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat yaitu dengan banyak melakukan interaksi dengan masyarakat sekitar, selalu melakukan komunikasi tentang perkembangan sekolah ini, aktif membantu ketika dibutuhkan, dan melakukan pelayanan keagamaan. Selaian itu, lembaga pendidikan juga sering berdiskusi dengan masyarakat tentang apa kebutuhan, harapan dan tuntutan masyarakat, terutama dalam dunia pendidikan”⁵⁷

Berdasarkan dari wawancara tersebut Lembaga pendidikan adalah bagian integral dari komunitas. dalam hal peningkatan kualitas dari lembaga pendidikan tersebut. Komunikasi yang harmonis antara lembaga pendidikan dan masyarakat dapat memberikan perkembangan yang cukup positif. bagi suatu lembaga pendidikan, tanpa adanya hubungan yang baik antara masyarakat dengan sekolah, maka sekolah tersebut tidak dapat mengalami perkembangan.

Peran Humas dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dapat membantu untuk dapat meningkatkan kualitas dari sekolah ini seperti promosi yang kami lakukan. Adapun wawancara yang peneliti lakukan dengan Pak Suardi selaku Humas di sekolah tersebut tentang peran manajemen humas dalam upaya meningkatkan kualitas promosi dijelaskan bahwa:

“Humas merupakan salah satu bagian yang penting dari kesuksesan suatu lembaga pendidikan, karena humas merupakan penghubung 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”⁵⁸

Selain itu, peneliti juga bertanya mengenai bantuan masyarakat dalam hal promosi apakah dapat mempermudah pelaksanaan promosi? Adapun penjelasan dari Pak Ifal, S.S selaku kepala sekolah terkait hal tersebut:

“sangat membantu apalagi sekarang dengan maraknya penggunaan sosial media dapat mempermudah pelaksanaan promosi, dan sebagian besar

⁵⁷ Ifal, S.S., Kepala Sekolah, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

⁵⁸ Suardi, S.Pd, Wakamad Humas, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

masyarakat menggunakan sosial media sehingga turut aktif mempromosikan sekolah tersebut dan mempermudah jalannya suatu promosi”⁵⁹

Berdasarkan wawancara diatas, humas dan masyarakat dapat membantu dalam peningkatan kualitas promosi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan karena keduanya merupakan aset penting dalam suatu lembaga pendidikan.

Masyarakat merupakan sekelompok individu yang hidup bersama, bekerja bersama – sama dan saling berinteraksi untuk suatu hal agar tercapai suatu tujuan yang ingin dicapai. Seperti halnya dalam hal mempromosikan suatu lembaga pendidikan, masyarakat bekerja bersama sama untuk dapat membantu suatu lembaga pendidikan dalam mempromosikan sekolah agar sekolah tersebut dapat berkembang dan dapat dikenal secara luas. ketertarikan masyarakat untuk membantu manajemen humas sekolah karena melihat kualitas dari sekolah tersebut, seperti yang jelaskan oleh Ibu Hasma perwakilan dari masyarakat dan orang tua siswa yaitu:

“Kami tertarik untuk membantu sekolah tersebut dalam mempromosikan sekolah karena kami ingin melihat sekolah tersebut berkembang, saya juga ingin sekolah tersebut bukan hanya dikenal di sekitar sekolah tapi ingin dikenal secara luas dan saya juga tertarik karena melihat kualitas dari siswa yang berada di sekolah tersebut terutama dalam hal keagamaannya”⁶⁰

Berdasarkan wawancara tersebut, masyarakat membantu dalam mempromosikan sekolah karena melihat perkembangan kualitas siswa yang bersekolah di MTS Attaqwa Jampue dalam hal keagamaannya, karena hal yang paling utama di lihat dari lembaga pendidikan yang berbasis madrasah yaitu dalam hal keagamaan.

⁵⁹ Ifal,S.S., Kepala Sekolah, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

⁶⁰ Hasma, S.Pd., Perwakilan masyarakat dan orang tua siswa, wawancara di Kessie 25 Mei 2024

Dari berbagai media yang digunakan untuk melakukan promosi, peneliti bertanya kepada saudara Hafidz Umar selaku ketua osis tentang dari mana mendapatkan informasi tentang sekolah ini dikatakan bahwa:

“ Saya mendapatkan informasi ini dari orang tua saya berkat sosial media yang orang tua saya miliki dan saya juga mempunyai media sosial sehingga saya mendapatkan informasi dari sekolah ini dan juga adanya promosi yang di lakukan di sekolah saya di sekolah dasar”⁶¹

Semua media yang digunakan dalam promosi sama – sama memberikan pengaruh yang cukup besar dalam peningkatan kualitas promosi yang kami lakukan, seperti yang dijelaskan oleh Pak Ifal, S.S yaitu:

“ semua media yang kami gunakan dalam melakukan promosi yaitu sama – sama memberikan pengaruh yang cukup besar dalam mempromosikan sekolah ini karena dalam rapat tersebut kami sudah mempertimbangkan semuanya dan dari rapat tersebutlah kami mendapatkan ide tentang berbagai cara untuk melakukan promosi”⁶²

Berdasarkan wawancara tersebut, peran semua media sangat membantu dalam pelaksanaan promosi karena media yang digunakan memberikan dampak yang baik bagi kemajuan dari promosi tersebut

Dalam melakukan promosi pasti terdapat kendala dalam menjalankannya, entah itu kendala yang cukup berat ataupun ringan karena dalam melakukan sesuatu pasti ada kekurangan dan kelebihan dan dari situlah kekurangannya dapat ditutupi dengan kelebihan yang dipunya, karena tidak selamanya apa yang kita lakukan selalu berjalan sesuai dengan rencana yang kita inginkan, akan tetapi kenyataannya tidak selamanya apa yang kita lakukan berhasil

Adapun kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi tersebut, di jelaskan oleh Pak Suardi, S.Pd selaku Humas di sekolah tersebut yaitu:

⁶¹ Hafidz Umar, Ketua Osis, MTS Attaqwa Jampue, wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 21 Mei 2024

⁶² Ifal,S.S., Kepala Sekolah, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

“Kendala dalam pelaksanaan promosi yaitu ketika melakukan promosi menggunakan baliho dan kita menempatkan di berbagai sudut yang cukup ramai, ada beberapa orang yang merusak baliho yang telah kami dirikan sebagai bentuk promosi yang kami lakukan dan jika melakukan promosi melalui sosial media kendalanya yaitu ada sebagian dari masyarakat atau orang tua siswa yang bukan pengguna sosial media sehingga tidak mendapatkan informasi tentang sekolah tersebut”⁶³

Berdasarkan dari wawancara tersebut, kendala yang kami hadapi tersebut dapat menjadi penghambat dalam pelaksanaan promosi yang kami lakukan karena dari kendala tersebut masyarakat tidak mendapatkan informasi tentang sekolah ini.

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi, pasti ada solusi yang kami dapatkan untuk mengatasi kendala tersebut. Adapun solusinya akan di jelaskan oleh Pak Ifal, S.S selaku kepala sekolah:

“Solusi yang kami lakukan untuk mengatasi kendala tersebut adalah kita kembali ke siswa yang bersekolah di sini dengan memperbaiki kualitas dari siswa itu, dan saya 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 ini”⁶⁴

Berdasarkan dari wawancara tersebut, jika kualitas dari siswa tersebut baik maka akan memberikan dampak yang positif bagi masyarakat luar dan dapat memberikan contoh kepada teman- temannya sehingga dengan kualitas yang baik yang dimiliki dapat menarik minat masyarakat di sekitarnya.

Setelah proses pelaksanaan promosi yang telah dilaksanakan secara bersama – sama dengan melibatkan beberapa stakeholder. Siswa yang turut aktif membantu terlaksananya promosi ini sehingga menghasilkan apa yang ingin dicapai walaupun ada beberapa kendala yang di hadapi, tapi dari kendala tersebut tidak membuat untuk berhenti melakukan promosi demi meningkatnya kualitas dari promosi yang telah dilakukan dan demi meningkatnya kualitas dari sekolah ini.

⁶³ Suardi, S.Pd, Wakamad Humas, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

⁶⁴ Ifal, S.S., Kepala Sekolah, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

Adapun saran atau ide yang dapat membantu manajemen humas untuk lebih meningkatkan kualitas promosi di jelaskan oleh saudara Hafidz Umar selaku ketua Osis:

“Menurut saya terkait dari promosi ini mudah- mudahan bisa mempertahankan kualitas promosi yang telah di lakukan agar kualitas dari sekolah ini juga meningkat ,melakukan pembaruan – pembaruan promosi agar lebih menarik agar masyarakat tertarik dengan sekolah kita ini”⁶⁵

Berdasarkan dari wawancara tersebut, untuk lebih menarik perhatian masyarakat tentang sekolah ini melakukan pembaruan – pembaruan promosi agar bisa di minati oleh setiap orang dan aktif membagikan kegiatan – kegiatan yang dilakukan agar semua orang bisa melihatnya.

Setelah mengalami peningkatan, hal yang selanjutnya paling sulit dilakukan ketika mencapai suatu keberhasilan yaitu mempertahankan kualitasnya, karena banyak dari kalangan organisasi atau suatu lembaga ketika mengalami peningkatan, maka dalam hal mempertahankan keberhasilannya itu sangat sulit. Adapun penjelasan dari Pak Ifal, S.S selaku kepala sekolah mengenai peran dalam mempertahankan kualitas promosinya yaitu:

“untuk bisa mempertahankan kualitas dari promosi tersebut yaitu selalu menjaga kualitas dari siswa tersebut yang dimana yang dimaksud yaitu kualitas keagamaan yang dapat ,memberikan pengaruh yang cukup signifikan agar dapat menjaga citra baik dari sekolah ini, karena sekolah ini berbasis madrasah. Jadi, hal yang paling pertama dilihat dalam suatu lembaga pendidikan yang berbasis madrasah yaitu kualitas keagamaan dari siswa tersebut”⁶⁶

Berdasarkan dari wawancara tersebut, mempertahankan kualitas promosi bisa dilakukan dengan memperbaiki kualitas keagamaan dari siswa tersebut karena akan menjadi contoh bagi peserta didik yang ingin melanjutkan sekolahnya di MTS Attaqwa Jampue.

⁶⁵ Hafidz Umar, Ketua Osis, MTS Attaqwa Jampue, wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 21 Mei 2024

⁶⁶ Ifal,S.S., Kepala Sekolah, Wawancara di MTS Attaqwa Jampue, 22 Mei 2024

Sekolah ini setiap tahun mengalami pertumbuhan dalam hal bertambahnya jumlah peserta didik, promosi yang telah dilakukan berhasil berkat adanya kerja sama yang baik, kekompakan dan kesungguhan dalam menjalankan hal tersebut sehingga banyak dari siswa di sekolah tersebut berasal dari luar daerah.

Informasi tersebut cukup menggembirakan bagi seluruh stakeholder yang telah membantu terutama masyarakat, karena usaha yang mereka lakukan dalam membantu sekolah ini tidak sia – sia karena sekolah dikenal bukan hanya di daerah tersebut saja tetapi banyak dari siswa yang bukan berasal dari daerah tersebut. Adapun pendapat masyarakat yang di wakikan oleh Ibu Hasma selaku tentang perkembangan dari sekolah ini :

“Perkembangan sekolah ini dalam beberapa tahun terakhir sangat menggembirakan, karena melihat banyaknya masyarakat yang berminat untuk bersekolah di MTS Attaqwa Jampue. Promosi yang telah dilakukan berhasil berkat adanya kerja sama yang baik, komunikasi yang baik dan juga karena kualitas dari sekolah dan kualitas dari siswa tersebut juga baik, banyak ajaran keagamaan yang di dapat sehingga banyak dari orang tua siswa yang memilih menyekolahkan anaknya di sini. Orang tua siswa banyak melihat contoh dari siswa yang berada di sekolah tersebut sehingga orang tua tersebut tertarik untuk melanjutkan pendidikannya di sekolah ini, itulah mengapa perlu memperbaiki kualitas dari siswa maupun sekolah.⁶⁷

Berdasarkan dari wawancara, sekolah tersebut mengalami peningkatan dalam bertambahnya jumlah peserta didik setiap tahunnya, perbaikan kualitas promosi yang dilakukan, perbaikan kualitas sekolah dan perbaikan kualitas dari siswa sangat penting untuk dilakukan karena dari hal tersebut masyarakat dapat melihat dan menilai semua hal yang ada dalam sekolah tersebut, karena masyarakat bisa melihat dan memilih mana tempat yang bisa memberikan hal – hal yang positif bagi anaknya.

⁶⁷ Hasma, S.Pd., Perwakilan masyarakat dan orang tua siswa, Wawancara di Kessie 25 Mei 2024

B. Pembahasan

1. Strategi Promosi Di MTS Attaqwa Jampue

Strategi promosi merupakan bagian inti dari sistem pemasaran. Strategi ini mencakup apa yang dilakukan sekolah untuk berkomunikasi dengan masyarakat untuk mencapai tujuan. Dalam hal ini, promosi mengacu pada cara institusi pendidikan menjual barangnya, seperti iklan, penjualan langsung, promosi penjualan, dan publikasi.

Menurut Irianto, dalam konteks pendidikan terdapat dua konsep strategi pemasaran yang relevan: pertama, tindakan untuk meningkatkan kinerja lembaga pendidikan dibandingkan pesaing; kedua, pengembangan strategi khusus untuk menciptakan keunggulan dibandingkan dengan pesaing, yang dapat dicapai melalui strategi differensiasi dalam memilih peluang pasar.⁶⁸

Strategi awal yang diterapkan oleh sekolah sebelum melaksanakan promosi adalah melakukan perencanaan terlebih dahulu. Perencanaan merupakan langkah pertama dalam kegiatan pengelolaan di setiap organisasi. Hal ini penting karena melalui perencanaan, organisasi menetapkan tujuan apa yang akan dicapai, kapan kegiatan akan dilakukan, dan siapa yang bertanggung jawab melaksanakannya.⁶⁹

Perencanaan yang telah dilakukan MTS Attaqwa Jampue dalam melakukan strategi promosi yaitu dengan mengadakan rapat dengan beberapa pihak yang terkait, adapun pihak yang terlibat yaitu kepala sekolah, guru, humas, perwakilan

⁶⁸ Aditia Fradito, Suti'ah dan Mulyadi, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah", *Jurnal Kependidikan Islam*, Vol. 10 No. 1 (2020), 18.

⁶⁹ Nasrul Syakur Chanago dan Amiruddin, *Organisasi Manajemen*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, h. 45-46,2016

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 terlibat langsung di sekolah-sekolah untuk melakukan promosi karena untuk bisa mencapai keberhasilan dalam promosi yang akan dilakukan maka dibutuhkan kerja sama dengan siswa dan masyarakat.

Pelaksanaan adalah langkah selanjutnya setelah tahap perencanaan. Implementasi adalah bagian dari fungsi manajemen di mana tindakan nyata dilakukan dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Ini adalah usaha untuk memotivasi karyawan agar melaksanakan tugas sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan organisasi. Semua anggota dalam organisasi terlibat dalam implementasi ketika mereka berupaya mencapai tujuan atau sasaran sesuai dengan rencana yang telah disusun.

Pelaksanaan merupakan kewajiban untuk mewujudkan perencanaan menjadi nyata dengan memberikan arahan serta motivasi agar satu per satu anggota dapat menjalankan kegiatan secara sempurna sesuai dengan peran, tugas, dan tanggung jawabnya. Hal yang penting diperhatikan dalam pelaksanaan adalah memotivasi anggota untuk menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka.

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 sekolah 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 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, langkah selanjutnya adalah evaluasi untuk melihat bagaimana keberhasilan dari promosi yang selesai dilakukan. Evaluasi merupakan salah satu fungsi manajemen yang melibatkan penilaian dan, jika perlu, koreksi agar aktivitas dapat diarahkan nantinya sesuai dengan yang telah disetujui awalnya. Pengawasan merupakan tindakan terakhir dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk menilai dan mengendalikan jalannya kegiatan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks pendidikan, pengawasan digunakan untuk memantau kemajuan pekerjaan, memperbaiki kesalahan yang terjadi, dan mencegah agar kesalahan serupa tidak terulang.⁷⁰

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.

Ketertarikan siswa untuk lanjut di MTS at-taqwa Jampue karena sekolah ini merupakan sekolah yang berbasis keagamaan, banyaknya kegiatan – kegiatan yang dilakukan yang berkaitan dengan keagamaan. Dari kegiatan – kegiatan yang dilihat menggunakan sosial media sehingga tertarik untuk melanjutkan pendidikannya di sekolah tersebut.

Dari pelaksanaan tersebut kepala sekolah mengatakan bahwa pelaksanaan promosi yang dilakukan sudah efektif untuk digunakan, tapi perlu melakukan

⁷⁰ Imaniar Maspaitella“Evaluasi Kinerja Humas dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Raja Ampat (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Raja Ampat), *Jurnal Acta Diurna*, Vol. V, No. 3 (2016).

pembaharuan promosi setiap tahunnya untuk dapat menarik lebih banyak lagi siswa.



2. Peran Manajeme Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi Di MTS Attaqwa Jampue

Serangkaian kegiatan yang direncanakan dan dilakukan dengan hati-hati dikenal sebagai manajemen hubungan sekolah dengan masyarakat. Kegiatan-kegiatan ini bertujuan untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat umum, terutama mereka yang berkepentingan langsung dengan sekolah.⁷¹ Manajemen menggunakan fungsi hubungan masyarakat untuk mengembangkan dan memelihara hubungan yang saling percaya antara organisasi dan masyarakatnya. Hubungan masyarakat melibatkan hal-hal seperti komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama, serta membantu manajemen dalam menghadapi dan menanggapi pendapat publik. Interaksi dengan masyarakat juga membantu manajemen dalam mengadaptasi dan memanfaatkan perubahan secara efisien.

Promosi sekolah adalah upaya untuk memperkenalkan orang ke sekolah dengan tujuan mempromosikan layanan pendidikan yang diberikan. Perdagangan adalah proses interaksi sosial dan manajemen di mana individu dan kelompok mendapatkan produk yang di perlukan dan kehendaki dengan melakukan pertukaran produk yang bermutu dengan pihak lain. Pasar target, keperluan konsumen, pemasaran terintegrasi, dan profitabilitas adalah empat elemen utama dari konsep pemasaran.

⁷¹ Elfridawati Mai Dhuhani, “Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon”, *Jurnal al – iltizam*, Vol. 1, No. 1 (Juni 2016), 34.

Konsep utama ini digunakan untuk mencapai tujuan organisasi dengan memanfaatkan strategi pemasaran Anda untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar sasaran.⁷² 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 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

⁷² 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*, 324-325.

menggunakan sosial media sehingga turut aktif mempromosikan sekolah tersebut dan mempermudah jalannya suatu promosi yang dilakukan.

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

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.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan serta temuan yang dicapai seperti yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, penulis menyimpulkan 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, agar dalam pelaksanaannya nanti sudah di susun dengan rapi, selanjutnya melakukan pelaksanaan promosi untuk dapat menarik perhatian dari masyarakat dan dapat menarik minat siswa untuk bersekolah di MTS Attaqwa Jampue, 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 terutama kualitas siswanya dalam hal keagamaan. Karena hal yang dilihat dari suatu lembaga pendidikan yang berbasis madrasah adalah kualitas keagamaan yang dimiliki sehingga dapat menarik minat dari masyarakat untuk dapat membantu dalam mengembangkan sekolah tersebut.

B. 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 MTS Attaqwa Jampue
3. Selalu meningkatkan kualitas sekolah terutama kualitas siswanya dalam hal keagamaannya, karena dapat menjadi contoh bagi masyarakat luar



DAFTAR PUSTAKA

Al – Qur’an, Al - Karim

Abdul, Aziz, ‘Teknik Analisis Data Analisis Data’, *Teknik Analisis Data Analisis Data*, 2020.

Anisatun, Nurul. ‘ Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix), 2022.

Amalia, Vika. Strategi promosi Humas Universitas Muhammadiyah Makassar Pada Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2022/2023, Skripsi’, 2023.

Agustini, Dian, ‘Pemanfaatan Media Sosial Dalam Manajemen Hubungan Masyarakat Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Era Pandemi’, *Dirasah* (2022).

Aaron H. angling, Paula A. Kincaid, ‘Role Theory Perspective: Past, Present, and Future Applications of Role Theory in Management Research, *Sage Journals* 2022.

Anindita, Hayyu, ‘Teknik Analisis Data Kualitatif Pengertian Analisis Data Kualitatif’, *Jojonomic.Com*, 2021.

Baba, Mastang Ambo, Analisis Data Penelitian Kualitatif, 2017.

Badrut, Tamam *et al.*, ‘Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Madrasah Diniyah Awwaliyah Nurul Holil Panyirangan - Pangarengan’, *Kabilah : Journal of Social Community*, (2021).

Brigette Lantaeda, Syaron, Florence Daicy J. Lengkong, ‘Peran Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Penyusunan Rpjmd Kota Tomohon’, *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, (2020).

Baxshilloeyvna, Aslonova, 'The Role Public Relation And The Media In The Activity Of Public Administratve Bodies', *International Journal of Advance Scientific Research*, 2023.

Chanago, Nasrul Syakur *et al.*, *Organisasi Manajemen*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 2016.

Divina, Amina *et al.*, ‘Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Pendidikan Dasar’, *Media Manajemen Pendidikan*, (2023).

Dhuhani, Elfridawati Mai. ‘Fungsi Dan Peran Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan’, *Jurnal Horizon Pendidikan*, (2017).

- Dhuhani, Elfridawati Mai. “Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon”, *Jurnal al – iltizam*, (Juni 2016).
- Eka Khoiru Nisa, Denas Hasman Nugraha. ‘Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Hubungan Baik Antara Sekolah Dengan Wali Siswa Di SD IT Harapan Bunda Semarang Jawa Tengah’, *Al-Fahim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, (2019).
- Farizi, *et al.*, ‘Peran Waka Humas Dalam Upaya Promosi Guna Menarik Minat Calon Peserta Didik Di Mts Al-Amiriyah’, 2022.
- Fradito, Aditia *et al.*, “Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah”, *Jurnal Kependidikan Islam*, (2020).
- Hakim, Muhammad Nur, ‘Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus Di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto)’, *Nidhomul Haq : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, (2019).
- Hari Wijaya, Hani Sirine. ‘Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap’, *Ajie*, (2016).
- Wijayanto. ‘Peran Dinas Sosial Dalam Pemberdayaan Anak Jalanan Di Kabupaten Magetan’, *Journal of Chemical Information*, (2019).
- Hannani *et al.*, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2023)*.
- Hariyati, Suci. ‘Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik Di Mts Islamiyah Belongkut Kecamatan Merbau Kabupaten Labuhanbatu Utara Skripsi’, (2020).
- Istifadah. ‘Peran Strategis Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kualitas Pesantren : Analisis Peran , Kualitas Hubungan , Dan Dampaknya’, *Studies in Islamic School and Social Education*, (2023).
- Ibrah Mustafa Kamal *et al.*, ‘Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Gowa’, *Jambura Economic Education Journal*, (2023).
- Juhji, ‘Perkembangan, Fungsi, dan Peran Humas Lembaga Pendidikan (Bandung : Widiana Bakti Persada, 2020).
- Jailani, ‘Kerangka Kerja Manajemen Humas Dalam Lembaga Pendidikan’, *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, (2018).
- Kementerian Agama RI “ Al – Qur’an dan Terjemahnya, Q.S. An Nisa” (Jakarta: *Lajnah Pentasihan Mushaf Al – Qur’an*) 2022.
- Mubarok, Ramdanil, ‘Pelaksanaan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam’, *Al-Rabwah*, (2019).

- Maspaitella, Imaniar. "Evaluasi Kinerja Humas dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Raja Ampat (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Raja Ampat)", *Jurnal Acta Diurna*, (2016).
- Munawar, Hasan, 'Identifikasi Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Organisasi Ukm (Studi Kasus Pada Asosiasi Industri Kecil Menengah Agro/Aikma)', *Jurnal Bisnis*, (2016).
- Murdiyanto, Eko, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, Yogyakarta Press, 2020.
- Murni, 'Konsep Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan Islam', *Jurnal Intelektualita*, (2017).
- Musyarrofah, Mifrohatul, 'Peran Humas Dalam Pengembangan Pendidikan Tinggi', *Idarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, (2018).
- Merinda Nur Oktafia, Umi Halwati, 'Ruang Lingkup Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan', *Jurnal Ilmu Pendidikan*, (2023).
- Nabella, Thessy, 'Aktivitas Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Melalui Digital Marketing Di Smk Farmasi Ikasari Kota Pekanbaru Skripsi', *Uin Suska Riau*, 2023.
- Novitasari, Nurul *et al.*, 'Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru', *JECED : Journal of Early Childhood Education and Development*, (2022).
- Pasha Syahrtsa Maulana, Subhan Afifi, 'Analisis Peran Dan Fungsi Public Relations Di Lembaga Pendidikan Islam', *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, (2021).
- Primarni, Amie. 'Resposisi Peran Dan Fungsi Strategis Public Relations Dalam Organisasi Pendidikan', *Jurnal Lentera Komunikasi*, (2019).
- Pramono, Joko. 'Otomatisasi Tata Kelola Humas dan Pertokohan Kelas XI', Yogyakarta: Andi Press, 2019.
- Puspitarini *et al.*, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi', *Jurnal Common*, (2019).
- Rahim, Susi Yanti, 'Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Kinerja Guru', *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, (2020).
- Rahmatulloh, 'Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di MTSN 2 Lamongan', *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam*, (2020).
- Suyanto, Agus. 'Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Di Universitas Islam Malang', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, (2017).
- Saparso, *The Marketing Process*, 2019.
- Sigourney, Ruth Bunga, 'Uji Keabsahan Data, Content Analysis Dalam Penelitian Kualitatif', 2022.

- Sitorus *et al.*, 'Buku Ajar Strategi Promosi Penjualan', *Fkip Uhamka*, 2017.
- Sarifudin, Rehendra Maya, 'Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor', *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* (Juli 2019).
- Sofan, Ahmad. "Pengaruh Kualitas Pendidikan dan Promosi Terhadap Perolehan Jumlah Siswa pada Sekolah Menengah Atas Swasta Maarif Kota Cilegon Banten", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, (2019).
- Soegiarto, Wina Puspita Sari Asep, 'Fungsi Dan Peran Humas Di Lembaga Pendidikan', *Communicology*, (2019).
- Sidiq, Umar *et al.*, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2019.
- Sidiq, Umar *et al.*, 'Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan', Ponorogo; PT. Nata Karya, 2019.
- Sugiyono, 'Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung', *Analisis Data Kualitatif*, 2017.
- Sugiyono, 'Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif', *Angewandte Chemie International Edition*, 2017.
- Syukri, Sumarni. 'Strategi Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Makassar', *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (JKO)*, (2020).
- Ubaid, Ridlo, 'Metode Penelitian Studi Kasus: Teori dan Praktik, 2023.
- Yasong Lin, Wei Liu, 'The Special Role of Public Relations in Modern Marketing Activities', *Academic Journal of Business & Management*, 2021.

LAMPIRAN



	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS TARBIYAH Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : ASWINDA AZZAHRA
 NIM : 2020203886231029
 PRODI : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
 FAKULTAS : TARBIYAH
 JUDUL : PERAN MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PROMOSI (STUDI KASUS DI MADRASAH TSANAWIYAH AT-TAQWA JAMPUE)

PEDOMAN WAWANCARA

A. Kepala Sekolah

1. Bagaimana keterlibatan anda dalam pelaksanaan promosi bersama tim manajemen humas?
2. Dalam menjalankan strategi promosi apakah menurut anda sudah efektif untuk digunakan?
3. Apa saran dan masukan yang anda berikan dalam melakukan promosi sekolah?
4. Menurut anda terkait media yang digunakan dalam promosi, yang mana yang memberikan pengaruh yang cukup besar dalam peningkatan kualitas sekolah?

5. Bagaimana peran anda dan manajemen humas sekolah dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat?
6. Bagaimana anda mengevaluasi keberhasilan dari upaya manajemen humas dalam melakukan promosi?
7. Bagaimana peran anda dalam mempertahankan kualitas promosi?

B. Humas

1. Bagaimana peran manajemen humas dalam upaya meningkatkan kualitas promosi di sekolah?
2. Bagaimana perencanaan yang telah dilakukan manajemen humas dalam melakukan promosi?
3. Siapa saja yang terlibat dalam perencanaan promosi?
4. Bagaimana strategi manajemen humas dalam melakukan promosi di sekolah?
5. Bagaimana pelaksanaan promosi sekolah?
6. Apakah dengan bantuan masyarakat dapat mempermudah pelaksanaan promosi?
7. Bagaimana pengevaluasian pelaksanaan promosi?
8. Apa kendala yang dihadapi dalam melakukan promosi? apa solusi dari kendala tersebut?

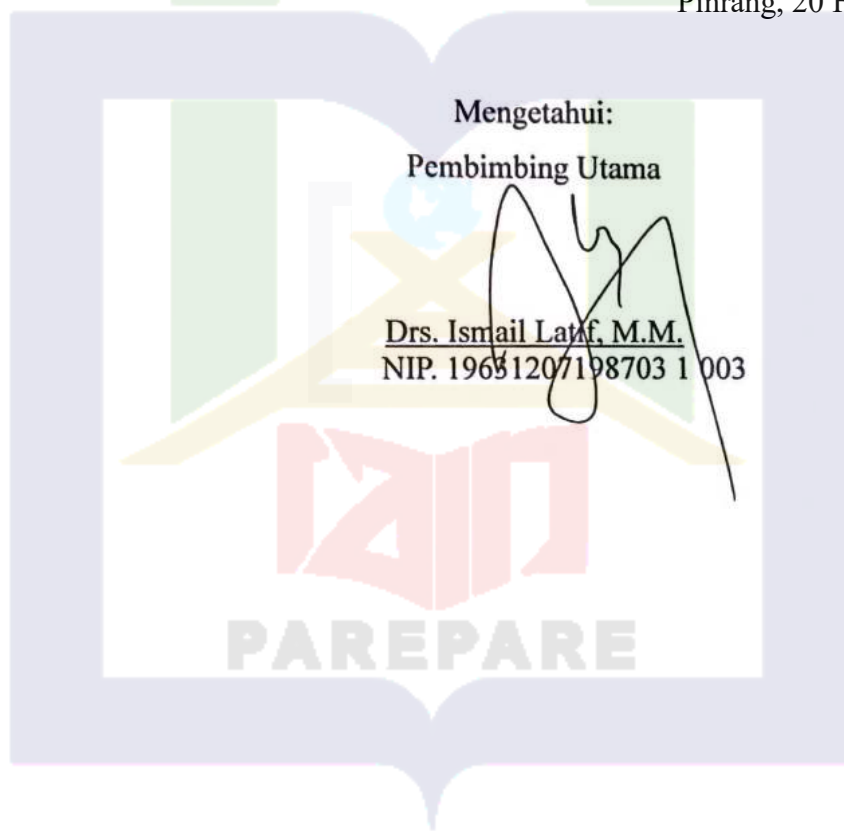
C. Masyarakat

1. Bagaimana pendapat anda tentang perkembangan dari sekolah ini?
2. Apakah anda terlibat dalam pelaksanaan promosi dan bagaimana keterlibatan anda di dalamnya?
3. Bagaimana peranan masyarakat dalam membantu manajemen humas dalam melakukan promosi tentang sekolah ini?
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk membantu manajemen humas dalam mempromosikan sekolah?
5. Media yang anda gunakan dalam membantu untuk melakukan promosi?

Siswa

1. Dari mana anda mendapatkan informasi tentang sekolah ini?
2. Apa yang membuat anda tertarik untuk sekolah di sini?
3. Bagaimana keterlibatan anda dalam membantu promosi di sekolah?
4. Media apa yang anda gunakan dalam membantu melaksanakan promosi?
5. Apakah anda memiliki saran atau ide tertentu yang dapat membantu manajemen humas untuk lebih meningkatkan promosi?

Pinrang, 20 Februari 2024



LEMBAR OBSERBASI

NO	Aspek Yang Diamati	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Terjalin hubungan komunikasi baik internal maupun eksternal	✓	
2.	Melakukan fungsi manajemen dalam pelaksanaan kegiatan humas	✓	
3.	Menggunakan media dalam mempromosikan sekolah	✓	
4.	Kerja sama dengan pihak – pihak stakeholder terkait	✓	
5.	Mengajak siswa untuk melakukan promosi	✓	
6.	Strategi Manajemen Humas dalam mempromosikan sekolah	✓	
7.	Tokoh Masyarakat ikut mendukung dan membantu pelaksanaan promosi	✓	
8.	Selalu melaksanakan kegiatan –kegiatan keagamaan	✓	

LAMPIRAN 1

Surat Keputusan Dekan Fakultas Tarbiyah



**KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS TARBIYAH
NOMOR : 5115 TAHUN 2023
TENTANG
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS TARBIYAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

DEKAN FAKULTAS TARBIYAH

Menimbang	:	a. Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi mahasiswa Tahun 2023;
		b. Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi mahasiswa.
Mengingat	:	1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
		2. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
		3. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
		4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
		5. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
		6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
		7. Keputusan Menteri Agama Nomor 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
		8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
		9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare;
		10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
		11. Surat Keputusan Rektor IAIN Parepare Nomor 129 Tahun 2019 tentang pendirian Fakultas Tarbiyah
Memperhatikan	:	a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Petikan Nomor: SP DIPA-025.04.2.307381/2023, tanggal 30 November 2022 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2023;
		b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 307 Tahun 2023, tanggal 08 Februari 2023 tentang Revisi Tim Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Parepare Tahun 2023.
Menetapkan	:	<p style="text-align: center;">MEMUTUSKAN</p> <p>KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TARBIYAH TENTANG PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS TARBIYAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE TAHUN 2023;</p>
Kesatu	:	<p>Menunjuk saudara; 1. Drs. Ismail Latif, M.M.</p> <p>2. Ni'mah Natsir, M.Ars.</p> <p>Masing-masing sebagai pembimbing utama dan pendamping bagi mahasiswa :</p> <p>Nama : Aswinda Azzahra</p> <p>NIM : 2020203886231029</p> <p>Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam</p> <p>Judul Skripsi : Analisis peran HUMAS dalam Upaya promosi di IAIN Parepare</p>
Kedua	:	Tugas pembimbing utama dan pendamping adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan proposal penelitian sampai menjadi sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi;
Ketiga	:	Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada anggaran belanja IAIN Parepare;
Keempat	:	Surat keputusan ini diberikan kepada masing-masing yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Parepare
 Pada Tanggal : 06 Desember 2023
 Dekan,



Dr. Zulfah, M.Pd.
 NIP. 19830420 200801 2 010



LAMPIRAN 2

Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS TARBİYAH
Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404 PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id	
Nomor : B-1442/In.39/FTAR.01/PP.00.9/05/2024	14 Mei 2024
Sifat : Biasa	
Lampiran : -	
H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian	
Yth. BUPATI PINRANG Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di KAB. PINRANG	
Assalamu Alaikum Wr. Wb.	
Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :	
Nama	: ASWINDA AZZAHRA
Tempat/Tgl. Lahir	: PINRANG, 28 September 2002
NIM	: 2020203886231029
Fakultas / Program Studi	: Tarbiyah / Manajemen Pendidikan Islam
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: DESA LERANG KEC. LANRISANG KAB. PINRANG
Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI PINRANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :	
PERAN MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PROMOSI (STUDI KASUS DI MTS ATTAQWA JAMPUE)	
Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 14 Mei 2024 sampai dengan tanggal 28 Juni 2024.	
Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.	
Wassalamu Alaikum Wr. Wb.	
	Dekan, 
	Dr. Zulfah, S.Pd., M.Pd. NIP 198304202008012010
Tembusan :	
1. Rektor IAIN Parepare	

LAMPIRAN 3

Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG
Nomor : 503/0268/PENELITIAN/DPMTSP/05/2024

Tentang
SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Menimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 17.05.2024 atas nama ASWINDA AZZAHRA, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.

Mengingat : 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014,
6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
8. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016, dan
10. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.

Menperhatikan : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0371/R/T.Teknis/DPMTSP/05/2024, Tanggal : 20-05-2024
2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0273/BAP/PENELITIAN/DPMTSP/05/2024, Tanggal : 20-05-2024

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
KEDUA : Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada,
1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOREANG PAREPARE
3. Nama Peneliti : ASWINDA AZZAHRA
4. Judul Penelitian : PERAN MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PROMOSI (STUDI KASUS DI MTS ATTAQWA JAMPUE)
5. Jangka waktu Penelitian : -2 Bulan
6. Sasaran/target Penelitian : KEPALA SEKOLAH, HUMAS, MASYARAKAT DAN SISWA
7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Lanrisang

KEDUA : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 20-11-2024.






KETIGA : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penerbitan ditandatangani.

KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 21 Mei 2024


Biaya : Rp 0,-

Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP., M.Si
NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSR
DPMTSP

LAMPIRAN 4

Surat Keterangan Penelitian

**PONDOK PESANTREN DARUL QURAN ATTAQWA DDI JAMPUE**
MADRASAH TSANAWIYAH
KEC.LANRISANG KAB.PINRANG
Jl.Pesantren No.199

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN
Nomor : 200/MTs.21.17.10/SKTMP/PP.ATQ/VI/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini kepala Madrasah Tsanawiyah Attaqwa Jampue, menerangkan bahwa :

Nama	: ASWINDA AZZAHRA
NIM	: 2020203886231029
Program Studi	: MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
Fakultas	: TARBIYAH
Judul Skripsi	: PERAN MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PROMOSI (STUDI KASUS DI MTs ATTAQWA JAMPUE)

Benar yang tersebut namanya di atas telah melaksanakan penelitian di MTs ATTAQWA JAMPUE , dengan judul : " PERAN MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PROMOSI (STUDI KASUS DI MTs ATTAQWA JAMPUE) "

Demikian Surat Keterangan ini di buat agar dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Lanrisang, 28 Juni 2024
Kepala Madrasah

I.F.A.L.S.S
Nip.198003142022211009



LAMPIRAN 5

Surat Keterangan Telah Wawancara

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : IFAL, SS
Tempat / Tanggal Lahir : Pinrang, 14 Maret 1980
Alamat : Kessre, Kel. Larriasang
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Kepala Madrasah

Menerangkan bahwa :

Nama : ASWINDA ARZAHFA
NIM : 2020203886231029
Prodi / Fakultas : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM / FAKULTAS TARBIYAH

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di MTS Attaqwa Jampue) "

Demikian surat keterangan ini diberikan sebagaimana mestinya

Pinrang, 22 Mei 2024

Yang bersangkutan


(IFAL, SS)
NIP. 19800314202211009

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SUARDI, S.Pd.1
Tempat / Tanggal Lahir : PATOBONG 20 JUNI 1975
Alamat : PATOBONG
Jenis Kelamin : LAKI-LAKI
Pekerjaan : WAKIL KEPALA BAGIAN HUMAS MTS AT-TAQWA JAMPUE

Menerangkan bahwa :

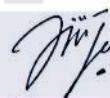
Nama : ASWINDA AZZAHRA
NIM : 2020203886231029
Prodi / Fakultas : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM / FAKULTAS TAFBIYAH

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di MTS Attaqwa Jampue) "

Demikian surat keterangan ini diberikan sebagaimana mestinya

Pinrang 27 Mei 2024

Yang bersangkutan



(SUARDI, S.Pd.1)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hafidz Umar
Tempat / Tanggal Lahir : Pinrang 14 - Mei - 2009
Alamat : Kossie
Jenis Kelamin : laki-laki
Pekerjaan : ketua OSIS

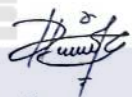
Menerangkan bahwa :

Nama : ASWINDA AZZAHRA
NIM : 2020203886231029
Prodi / Fakultas : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM / FAKULTAS TAEBIYAH

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di MTS Attaqwa Jampue) "

Demikian surat keterangan ini diberikan sebagaimana mestinya

Pinrang, 14 Mei 2024
Yang bersangkutan


(Hafidz Umar)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HASMA MASKUR
Tempat / Tanggal Lahir : JAMPUB, 2 - JULI - 1986
Alamat : KESSIE
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Pekerjaan : LRT

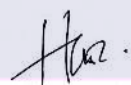
Menerangkan bahwa :

Nama : ASWINDA AZAHRA
NIM : 2020203886231079
Prodi / Fakultas : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM / FAKULTAS TADBIYAH

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di MTS Attaqwa Jampue) "

Demikian surat keterangan ini diberikan sebagaimana mestinya

Pinrang, 25 Mei 2024
Yang bersangkutan


(HASMA MASKUR)

LAMPIRAN 6
DOKUMENTASI



Wawancara Kepala Sekolah



Wawancara Wakil Kepala Bagian Humas



Wawancara Ketua Osis



Wawancara Perwakilan masyarakat/Orang tua Peserta didik



Promosi Di Sekolah

Madrasah Tsanawiyah Jampue
10 Mei · 🌐

Pondok Pesantren Att... bersama Madrasah Tsanawiyah Jampue dan 5 lainnya.
10 Feb · 🌐

Ingin informasi Penerimaan Peserta Didik Baru Tahun Ajaran 2024-2025 Pondok Pesantren Darul Qur'an Attaqwa DDI ... Lihat selengkapnya

PONDOK PESANTREN DARUL QUR'AN ATTAQWA DDI JAMPUE
PENERIMAAN SANTRI BARU
TAHUN AJARAN 2024-2025

VISI PESANTREN
"Terwujudnya Santri yang Berkarakter dan Berprestasi dalam Berdakwah Pada Akhir Al-Qur'an"

KEKURANGKULIKULER
• OSIS
• PRAMUKA
• PMR
• KEMAH (Praktik, Mewah, Kualitas & Nilai)

JENJANG PENDIDIKAN
• Madrasah Aliyah
• Madrasah Tsanawiyah

PROGRAM PEMBINAAN
• Tahfidz Qur'an
• Qiroatul Kutub
• Qiroatul Barazanji
• Bimbingan Dakhah/Conemah
• Bimbingan Tilawatil Qur'an
• Bimbingan Bahasa Inggris dan Arab

INFO PEMBAYARAN
• Pendaftaran: Rp 2.500.000,-
• Sertifikat: Rp 800.000,-
• Biaya Akomodasi: Rp 200.000,-
• Suku: Rp 200.000,-
• Laundry: Rp 100.000,-
• Sewa: Rp 100.000,-
• Total: Rp 4.200.000,-

WAKTU PENDAFTARAN
TAHAP 1
1 Februari - 31 Maret 2024
TAHAP 2
1 April - 30 Mei 2024

FASILITAS
• Masjid
• Asrama Putra & Putri
• Asrama Kader
• Perpustakaan
• Masjid Luthfiyyah (ML)
• Lapangan Olahraga (Sepak Bola, Basket, Tenis)
• Klinik Kesehatan
• Dapur Komunal
• Kantin
• Peta Security

CONTACT PERSON
0822-412-8267 / AMRAN, S.Pd
0822-412-8272 / ABDUL RAHYD, S.Pd
0822-724-1929 / AMRAN, S.Pd

👍 Ifal dan 4 lainnya

PONDOK PESANTREN DARUL QUR'AN ATTAQWA DDI JAMPUE
PENERIMAAN SANTRI BARU
TAHUN AJARAN 2024-2025

VISI PESANTREN
"Terwujudnya Santri yang Berkarakter dan Berprestasi dalam Berdakwah Pada Akhir Al-Qur'an"

JENJANG PENDIDIKAN
• Madrasah Aliyah
• Madrasah Tsanawiyah

PROGRAM PEMBINAAN
• Tahfidz Qur'an
• Tahsin Al-Qur'an
• Qiroatul Kutub
• Qiroatul Barazanji
• Bimbingan Dakhah/Conemah
• Bimbingan Tilawatil Qur'an
• Bimbingan Bahasa Inggris dan Arab

INFO PEMBAYARAN
• Pendaftaran: Rp 2.500.000,-
• Sertifikat: Rp 800.000,-
• Biaya Akomodasi: Rp 200.000,-
• Suku: Rp 200.000,-
• Laundry: Rp 100.000,-
• Sewa: Rp 100.000,-
• Total: Rp 4.200.000,-

WAKTU PENDAFTARAN
TAHAP 1
1 Februari - 31 Maret 2024
TAHAP 2
1 April - 30 Mei 2024

FASILITAS
• Masjid
• Asrama Putra & Putri
• Asrama Kader
• Perpustakaan
• Masjid Luthfiyyah (ML)
• Lapangan Olahraga (Sepak Bola, Basket, Tenis)
• Klinik Kesehatan
• Dapur Komunal
• Kantin
• Peta Security

CONTACT PERSON
0822-412-8267 / AMRAN, S.Pd
0822-412-8272 / ABDUL RAHYD, S.Pd
0822-724-1929 / AMRAN, S.Pd

Irma Susiana
27 Mar · 🌐

Maryam bersama Madrasah Tsanawiyah Jampue dan 13 lainnya.
27 Mar · 🌐

Jampue

H. Helmy Ali Yafie
(Pangasuh Pondok Pesantren)

Penerimaan Peserta Didik Baru
Tahun Ajaran 2024/2025
DAFTAR SEKARANG

Program Binaan Kepesantrenan
✓ Bimbingan Qiroatul Kutub
✓ Tahsin Dan Tahfidzil Qur'an
✓ Bimbingan Ceramah/Dakhah
✓ Bimbingan Tilawatil Qur'an
✓ English And Arabic Camp
✓ Qiroatul Barazanji

Jenjang Pendidikan
Madrasah Tsanawiyah
Madrasah Aliyah

Waktu Pendaftaran
Gelombang 1
1 Februari - 31 Maret 2024
Gelombang 2
1 April - 30 Mei 2024

Naarabongon 1
0822 412 8267 / Amran, S.Pd
Naarabongon 2
0821 7244 1929 / Maryam, S.Pd

Pamflet 27 Maret

PONDOK PESANTREN DARUL QUR'AN ATTAQWA DDI JAMPUE

H. Helmy Ali Yafie
(Pangasuh Pondok Pesantren)

Penerimaan Peserta Didik Baru
Tahun Ajaran 2024/2025
DAFTAR SEKARANG

Program Binaan Kepesantrenan
✓ Bimbingan Qiroatul Kutub
✓ Tahsin Dan Tahfidzil Qur'an
✓ Bimbingan Ceramah/Dakhah
✓ Bimbingan Tilawatil Qur'an
✓ English And Arabic Camp
✓ Qiroatul Barazanji

Jenjang Pendidikan
Madrasah Tsanawiyah (MTs)
Madrasah Aliyah (MA)

Waktu Pendaftaran
Gelombang 1
1 Februari - 31 Maret 2024
Gelombang 2
1 April - 30 Mei 2024

Naarabongon 1
0822 412 8267 / Amran, S.Pd
Naarabongon 2
0821 7244 1929 / Maryam, S.Pd

Promosi di berbagai media sosial Facebook, Instagram dan WhatsApp



Promosi menggunakan baliho di berbagai tempat



Beberapa prestasi yang diunggah di sosial media

BIODATA PENULIS



Aswinda Azzahra, Lahir di Pinrang, Tanggal 28 September 2002 di Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan bapak M. Tahar Asapa dan Ibu Arni. Penulis bertempat tinggal di Desa Lerang Kecamatan Lanrisang Kabupaten Pinrang. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu mulai masuk taman kanak – kanak di TK DDI Jampue, kemudian melanjutkan pendidikan di sekolah dasar negeri (SDN) 178 Lanrisang pada tahun 2008 – 2014, kemudian melanjutkan pendidikan di sekolah menengah pertama (SMP) di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa jampue pada tahun 2014-2017, Kemudian melanjutkan lagi pendidikan kesekolah sekolahh menengah atas (SMA) di Madrasah Aliyah At-taqwa Jampue pada tahun 2017-2020, Kemudian pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil jurusan Manajemen Pendidikan Islam. Penulis melakukan praktek pengalaman kerja (PPL) di Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Parepare dan melaksanakann kuliah kerja nyata (KKN) di Kelurahan Balla Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang pada tahun 2023. Untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan penulis mengajukan skripsinya dengan judul Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At-taqwa Jampue).

