

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sekolah adalah lembaga formal yang menjadi tempat utama penyelenggaraan pendidikan dan pembentukan generasi penerus bangsa. Di dalamnya tumbuh budaya sekolah yang terbentuk dari kebiasaan warga sekolah siswa, guru, dan tenaga kependidikan yang berkembang menjadi nilai, norma, dan pola perilaku bersama. Budaya ini membentuk karakter, etika, serta tata krama seluruh civitas akademika, sekaligus menjadi dasar dalam bersosialisasi dan mengambil keputusan. Kualitas pendidikan sangat bergantung pada peran aktif seluruh sumber daya manusia dalam menerapkan budaya positif sebagai cerminan nilai-nilai organisasi.¹

Pendidikan memegang peran strategis dalam membentuk peradaban, karena melalui pendidikan, individu memperoleh ilmu, keterampilan, dan nilai moral yang meningkatkan kualitas hidup. Pendidikan juga menjadi sarana transformasi sosial yang mendorong pemikiran maju, visi masa depan, dan partisipasi aktif dalam masyarakat. Dampaknya tidak hanya dirasakan secara personal, tetapi juga menyentuh kesejahteraan sosial dan martabat bangsa. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus terus meningkatkan mutu layanan dan relevansi pembelajaran guna mencetak generasi yang kreatif, inovatif, dan

¹ Lutfi Mu'min, "Tantangan Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di MAN 2 Bone," *Jurnal Mappesona* 5, no. 1 (2022): 1–10.

adaptif. Dalam proses ini, budaya sekolah yang kuat dan SDM yang kompeten menjadi penentu tercapainya pendidikan berkualitas dan berdaya saing tinggi.²

Sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 1, pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk menciptakan suasana belajar dan proses pembelajaran yang memungkinkan peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya. Proses ini bertujuan untuk menumbuhkan kekuatan spiritual, nilai-nilai keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang dibutuhkan untuk dirinya sendiri maupun bagi kepentingan masyarakat, bangsa, dan negara. Pendidikan tidak hanya sekadar proses transfer ilmu, melainkan juga pembangunan karakter dan pengembangan kemampuan menyeluruh individu.³

Dalam praktiknya, pendidikan berpusat pada siswa sebagai subjek utama pembelajaran. Siswa merupakan individu yang berkembang dan memiliki potensi unik yang perlu dibimbing secara tepat. Oleh karena itu, sekolah wajib menyediakan layanan terbaik, baik secara fisik seperti fasilitas belajar, maupun non-fisik seperti bimbingan dan pengembangan karakter. Prasetya menyatakan bahwa keberhasilan pendidikan sangat bergantung pada keseriusan sekolah dalam memenuhi kebutuhan siswa sesuai minat, bakat, dan kemampuan mereka demi tercapainya tujuan pendidikan.⁴

² M. Y. Mahmud et al., "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah," *Paramurobi: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 5, no. 1 (2022): 20–34.

³ "UU No. 20 Tahun 2003," Database Peraturan | JDIH BPK, accessed May 1, 2025.

⁴ Evi Zulfiah, Nita Novia Nugraha Putri, and Muinah Fadhilah, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Masuk Sekolah Dasar Islam Terpadu," *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru* 8, no. 3 (2023): 22–24.

Di era modern, dunia pendidikan harus dikelola secara profesional dan responsif terhadap perubahan. Persaingan antar lembaga semakin ketat, sehingga sekolah dituntut unggul tidak hanya secara akademik, tetapi juga dalam manajemen dan komunikasi publik. Sekolah perlu menyampaikan visi, misi, dan program unggulan dengan jelas, sekaligus memahami kebutuhan masyarakat. Untuk itu, strategi promosi yang terencana sangat diperlukan guna membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan, dan menarik calon peserta didik.

Promosi berperan penting dalam mendukung kemajuan program pendidikan dan menjadi bagian tak terpisahkan dari pengelolaan lembaga. Tidak seperti pemasaran bisnis yang fokus pada produk, promosi pendidikan menekankan penyampaian nilai, membangun kepercayaan, dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. Kegiatan ini mencakup penyebaran informasi, strategi komunikasi, dan pembentukan citra positif lembaga.⁵ Karena itu, peran humas sangat krusial dalam menarik perhatian serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan pendidikan yang ditawarkan, dan meningkatkan jumlah peserta didik.

Peran humas tidak hanya terbatas pada komunikasi, tetapi juga mencakup fungsi strategis dalam menjaga eksistensi dan reputasi lembaga di tengah dinamika sosial. Sebagai penghubung antara sekolah dan masyarakat, humas bertugas membangun pemahaman positif terhadap visi, misi, dan program pendidikan. Di lingkungan sekolah, humas menjalin hubungan harmonis

⁵ Aswinda Azzahra, "Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At-Taqwa Jampue)." (PhD Thesis, IAIN Parepare, 2024).

dengan orang tua dan masyarakat melalui penyampaian informasi yang konsisten. Dengan pendekatan ini, masyarakat diharapkan tidak hanya memahami, tetapi juga mendukung program-program sekolah.⁶

Dalam lembaga pendidikan Islam, peran humas semakin penting karena masih ada kecenderungan masyarakat untuk memilih sekolah umum, terutama negeri. Situasi ini mendorong lembaga Islam agar memiliki strategi komunikasi yang aktif dan profesional, seperti penugasan wakil kepala sekolah bidang humas. Dengan humas yang efektif, madrasah dapat memperkuat daya saing, membangun citra positif, dan meraih kepercayaan masyarakat secara berkelanjutan.⁷

Salah satu aspek penting yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan adalah citra, reputasi, kualitas, integritas lembaga tersebut, dan jumlah peserta didik. Di era informasi terbuka, sebaik apa pun sebuah institusi, jika tidak dikenal, maka sulit berkembang. Oleh karena itu, penting bagi setiap sekolah untuk membangun citra positif melalui strategi promosi yang efektif. Citra yang baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat, menunjang kualitas, dan menarik lebih banyak peserta didik. Di sinilah peran humas menjadi sangat penting dalam merancang dan

⁶ Vivi Yilfiana and Shinta Kharisma Putri, "Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada Masa Pandemi Di SMAN 14 Bone," *Jurnal Mappesona* 4, no. 2 (2021): 66–76.

⁷ Alifia Fifi Habibah and Fitri Nur Mahmudah, "Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru Di Sma Muhammadiyah 5 Yogyakarta," *Edugama: Jurnal Kependidikan Dan Sosial Keagamaan* 8, no. 2 (2022): 20–31.

menjalankan komunikasi strategis guna membentuk persepsi positif publik terhadap lembaga pendidikan.⁸

Dalam praktiknya, humas sekolah dituntut untuk mampu merancang strategi yang tidak sekadar promosi, melainkan menjadi dasar perencanaan kebijakan jangka panjang. Strategi merupakan bagian esensial dari fungsi manajemen karena menjadi acuan dalam pengambilan keputusan dan arah pengembangan lembaga. Strategi yang matang mencerminkan visi dan misi organisasi yang dijabarkan secara sistematis dalam langkah-langkah yang dapat diimplementasikan. Oleh karena itu, pemilihan strategi dan perencanaannya harus dilakukan secara hati-hati, guna memastikan keberlanjutan dan keberhasilan lembaga dalam menjawab tantangan dan kebutuhan masyarakat, serta mempertahankan eksistensinya dalam jangka panjang.⁹

Salah satu lembaga pendidikan swasta yang mampu menunjukkan keberhasilannya dalam melakukan promosi dan meningkatkan jumlah peserta didik adalah MTs Roudlotut Thalabah, yang berlokasi di Desa Wonorejo, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri. Madrasah ini berada di bawah naungan Yayasan Roudlotut Thalabah dan menjadi salah satu madrasah swasta yang cukup berkembang di wilayah tersebut. MTs Roudlotut Thalabah secara aktif mengembangkan berbagai program unggulan yang menjadi daya tarik bagi masyarakat, seperti program pembelajaran kitab kuning, kegiatan

⁸ Suyitno Suyitno, "Strategi Hubungan Masyarakat (Public Relation) Dalam Peningkatan Pemasaran Lembaga Pendidikan," *JURNAL BASICEDU Research & Learning in Elementary Education* 5, no. 5 (2021): 38–45.

⁹ NUR WINDA, "Strategi Humas Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Badan Perpustakaan Dan Kearsipan Kabupaten Sidoarjo," 2018.

ekstrakurikuler keterampilan (TKR, Teknisi HP, dan Tata Boga), serta program beasiswa bagi penghafal Al-Qur'an dan anak yatim.

Keberhasilan madrasah ini juga ditunjang oleh strategi humas yang aktif dan terorganisir. Promosi tidak hanya dilakukan secara konvensional melalui brosur dan spanduk, tetapi juga melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, website resmi, dan YouTube. Selain itu, madrasah juga menjalin kemitraan strategis dengan berbagai pihak seperti Radio Wijang Songko, puskesmas, dan instansi keamanan untuk mendukung kegiatan sekolah sekaligus memperluas jangkauan promosi.

Strategi promosi yang dilakukan oleh MTs Roudlotut Thalabah membuahkan hasil yang positif. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah peserta didik baru mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tahun ajaran 2022/2023 terdapat 195 siswa, meningkat menjadi 205 siswa di tahun ajaran 2023/2024, dan tahun 2024/2025 menjadi 214 siswa. Angka ini menunjukkan adanya kepercayaan masyarakat yang semakin meningkat terhadap madrasah ini, yang salah satunya dipengaruhi oleh strategi komunikasi dan promosi yang efektif dari bagian humas.

Sebagai salah satu madrasah swasta di Kabupaten Kediri yang memiliki daya tarik tersendiri di mata masyarakat, MTs Roudlotut Thalabah menjadi pilihan bagi wali murid yang menginginkan pendidikan Islam yang terpadu. Fenomena ini mencerminkan keberhasilan madrasah dalam membangun citra positif, meningkatkan jumlah peserta didik, dan menunjukkan betapa pentingnya strategi humas dalam memperkenalkan lembaga kepada publik.

Namun, di tengah berbagai strategi tersebut, perlu dikaji sejauh mana peran dan efektivitas humas dalam menjalankan fungsi promosi tersebut secara terencana dan berkelanjutan. Apakah strategi yang digunakan telah sesuai dengan kebutuhan public. Dengan demikian, strategi humas tidak hanya bersifat teknis atau operasional, melainkan juga bersifat strategis dan terintegrasi. Perencanaan yang matang, pelaksanaan yang kreatif, dan evaluasi yang reflektif menjadi pilar utama dalam membangun citra sekolah, membangun kepercayaan masyarakat serta meningkatkan jumlah peserta didik sekolah secara berkelanjutan. Inilah yang menjadi latar belakang penting dari penelitian ini. Berdasarkan paparan tersebut, penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang strategi humas yang diterapkan oleh MTs Roudlotut Thalabah dalam mempromosikan sekolah. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengangkat judul: “Strategi Humas dalam Mempromosikan Sekolah di MTs Roudlotut Thalabah Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan konteks penelitian diatas maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana Perencanaan Strategi Humas Dalam Mempromosikan Sekolah di MTs Roudlatut Tholabah?
- 2) Bagaimana Pelaksanaan komunikasi Strategi Humas Dalam Mempromosikan sekolah di MTs Roudlatut Tholabah?

- 3) Bagaimana Evaluasi Strategi Humas Dalam Mempromosikan Sekolah di MTs Roudlatut Tholabah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Perencanaan Strategi Humas Dalam Mempromosikan Sekolah di MTs Roudlatut Tholabah
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Pelaksanaan Komunikasi Strategi Humas Dalam Mempromosikan Sekolah di MTs Roudlatut Tholabah
3. Untuk Mengetahui dan menganalisis evaluasi strategi humas dalam Mempromosikan Sekolah di MTs Roudlatut Tholabah

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian pada dasarnya memiliki tujuan dan manfaat tertentu, salah satunya adalah untuk menguji dan menemukan kebenaran dari suatu pengetahuan secara ilmiah. Sehubungan dengan hal tersebut, manfaat dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pendidikan. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi atau acuan bagi kajian-kajian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi dan promosi di lembaga pendidikan. Selain itu, temuan penelitian ini dapat memperkaya pemahaman mengenai konsep, rumusan,

dan teori tentang strategi humas dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak sekolah: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang bersifat membangun dalam mengelola serta mengembangkan strategi humas yang lebih inovatif. Informasi dari hasil penelitian ini juga bisa digunakan oleh kepala sekolah, guru, maupun staf humas sebagai acuan dalam menyusun strategi promosi lembaga pendidikan.
- b. Bagi peneliti: Melalui penelitian ini, peneliti memperoleh pengetahuan dan pemahaman yang lebih dalam mengenai strategi kehumasan di MTs Raudlatut Thalabah serta dampaknya terhadap peningkatan promosi sekolah. Selain itu, penelitian ini juga menjadi sarana pengembangan wawasan dan penambahan referensi pribadi.
- c. Bagi peneliti lain: Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan referensi tambahan bagi peneliti-peneliti berikutnya yang ingin mengkaji topik serupa di masa depan.

E. Definisi Konsep

Untuk memperjelas pemahaman serta menghindari kesalahan dalam menafsirkan istilah-istilah yang terdapat dalam judul penelitian “Strategi Humas dalam Mempromosikan Sekolah di MTs Raudlatut Thalabah”, maka penulis merasa perlu untuk memberikan batasan atau penegasan terhadap istilah-istilah kunci yang digunakan, sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi menurut Hittmár et al. merupakan suatu alat dasar yang digunakan untuk menentukan arah kebijakan organisasi atau lembaga, termasuk dalam hal ini adalah institusi pendidikan. Strategi menjadi landasan utama dalam menyusun langkah-langkah operasional yang sejalan dengan visi dan tujuan jangka panjang lembaga.

Sementara itu, Kazinguvu menyatakan bahwa strategi mencerminkan penciptaan dari pendekatan-pendekatan inovatif, seperti teknologi baru, layanan baru, hingga model bisnis yang mampu mengubah cara kerja dan menghasilkan nilai tambah yang signifikan bagi konsumen atau pengguna jasa. Dalam konteks pendidikan, strategi dapat dimaknai sebagai rangkaian perencanaan terstruktur dan inovatif yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas serta citra lembaga melalui berbagai pendekatan yang relevan.¹⁰

2. Promosi Sekolah

Promosi dalam lingkungan sekolah dapat diartikan sebagai proses yang dirancang secara sistematis dan terencana untuk mengkomunikasikan nilai-nilai serta keunggulan sekolah kepada masyarakat luas, baik itu kepada calon peserta didik, orang tua, maupun stakeholder lainnya. Tujuan utamanya adalah untuk

¹⁰ Tintin Suhaeni, "Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan Di Kota Bandung)," *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 4, no. 1 (2018): 59.

meningkatkan pemahaman, ketertarikan, serta partisipasi masyarakat terhadap program-program yang ditawarkan sekolah.

Promosi juga mencakup serangkaian aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh pihak sekolah, baik melalui media konvensional maupun digital, dalam rangka menciptakan citra positif dan membangun hubungan saling menguntungkan antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Dengan demikian, promosi bukan hanya sekadar penyebaran informasi, tetapi merupakan bagian integral dari strategi pemasaran pendidikan yang menekankan pada pemenuhan kebutuhan serta harapan publik terhadap layanan pendidikan.¹¹

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Identitas	Hasil	Persamaan dan perbedaan
1	Muhammad Afyfy Masyhuda yang berjudul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri Kota Batu” Skripsi (2019)	Penelitian ini berfokus pada strategi humas dalam membangun citra sekolah pasca perubahan status madrasah dari swasta menjadi negeri. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif studi kasus. Menurut temuan dari penelitian, strategi humas dilakukan melalui pendekatan internal dan eksternal, yang masing-masing diimplementasikan melalui pembenahan komunikasi internal dan promosi eksternal. Hasil akhirnya adalah meningkatnya kembali kepercayaan masyarakat.	Membahas strategi humas dalam konteks lembaga pendidikan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini fokus pada pembangunan citra, bukan promosi peserta didik baru di madrasah swasta berbasis Islam.

¹¹ M. A. Muhaimin, *Manajemen Pendidikan (Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah)* (Prenada Media, 2015), 87,

2	Diah ayu prabandari, dkk. "Strategi Humas Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Sekolah" Jurnal (2021).	Penelitian ini menelaah strategi humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan sekolah dengan pendekatan kualitatif. Teknik yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut temuan dari penelitian, humas menjalin komunikasi persuasif dengan orang tua dan masyarakat, yang diimplementasikan melalui kegiatan bersama dan media informasi. Hasil akhirnya adalah meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam program sekolah.	Menggunakan metode kualitatif dan membahas peran humas dalam membangun relasi publik. Peneliti ini berfokus mengkaji bagaimana agar masyarakat ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang ada di sekolah dan mengenalkan sekolah kepada masyarakat
3	Muhammad Untung Suropati, dkk. "Strategi Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Muhammadiyah 2 Pekanbaru. Jurnal (2020)	Penelitian ini memfokuskan kajian pada strategi promosi peserta didik baru di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Menurut temuan dari penelitian, promosi dilakukan melalui berbagai media seperti brosur, media sosial, dan sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah. Strategi ini diimplementasikan dengan menyesuaikan keunggulan program sekolah. Hasil akhirnya adalah meningkatnya jumlah pendaftar baru setiap tahun.	Sama-sama membahas strategi promosi dalam konteks penerimaan peserta didik baru. Objek kajian adalah SMK, bukan MTs berbasis Islam yang memiliki karakteristik promosi berbeda.
4	Syafri Fadillah Marpaung, dkk. "Peran Strategis Manajemen Humas dan Layanan Publik Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di Sekolah" Jurnal (2023)	Penelitian ini merupakan studi pustaka yang mengkaji peran manajemen humas dan layanan publik dalam meningkatkan mutu pendidikan. Menurut temuan dari penelitian, humas memiliki fungsi strategis dalam menciptakan citra positif dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. Hal ini diimplementasikan melalui pelayanan publik yang transparan dan keterbukaan informasi. Hasil akhirnya adalah	Sama-sama menyoroti peran strategis humas dalam pendidikan. Menggunakan pendekatan literatur (non-lapangan) dan tidak fokus pada promosi.

		meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.	
5	Vivi Vilfiana, dkk. "Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada Masa Pandemi di SMAN 14 BONE" Jurnal (2021)	Penelitian ini mengkaji peran humas dalam menjaga mutu pendidikan selama pandemi COVID-19, menggunakan metode kualitatif. Menurut temuan dari penelitian, humas berperan aktif menjembatani komunikasi antara pihak sekolah dan masyarakat melalui platform daring. Hal ini diimplementasikan dalam bentuk informasi berkala dan kerja sama dengan pihak eksternal. Hasil akhirnya adalah terjaminnya keberlangsungan proses belajar mengajar di tengah keterbatasan pandemi.	Sama-sama membahas peran humas dalam menjaga kualitas lembaga pendidikan. Berfokus pada masa pandemi dan mutu pendidikan, bukan strategi promosi jangka panjang.