

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Melihat perkembangan zaman yang semakin cepat dan persaingan dunia pendidikan juga dirasa ketat pada saat ini, baik lembaga pendidikan negeri maupun swasta. Hal ini dilihat dari semakin banyaknya sekolah baru dibawah naungan lembaga atau yayasan yang mampu menawarkan kualitas terbaiknya sehingga terkesan berkualitas. Mereka berlomba-lomba menunjukkan eksistensi serta mutu pendidikan yang dimiliki agar peminatnya semakin meningkat.<sup>1</sup>

Sebagai sekolah swasta, masalah yang dihadapi semakin banyak, ketika sebagian masyarakat masih menganggap bahwa sekolah swasta merupakan sekolah pilihan terakhir apabila tidak diterima di sekolah negeri. Begitu juga dengan madrasah, sebagian orang masih beranggapan bahwa madrasah merupakan sekolah yang hanya mengajarkan pelajaran agama saja. Padahal menurut UU RI No 20 Tahun 2003 tentang SIKNAS, bahwa madrasah setara dengan sekolah umum, yang memiliki ciri khas keagamaan, sehingga dalam UU madrasah disebut sekolah umum yang berciri khas islam.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Puji Hariati dan Elizabeth Ranu, "Strategy Management of Public Relations in New Admission at SMK (SMEA) PGRI Ploso Jombang Academic Year 2014/2015". *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*. Vol.2 No.2,2014,2.

<sup>2</sup> Shazrin Syafiq Zachrofi, Tri Fatimah, dan Wilianda Munthe, "Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MTsS Al-Washliyah Simpang Marbau Labuhanbatu Utara)". Vol.1 No.2,2021,277.

Sebagai sekolah umum berciri khas islam, kurikulum madrasah memiliki dua komponen yaitu komponen pendidikan umum dan komponen pendidikan islam. Dengan demikian, kurikulum yang berlaku adalah kurikulum sekolah umum dengan ditambahkan kurikulum keagamaan. Hal ini dapat dikatakan bahwa madrasah memiliki pelajaran yang lebih banyak daripada sekolah umum, sehingga diharapkan lulusan madrasah tidak hanya memiliki keahlian dalam ilmu pengetahuan dan teknologi saja melainkan unggul dalam penguasaan agama. Seharusnya hal ini menjadi nilai tambah bagi madrasah dan dapat meningkatkan animo masyarakat terhadap madrasah. Namun kenyatannya madrasah masih di nomor duakan oleh masyarakat. Dan masalah ini tentu akan berdampak buruk pada perkembangan madrasah itu sendiri, yang mana masyarakat menjadi kurang yakin atas kualitas hasil didikan madrasah.<sup>3</sup>

Selain permasalahan diatas, hal lain juga dirasakan oleh MTs Miftahul Huda Silir. MTs Miftahul Huda Silir merupakan lembaga pendidikan yang setara dengan SMP dibawah naungan yayasan dengan berciri khas agama, berlokasi di Desa Silir, Kecamatan Wates Kabupaten Kediri yang memang sudah lama didirikan sejak tahun 1970. MTs Miftahul Huda Silir bukan salah satu madrasah tsanawiyah melainkan terdapat beberapa MTs yang tidak jauh dengan lokasinya. Hal tersebut menjadi suatu tantangan bagi madrasah, oleh karena itu madrasah harus menjalin hubungan baik dengan masyarakat,

---

<sup>3</sup> Khozin, *Jejak-Jejak Pendidikan Islam di Indonesia – Rekonstruksi Sejarah untuk Aksi* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2006),133.

dengan tujuan untuk meningkatkan kerjasama juga sebagai pendukung dalam mempertahankan madrasah agar peminatnya semakin meningkat.

Kegiatan tersebut sesuai dengan peran humas yaitu sebagai penghubung antara lembaga dengan publik atau masyarakat serta sebagai informan yang bertugas memberikan segala bentuk informasi atas lembaganya kepada masyarakat. Humas juga sebagai penyebar informasi, menciptakan, memelihara, serta membina hubungan yang baik. Humas merupakan sebuah seni ilmu sosial yang meliputi analisa, perencanaan, penentuan, pengarahan serta melaksanakan program yang sudah direncanakan guna memenuhi tujuan instansi dengan masyarakat terkait.<sup>4</sup>

Pada lembaga pendidikan, humas dibentuk salah satunya untuk mempromosikan sekolah. Promosi menjadi salah satu penentu keberhasilan program pemasaran. Promosi berguna untuk menyebarkan informasi lembaga pendidikan yang pada akhirnya untuk meningkatkan minat calon peserta didik. Penyebaran informasi yang secara luas dapat memudahkan orang tua dan juga calon peserta didik baru mengakses informasi. Promosi dianggap sebagai suatu komunikasi yang tidak hanya memperkenalkan produk saja, melainkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga kepuasan masyarakat dapat terpenuhi. Dengan demikian promosi merupakan kegiatan

---

<sup>4</sup> Jailani, "Kerangka Kerja Manajemen Humas Dalam Lembaga Pendidikan". *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol.2 No.1,2018,50.

yang tepat diterapkan dalam memasarkan atau mensosialisasikan lembaga pendidikan yang pada akhirnya dapat diterima oleh masyarakat luas.<sup>5</sup>

Kepercayaan masyarakat kepada sekolah dapat terjadi apabila masyarakat selaku konsumen (pelanggan) merasa puas dengan apa yang ditawarkan oleh pengelola lembaga pendidikan. Kepuasan pelanggan ini merupakan suatu keniscayaan bagi sebuah lembaga dalam menuju lembaga yang berkualitas. Dalam hal ini, tugas kehumasan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah terlebih-lebih dalam promosi penerimaan peserta didik baru yang tujuan utamanya untuk meningkatkan jumlah siswa. Agar pelaksanaannya dapat berjalan secara efektif dan efisien sesuai dengan tujuan humas maka diperlukan manajemen yang baik dalam pelaksanaannya. Manajemen humas merupakan suatu komunikasi dua arah antara lembaga dengan masyarakat untuk melaksanakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi dalam usaha mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik mengangkat permasalahan tersebut untuk dijadikan sebuah judul penelitian yaitu “Manajemen Humas Dalam Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Miftahul Huda Silir Kabupaten Kediri”.

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana perencanaan humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru di MTs Miftahul Huda Silir Kabupaten Kediri ?

---

<sup>5</sup> Dahlia Patiung, “Strategi Manajemen Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik pada Satuan PAUD,” *Nanaeke: Indonesian Journal on Early Childhood Education*. Vol.2 No.2,2019,133-134.

2. Bagaimana pelaksanaan humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru di MTs Miftahul Huda Silir Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana evaluasi humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru di MTs Miftahul Huda Silir Kabupaten Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui perencanaan humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru di MTs Miftahul Huda Silir Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru di MTs Miftahul Huda Silir Kabupaten Kediri.
3. Untuk mengetahui evaluasi humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru di MTs Miftahul Huda Silir Kabupaten Kediri.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

#### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau wawasan baru bagi tenaga humas dalam menjalankan tugasnya, khususnya dalam kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lainnya yang terkait dengan manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru.

#### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi lembaga

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi maupun wawasan bagi lembaga pendidikan dalam promosi penerimaan peserta didik baru.

b. Bagi penulis

Menambah pengalaman dan ilmu baru terkait manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru.

c. Bagi pembaca

Sebagai sumber informasi baru bagi pembaca mengenai manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini tentu bukan penelitian pertama kali dan penulis menyadari bahwa penelitian ini menggunakan acuan penelitian terdahulu dalam melakukan suatu penelitian. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu meliputi :

1. Penelitian Kartini dari Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang tahun 2018 yang berjudul "Pelaksanaan Manajemen Humas dalam Mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang".

Yang dibahas dalam penelitian ini adalah pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan dan apa saja faktor yang mempengaruhi pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Kartini, Skripsi: "Pelaksanaan Manajemen Humas Dalam Mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang" (Palembang: Universitas Negeri Raden Fatah, 2018).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sekunder. Data primer terdiri dari waka humas, kepala sekolah dan staf humas. Sedangkan data sekunder yaitu sejumlah data penunjang berupa dokumentasi dan observasi. Untuk pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa semua pihak sekolah ikut berpartisipasi dalam mempromosikan dengan menciptakan komunikasi yang baik antar semua pihak dan saling memberikan *feedback* serta selalu diadakan evaluasi disetiap pelaksanaan. Faktor pendukung yang mempengaruhi pelaksanaan manajemen humas yaitu sumber daya manusia guru, prestasi sekolah, tingginya animo masyarakat, stakeholder yang mendukung, lokasi sekolah strategis. Adapun yang menghambat yaitu sumber daya manusia dan wali murid.

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas manajemen humas dalam promosi, yang membedakan yaitu lokasi penelitiannya dan penelitian ini berfokus pada manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru.

2. Penelitian Salman Alfarezi dari Institut Agama Islam Negeri Batu Sangkar pada tahun 2020 yang berjudul “Manajemen Hubungan

Masyarakat Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa MTS Swasta Lunto Kota Sawahlunto”.<sup>7</sup>

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah mengkaji manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan jumlah siswa di MTS Swasta Lunto Kota Sawahlunto. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perencanaan humas di MTS Swasta Lunto Kota Sawahlunto memiliki program yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah siswa dengan didampingi aksi humas dilapangan berjalan cukup baik dan mewajibkan seluruh elemen yang ada di MTS Swasta Lunto untuk berperan aktif dalam menjalankan program-program humas tersebut guna meningkatkan jumlah siswa.

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas manajemen humas. Namun pada penelitian terdahulu memfokuskan pada manajemen humas dalam meningkatkan jumlah siswa, yang mana fokus penelitiannya mengkaji perencanaan, aksi kerja humas dan faktor pendukung humas sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada pelaksanaan manajemen humas dalam promosi penerimaan

---

<sup>7</sup> Salman Alfarezi, Skripsi : “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa MTs Swasta Lunto Kota Sawahlunto”(Batusangkar: Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2020).

peserta didik baru di MTS dengan fokus penelitian dari mulai perencanaan sampai evaluasi.

3. Penelitian Suci Hariyati dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara tahun 2020 yang berjudul “Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik di MTS Islamiyah Balongkut Kecamatan Merbau Kabupaten Lubuhanbatu Utara”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen humas dalam menarik minat calon peserta didik, untuk mengetahui metode yang dilakukan manajemen humas MTS Islamiyah Balongkut, untuk mengetahui penerapan metode manajemen humas.<sup>8</sup>

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas manajemen humas. Yang membedakan yaitu lokasi penelitian dan penelitian ini berfokus pada pelaksanaan manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru.

---

<sup>8</sup> Suci Haryati, Skripsi: “Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTS Islamiyah Balongkut Kecamatan Merbau Kabupaten Labuhanbatu Utara” (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020).

4. Penelitian Irrodhatus Salamah dari Universitas Negeri Islam Walisongo tahun 2020 yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MA Darul Ma’arif Pringapus.”<sup>9</sup>

Tujuan penelitian terdahulu yaitu untuk mengetahui perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Hasil penelitian ini diketahui bahwa perencanaan manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat yaitu dengan diadakan rapat kerja, pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi yaitu diwujudkan dengan beberapa kegiatan, adapun evaluasi yang dilakukan humas MA Darul Ma’arif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat yaitu dengan melakukan pemantauan.

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas manajemen humas, yang membedakan yaitu lokasi penelitian dan penelitian ini berfokus pada manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru.

5. Penelitian Luthfi Khoirotunniswah dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2019 yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang”.

---

<sup>9</sup> Irrodhatus Salamah, Skripsi: “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MA Darul Ma’arif Pringapus”(Semarang:Universitas Islam Negeri Walisongo,2020).

Rumusan masalah dalam penelitian terdahulu yaitu untuk mengetahui konsep manajemen humas di MTSN 3 Jombang, untuk mengetahui citra lembaga pendidikan di MTSN 3 Jombang, dan untuk mengetahui manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan di MTSN 3 Jombang.<sup>10</sup>

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa konsep manajemen humas di MTSN 3 Jombang dilakukan dengan tahap evaluasi untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dan kendala dalam pelaksanaan manajemen humas. Citra MTSN 3 Jombang sudah dikatakan baik, hal ini dilihat dari jumlah pendaftar dan jumlah pendidik mengalami peningkatan. Adapun bentuk manajemen humas dalam membangun citra dilakukan dengan promosi melalui brosur, website, bazar, lomba atau olimpiade juga dengan upaya menjadikan madrasah yang unggul dalam proses belajar, mengajar, rekrutmen guru dan rekrutmen peserta didik.

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas manajemen humas, yang membedakan yaitu lokasi penelitian dan penelitian ini berfokus pada manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru.

---

<sup>10</sup> Luthfi Khoirotunniswah, Skripsi: "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang" (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019).

**Tabel 1. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti, Judul Peneliti, Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Originalitas Penelitian
1.	Kartini , dengan judul penelitian <i>Pelaksanaan Manajemen Humas dalam mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang.</i> 2018	Sama-sama mengkaji manajemen humas dalam promosi.	Yang membedakan yaitu lokasi penelitian dan penelitian ini berfokus pada manajemen humas dari mulai perencanaan sampai dengan evaluasi.	
2.	Salman Alfarezi, dengan judul penelitian <i>Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa.</i> 2020.	Sama-sama membahas manajemen humas	Yang membedakan yaitu lokasi penelitian dan penelitian terdahulu fokus pada manajemen humas dalam meningkatkan jumlah siswa. Sedangkan penelitian ini fokus pada pelaksanaan manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru di MTS.	

3.	Suci Hariyati dengan judul penelitian <i>Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik di MTS Islamiyah Balongkut Kecamatan Merbau Kabupaten Lubuhanbatu Utara</i> .2020.	Sama-sama membahas manajemen humas.	Yang membedakan yaitu lokasi penelitian dan penelitian terdahulu fokus pada manajemen humas dalam menarik minat calon peserta didik. Sedangkan penelitian ini fokus pada pelaksanaan manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru di MTs.	Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu karena penelitian ini lebih pada pelaksanaan humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru di MTs.
4.	Irrodhatus Salamah dengan judul <i>Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MA Darul Ma'Arif Pringapus</i> . 2020.	Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terhadulu yaitu sama-sama membahas manajemen humas.	Yang membedakan yaitu lokasi penelitiannya dan penelitian terdahulu lebih pada pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat sedangkan penelitian ini berfokus pada	Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu karena penelitian ini lebih pada pelaksanaan humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru di MTs.

			pelaksanaan manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru.
5.	Luthfi Khoirotunniswah dengan judul <i>Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang</i> .2019.	Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas manajemen humas.	Hal yang membedakan yaitu penelitian terdahulu fokus pada manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra lembaga sedangkan penelitian ini fokus pada pelaksanaan manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru di MTs.

## F. Definisi Istilah

Agar mempermudah pembaca dalam memahami istilah-istilah dari judul penelitian yang penulis angkat yaitu tentang “Manajemen Humas Dalam Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Miftahul Huda Silir Kabupaten Kediri”, maka perlu adanya penegasan istilah sebagai berikut :

1. Manajemen Humas

Suatu komunikasi dua arah antara suatu lembaga dengan masyarakat untuk melaksanakan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi dalam usaha mencapai tujuan organisasi.

2. Promosi

Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang digunakan untuk menyebarkan informasi serta memperkenalkan pasar agar menerima produk serta membeli produk yang ditawarkan.

3. Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

Penerimaan peserta didik baru merupakan suatu proses penentuan, pencarian serta menarik pelamar agar menjadi peserta didik pada lembaga tersebut.