

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**KEGIATAN PROMOSI MADRASAH TSANAWIYAH
DALAM MENARIK MINAT PESERTA DIDIK
(Studi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah
Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



SEBDI HARNANDO

**NPM : 149110107
KONSENTRASI : HUMAS
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2019**

Motto

*Selalu berbuaat kebaikan
Lakukanlah kebaikan sekecil apapun, karena kita tidak akan pernah tahu
kebaikan apa yang akan memasukkan kita ke surga*

*Membeli kebahagiaan tidak dengan menjual kekayaan, juga membeli kekuasaan
tidak dengan menjual kebebasan
(Benjamin Franklin)*



Persembahan

Puji syukur kehadirat Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas kemudahan dan kelancaran-Nya, saya persembahkan karya tulis ini kepada:

- 1. Kedua orangtuaku tercinta yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, dan selalu memberikan semangat. Terimakasih atas semua yang telah diberikan kepada ananda.*
- 2. Almamaterku Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.*



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan puji syukur Kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, **“Kegiatan Promosi Madrasah Tsanawiyah Dalam Menarik Minat Peserta Didik (Studi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi)”**. Penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Al Sukri, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk dapat membimbing penulis dari awal hingga selesainya skripsi ini.
2. Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing II yang banyak memberikan bimbingan serta pengetahuan dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menimba ilmu di Universitas Islam Riau.
4. Untuk saudara-saudari yang telah menjadi motivasi dan penyemangat bagiku untuk selalu bersemangat dalam menulis dan mengerjakan skripsi ini, terimakasih atas dukungan dan semangat yang selalu dan telah kalian berikan.

5. Rekan-rekan, sahabat, kawan-kawan penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas dukungannya diucapkan terima kasih banyak.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang disebabkan oleh kemampuan dan pengetahuan yang ada pada diri penulis, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun demi sempurnanya skripsi ini ini.

Atas bantuan yang diberikan para pihak, akhirnya penulis mengucapkan terima kasih, semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan rahmatNya kepada kita semua. Amin.

Pekanbaru, 7 November 2019
Penulis

Sebdi Harnando

DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi	
Lembar Pernyataan	
Persembahan	ii
Motto	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar dan Lampiran	ix
Abstrak.....	x
<i>Abstract</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Fokus Penelitian	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Literatur	10
1. Komunikasi	10
2. Komunikasi Pemasaran	10
3. Promosi.....	11
4. Promosi Pendidikan.....	14
5. Minat	18
B. Definisi Operasional.....	20
C. Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	22
B. Subjek dan Objek Penelitian	22
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
D. Sumber Data	24
E. Teknik Pengumpulan Data	25
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	26
G. Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	30
B. Hasil Penelitian	37
C. Pembahasan.....	63

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	69

**Daftar Pustaka
Lampiran**



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Daftar Tabel

Tabel 1.1	Data Sekolah Menengah Pertama/Madrasah Tsanawiyah di Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi	2
Tabel 1.2	Jumlah Peserta Didik Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1	Jadwal Waktu Kegiatan Penelitian Tentang Kegiatan Promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Menarik Minat Peserta Didik.....	24
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Kecamatan Singingi Hilir	31
Tabel 4.2	Jumlah Gedung Pendidikan di Kecamatan Singingi Hilir	32
Tabel 4.3	Jenis Mata Pencaharian Masyarakat Kecamatan Singingi Hilir .	32
Tabel 4.4	Agama Penduduk Kecamatan Singingi Hilir	33
Tabel 4.5	Sarana Peribadatan di Kecamatan Singingi Hilir.....	33
Tabel 5.1	Data Informan Penelitian	38

Daftar Gambar

Gambar 3.1 Komponen Dalam Analisis Data (*flow model*) 28

Lampiran

Lampiran 1 : Biodata penulis

Lampiran 2 : Dokumentasi penelitian



Abstrak

Kegiatan Promosi Madrasah Tsanawiyah Dalam Menarik Minat Peserta Didik (Studi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi)

**Sebdi Harnando
149110107**

Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah adalah salah satu sekolah menengah pertama swasta di Kecamatan Singingi Hilir. Persaingan mendapatkan murid baru diantara sekolah-sekolah yang ada cukup sengit. Berbagai strategi dan cara dilakukan untuk mendapatkan murid. Dalam operasionalnya memiliki kendala dalam pemenuhan kuota peserta didik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik. Penelitian menggunakan teori strategi promosi dengan mengoptimalkan tujuh aspek variabel pemasaran, yaitu *product, price, place, promotion, process, people, dan physical evidence*. Penelitian menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh data penelitian subjek dipilih secara *purposive sampling*. Sumber data penelitian adalah para informan yang terdiri atas Ketua Yayasan, kepala sekolah, guru, orang tua dan siswa. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan promosi dilakukan dengan memasang spanduk, pembuatan brosur dan sosialisasi ke Sekolah Dasar. Dalam proses pembelajarannya tidak hanya kurikulum umum, namun juga kurikulum agama. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik masih sangat sederhana, yaitu hanya dengan menggunakan promosi berupa brosur dan spanduk sebagai alat untuk pengenalan sekolah, sosialisasi ke Sekolah dasar dan menjalin hubungan baik dengan para tokoh masyarakat dan tokoh agama.

Kata Kunci: Promosi, Minat, Peserta Didik.

Abstract

Promotion Activities of Madrasah Tsanawiyah in Attracting Interests of Students (Study of Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Foundation Ummah Singingi Hilir District Kuantan Singingi District)

Sebdi Harnando
149110107

Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah Foundation is one of the private junior high schools in Singingi Hilir District. The competition to get new students among the existing schools is quite fierce. Various strategies and ways are used to get students. In its operations there are obstacles in fulfilling the quota of students. This study aims to analyze the promotion activities of the Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah Foundation Singingi Hilir District Kuantan Singingi District in attracting students. The study uses promotion strategy theory by optimizing seven aspects of marketing variables, namely product, price, place, promotion, process, people, and physical evidence. Research using qualitative methods to obtain research data subject chosen by purposive sampling. Research data sources are informants consisting of the Chairperson of the Foundation, principals, teachers, parents and students. Data collection is done by interview, observation, and documentation. The results showed that promotion was carried out by putting up banners, making brochures and socializing to elementary schools. In the learning process not only the general curriculum, but also the religious curriculum. The conclusion of this research is the promotion of Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah Singingi Hilir District Kuantan Singingi Regency in attracting students' interest is still very simple, namely only by using promotion in the form of brochures and banners as a tool for school introductions, socialization to elementary schools and establishing good relations with community leaders and religious leaders.

Keywords: *Promotian, Interests, Students.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003, pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara (Sagala, 2007:15).

Persaingan mendapatkan murid baru diantara sekolah-sekolah yang ada cukup sengit. Berbagai strategi dan cara dilakukan untuk mendapatkan murid. Adanya persaingan antar sekolah yang semakin atraktif tersebut, maka promosi untuk lembaga pendidikan mutlak diperlukan. Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (siswa). Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi jasa pendidikan untuk memenangkan kompetisi antar sekolah dalam rangka meningkatkan jumlah peserta didik.

Promosi yang dimaksud ialah langkah-langkah yang dilakukan oleh sekolah untuk memperkenalkan atau memberikan persepsi positif kepada masyarakat terhadap sekolah tersebut. Meskipun kata promosi lebih dikenal dalam dunia usaha atau pemasaran, namun makna yang dimaksud ialah

bagaimana lembaga pendidikan mengelola hubungan baik antara sekolah sebagai lembaga pendidikan dengan masyarakat serta persepsi-persepsi tentang lembaga pendidikan, baik secara internal maupun eksternal.

Oleh karenanya promosi merupakan salah satu cara yang dapat ditempuh dalam melakukan hubungan antara sekolah dengan masyarakat. Selain itu, akan memberikan pemahaman kepada masyarakat terhadap sekolah sebagai lembaga pendidikan. Dengan jalan inilah masyarakat dapat memahami dan mengetahui segala kelebihan atau keunggulan yang dimiliki, sehingga menjadi pilihan bagi masyarakat untuk mendaftarkan anak-anaknya.

Secara umum Kecamatan Singingi Hilir merupakan sebuah kecamatan dengan tingkat penyelenggara pendidikan cukup baik di Kabupaten Kuantan Singingi. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya sarana pendidikan di Kecamatan Singingi Hilir.

Tabel 1.1 Data Sekolah Menengah Pertama/Madrasah Tsanawiyah di Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi.

No	Pendidikan	Jumlah (Unit)
1	Sekolah Menengah Pertama Negeri	6
2	Sekolah Menengah Pertama Swasta	2
3	Madrasah Tsanawiyah Negeri	2
4	Madrasah Tsanawiyah Swasta	3
Jumlah		13

Sumber: Kantor Camat Singingi Hilir, 2018.

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat persaingan untuk penerimaan siswa baru pada setiap tahunnya sangat tinggi. Hal ini tidak terlepas dari padatnya jumlah sarana pendidikan pada setiap level Sekolah Menengah Pertama/Madrasah Tsanawiyah baik swasta

ataupun negeri. Fenomena ini sangat dirasakan sekali oleh Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah. Sekolah yang berbasis agama Islam ini merasakan bahwa sebagian besar masyarakat di sekitar Madrasah tersebut cenderung lebih memilih sekolah umum, apalagi Madrasah Tsanawiyah ini merupakan madrasah swasta dan masih tergolong baru.

Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah berdiri pada tahun 2016, memiliki luas lahan dua hektar dan berada ditengah-tengah pemukiman penduduk. Pendirian Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah dilatar belakangi oleh keinginan pengelola untuk dapat mendirikan sebuah lembaga pendidikan yang berbeda, menyenangkan bagi siswa namun tetap berkualitas. Akhirnya pengelola mulai mencari-cari lokasi yang cocok untuk didirikan sebuah sekolah yang berbasis agama. Setelah mendapatkan lokasi yang cocok, pengelola mulai berkoordinasi dengan para tokoh masyarakat untuk rencana pendirian sebuah sekolah. Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah membuka kelas untuk Madrasah Ibtidaiyah dan Madrasah Tsanawiyah. Banyak kendala yang terjadi saat awal berdirinya sekolah tersebut, tetapi hal tersebut tidak mematahkan semangat para pengelola untuk terus memajukan Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah.

Berdasarkan uraian diatas, diketahui bahwa Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah adalah sekolah yang masih tergolong baru, karena sekolah ini baru beroperasi kurang lebih selama 2 tahun. Jadi kelas tertinggi di Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah ini baru sampai dengan kelas II. Peserta didik yang bersekolah di

Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah berasal dari wilayah Kecamatan Singingi Hilir.

Kurikulum yang digunakan di sekolah ini merupakan kurikulum sekolah umum dengan penambahan kurikulum keagamaan (pada umumnya perbandingan kurikulum madrasah adalah 70% kurikulum umum dan 30% kurikulum agama). Dengan struktur kurikulum seperti itu, maka madrasah memiliki pelajaran yang lebih banyak dari pada sekolah umum, sehingga diharapkan lulusan madrasah memiliki keunggulan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, serta unggul dalam penguasaan agama. Sehingga hal ini menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan animo masyarakat terhadap madrasah. Menyadari hal ini, maka pihak Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah tidak mau ketinggalan dalam menarik simpati masyarakat agar mempercayakan putra-putrinya belajar di yayasan tersebut.

Upaya pihak Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah untuk menarik simpati masyarakat yaitu melakukan promosi. Promosi adalah suatu sistem informasi kebijakan yang sangat penting, dan promosi merupakan hal yang pertama dan utama dalam upaya peningkatan jumlah peserta didik, karena melalui promosi inilah Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah memberikan informasi guna memperkenalkan seperti apa dan bagaimana sebenarnya Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah kepada masyarakat sekitar.

Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah melakukan langkah-langkah dalam rangka mempromosikan sekolahnya dan

merencanakan kegiatan promosi untuk selanjutnya. Karena hal ini dapat menunjang kemajuan dari sekolah itu sendiri, dan dampaknya dapat dirasakan dari segi peningkatan jumlah peserta didik. Jadi, rangkaian kegiatan sangatlah penting.

Rangkaian kegiatan promosi yang sudah dilaksanakan oleh Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah adalah mengadakan program-program yang melibatkan masyarakat, mengajak masyarakat untuk masuk ke dalam lingkungan Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah dalam acara-acara tertentu dan lain sebagainya.

Upaya lain yang dilakukan adalah dengan terus menerus memberikan sosialisasi ke masyarakat yang berada di sekitar Kecamatan Singingi Hilir. Sosialisasi ditekankan kepada model dan kurikulum yang diselenggarakan di Madrasah Tsanawiyah tersebut karena tidak hanya kurikulum umum, namun juga kurikulum agama. Selain upaya tersebut, promosi juga diteruskan kepada orang tua wali murid dengan mensosialisasikan kepada wali murid langsung dengan melibatkan diri pada kegiatan masyarakat seperti pertemuan rutin di tingkat Desa. Pertemuan Ibu-Ibu PKK yang berada di seluruh wilayah Kecamatan Singingi Hilir juga tidak lepas menjadi salah satu bentuk promosi untuk menarik minat orang tua agar mempercayakan proses pendidikan anaknya kepada Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah.

Setelah berbagai upaya tersebut di atas dilakukan, maka setelah mendekati penerimaan siswa baru tindakan yang dilakukan adalah dengan memasang iklan dan baliho di setiap sudut dan wilayah-wilayah strategis

sebagai sarana promosi. Upaya penyebaran informasi dan promosi juga dilakukan dengan menyebarkan brosur-brosur ke seluruh Sekolah Dasar di Kecamatan Singingi Hilir.

Namun kenyataannya, dalam operasionalnya Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah memiliki kendala dalam pemenuhan kuota peserta didik. Kepala sekolah menetapkan bahwa kuota untuk tiap-tiap kelasnya berisi 25 orang, akan tetapi kuota belum dapat terpenuhi. Jumlah peserta didik baru yang bersekolah di Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 1.2 Jumlah Peserta Didik Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir.

No	Tahun Ajaran	Kelas	Jumlah Siswa
1	2016/2017	I	18
2	2017/2018	I	21

Sumber: Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah, 2018.

Data tersebut diatas menunjukkan bahwa jumlah peserta didik di Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir mengalami peningkatan, namun belum mampu memenuhi kuota yang ditetapkan.

Hasil wawancara penulis dengan Ketua Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah menjelaskan bahwa;

“Tantangan dari tahun ke tahun untuk penerimaan siswa baru tentunya semakin beragam, apalagi ini termasuk sekolah yang baru berdiri. Hal ini menuntut kami untuk lebih giat lagi melakukan kegiatan promosi atau memperkenalkan sekolah ini kepada masyarakat luas, sehingga kita dapat memenangkan setiap tantangan dan hambatan yang muncul” (Wawancara tanggal 20 Juli 2018).

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“Kegiatan Promosi Madrasah Tsanawiyah Dalam Menarik Minat Peserta Didik (Studi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan, yaitu:

1. Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah masih belum begitu diketahui masyarakat karena baru berdiri selama kurang lebih 2 tahun.
2. Jumlah siswa Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah masih sedikit.
3. Jumlah tiap kelas sebanyak 25 peserta didik belum terpenuhi.
4. Adanya saingan Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah yang berstatus Negeri.

C. Fokus Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas, maka fokus penelitian ini adalah kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang dikemukakan di atas, peneliti secara khusus ingin menjawab permasalahan yaitu: bagaimanakah kegiatan promosi yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk menganalisis kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Teoritis

- 1) Sebagai bahan kajian studi banding antara pengetahuan yang sifatnya teoritis dengan kenyataan yang ada dilapangan.
- 2) Mengembangkan dan memperkaya pengetahuan serta wawasan penulis tentang kegiatan promosi yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan

Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik.

b. Praktis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, masukan kepada Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah dalam menarik minat peserta didik.
- 2) Menjadi tambahan ilmu bagi pihak-pihak yang membutuhkan, terutama untuk peneliti sendiri.
- 3) Bagi aktifitas akademika, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi dan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan atau di antara dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Definisi tersebut memberikan beberapa pengertian pokok yaitu komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan.

Menurut Hovland, komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to medity the behavior of other individualis*), sedangkan Effendy berpendapat bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media dan menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2005:10).

2. Komunikasi Pemasaran

Saat ini persaingan usaha semakin ketat dan kompleks, ini membuat perusahaan dituntut untuk dapat memasarkan produk dengan baik, dalam artian tidak hanya membuat produk yang menarik, bermutu, dan harga yang terjangkau oleh konsumen, tetapi selain itu, perusahaan juga harus mampu mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen sehingga konsumen menyadari keberadaan produk tersebut dan dapat meyakinkan konsumen atau

jasa yang ditawarkan akan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Salah satu bentuk komunikasi yang bisa dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melaksanakan kegiatan promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan, menyakinkan, dan membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Komunikasi pemasaran (*marketing communication*) merupakan paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan (Kotler dan Armstrong 2008:116).

Komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang dijual”. Intinya, komunikasi pemasaran mempresentasikan “suara” perusahaan serta merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen (Kotler, 2010:172).

3. Promosi

a. Pengertian Promosi

Komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang dijual”. Intinya, komunikasi pemasaran mempresentasikan “suara” perusahaan

serta merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen (Kotler, 2010:172).

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, promosi (dagang) adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan pameran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lain yang bersifat persuasif.

Dalam pengertian promosi beberapa para ahli mendefinisikan promosi sebagai berikut:

- a. Promosi adalah upaya menjual komoditas yang dihasilkan kepada calon pembeli. Dan tujuan promosi adalah untuk menarik minat calon pembeli terhadap komoditas yang diperlukan (Amir, 1999:126).
- b. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menonjolkan suatu keistimewaan produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam membujuk konsumen sasaran untuk membelinya (Kotler, 2001: 681).
- c. Promosi adalah kegiatan mengkonsumsi informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku (Swastha, 2000: 349)
- d. Promosi merupakan formula dari lima aspek yang dikenal dengan promotional mix yakni: Periklanan, Penjualan Personal, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, dan Publisitas (Stanton, 1994:7).

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang direncanakan secara fundamental untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku seseorang untuk dapat mencapai suatu tujuan yang ditawarkan.

b. Fungsi dan Tujuan Promosi

Dilakukannya promosi tentu saja memiliki suatu fungsi serta tujuan, dan berikut beberapa fungsi dan tujuan dilakukannya promosi. Fungsi dari kegiatan promosi antara lain:

- 1) *Informing* (memberikan informasi)
- 2) *Persuading* (membujuk)
- 3) *Reminding* (mengingat)
- 4) *Adding Value* (menambah nilai)
- 5) *Assisting* (mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan atau lembaga terkait) (A. Shimp, 2003:7).

Kelima fungsi yang disebutkan di atas lebih ditujukan kepada konsumen. Di samping itu promosi juga memiliki tujuan untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor. Salah satu strategi memenangkan persaingan dalam dunia pemasaran atau promosi adalah menggunakan *Public Relations* dengan baik.

Secara umum tujuan dari diadakannya kegiatan promosi antara lain: untuk menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial, untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan *profit*, untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan, untuk

menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar, membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing dan membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

Rossiter dan Percy mengklasifikasikan tujuan promosi sebagai efek dari komunikasi sebagai berikut:

- a) Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*).
- b) Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*).
- c) Mendorong pemilihan terhadap suatu produk (*brand attitude*).
- d) Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (*brand purchase intention*).
- e) Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain (*purchase facilitation*).
- f) Menanamkan citra produk dan perusahaan (*positioning*) (Tjiptono, 2002:222).

4. Promosi Pendidikan

a. Pengetian Promosi Pendidikan

Promosi pendidikan adalah kegiatan memperkenalkan, menawarkan mutu, visi dan misi serta tujuan sebuah sekolah kepada masyarakat sebagai konsumennya. Dengan tujuan menarik minat masyarakat berpartisipasi aktif dalam sekolah tersebut. Promosi atau

pemasaran pendidikan menurut John R Siber menyatakan bahwa etika marketing dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh.

Hal ini disebabkan pendidikan lebih bersifat kompleks yang dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab, dan hasil pendidikannya mengacuh ke depan, membina kehidupan warga negara dan generasi penerus bangsa di kemudian hari (Tim Dosen AP Univ Pendidikan Indonesia, 2014:337). Dapat dipahami bahwa promosi pendidikan adalah menawarkan dan memasarkan mutu layanan pendidikan kepada masyarakat luas, dengan penuh rasa tanggungjawab sehingga menghasilkan generasi penerus masa depan.

b. Strategi Promosi di Lembaga Pendidikan

Strategi promosi atau pemasaran pada lembaga pendidikan di Indonesia saat ini masih dianggap langka, hal ini disebabkan karena adanya anggapan bahwa pendidikan bukanlah suatu produk yang harus dipasarkan. Seharusnya ada enam tahapan yang harus dilakukan dalam pemasaran pendidikan yang berhubungan dengan penerimaan peserta didik, yakni:

1. Asumsi lembaga pendidikan tidak memerlukan pemasaran
2. Pemasaran merupakan promosi
3. Pemasaran merupakan segmentasi dari penelitian pemasaran,
4. Pemasaran merupakan menetapkan posisi,
5. Pemasaran merupakan perencanaan strategi,

6. Pemasaran merupakan manajemen penerimaan siswa atau mahasiswa (Nasution, 2010:4).

Namun menurut Tim Dosen Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia mengemukakan ada beberapa macam yang dapat dilakukan dalam promosi sebuah lembaga pendidikan yaitu, komunikasi personal dan interpersonal, periklanan, promosi penjualan, publisitas atau hubungan masyarakat, peralatan instruksional, dan *corporate design*. Selain itu tim dosen UPI menjelaskan bahwa tahapan dalam pemasaran pendidikan dimulai dengan 7 P yaitu:

1) *Produk*

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminati, dipakai atau dikonsumsi sehingga memuaskan keinginan atau kebutuhan.

2) *Price*

Harga adalah segala sesuatu atau nilai yang ditetapkan bagi sesuatu. Sesuatu itu dapat berupa produk fisik dalam berbagai tahap penyelesaian dengan atau tanpa pelayanan pendukung, jaminan mutu, atau juga dapat berupa jasa murni dan sebagainya

3) *Place*

Lokasi merupakan sebuah keputusan lembaga yang berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Keputusan tentang lokasi harus sejalan dengan strategi lembaga pendidikan

secara keseluruhan. Jika strateginya adalah spesialisasi menawarkan program tertentu pada pasar tertentu, maka lokasinya sudah dapat dipastikan

4) *Promotion*

Promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi penjualan kepada pembeli atau pihak lain melalui media untuk mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen

5) *People*

People ini menyangkut perilaku unsur pimpinan, tenaga edukatif dan karyawan pada sebuah lembaga. Pada umumnya pimpinan lembaga berpendapat bahwa tokoh ilmuwan yang menjadi kepala lembaga dan sebagai pengurus yayasan sebaiknya diangkat oleh tokoh masyarakat

6) *Physical evidence*

Physical evidence adalah sarana fisik dan lingkungan terjadinya penyampaian jasa, lingkungan produsen dan konsumen berinteraksi, dan setiap komponen lainnya yang memfasilitasi penampilan jasa yang ditawarkan.

7) *Proses*

Proses merupakan seluruh prosedur, mekanisme dan kebiasaan dimana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan kebijakan tentang beberapa keterlibatan pelanggan dan personal-personal keleluasaan

karyawan (Tim Dosen AP Univ Pendidikan Indonesia, 2014:348-350).

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa promosi pada lembaga pendidikan dapat dilalui dengan 7P, dimana tahap pertama ialah *produk* berimplementasi pada peningkatan kualitas mutu pendidikan. *Price* adalah biaya sekolah harus sesuai dengan kualitas sekolah tersebut. *Place* adalah lokasi sekolah mudah terjangkau atau tercapai oleh kendaraan umum. *Promotion* adalah komunikasi yang baik dan tidak berlebihan dengan konsumen, *people* ialah peran pemimpin atau staff yang berkualitas akan meningkatkan jumlah konsumen dan *physical evidence* ialah penyediaan jasa yang baik sehingga mempengaruhi peningkatan *costumer* pendidikan. Dan yang terakhir adalah proses. Kualitas penyampaian jasa pendidikan, akan meningkatkan peminat pendidikan serta kepuasan kerja bagi pelanggan.

5. Minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Definisi minat adalah “Suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh”. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya (Suryabrata, 2002:68).

Minat dapat diartikan sebagai “Kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah dan keinginan”. Pendapat lain tentang pengertian minat yaitu yang diungkapkan oleh T. Albertus yang diterjemahkan Sardiman, minat adalah “Kesadaran seseorang bahwa suatu obyek, seseorang, suatu soal maupun situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya” (Sardiman, 2009:32).

Oleh karena itu minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang diminatinya. Seseorang yang berminat pada suatu obyek maka akan cenderung merasa senang bila berkecimpung di dalam obyek tersebut sehingga cenderung akan memperhatikan perhatian yang besar terhadap obyek. Perhatian yang diberikan tersebut dapat diwujudkan dengan rasa ingin tahu dan mempelajari obyek tersebut. Seseorang yang berminat pada suatu sekolah atau lembaga pendidikan maka akan cenderung merasa senang bila anaknya bersekolah di sekolah tersebut.

B. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi salah pengertian terhadap konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka dipandang perlu memberi batasan pengertian seperti berikut:

1. Promosi adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan atau diantara dua atau lebih dengan tujuan tertentu.
2. Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.
3. Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah adalah salah satu lembaga pendidikan swasta yang berlokasi di Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi.
4. Minat siswa adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan siswa pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.
5. Peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran pada jalur pendidikan baik pendidikan informal, pendidikan formal maupun pendidikan nonformal, pada jenjang pendidikan dan jenis pendidikan tertentu.

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang di jadikan acuan bagi penulis dalam penulisan penelitian ini adalah:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Tahun	Asep Gunardi (2017)	Widya Andhita P (2015)
Universitas	Universitas Islam Riau	Universitas Sebelas Maret
Judul	Promosi yang Dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Pada Objek Wisata Danau Bandar Kayangan di Kota Pekanbaru	Kegiatan Promosi Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Kendal.
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam meningkatkan minat pengunjung pada objek wisata Danau Bandar Kayangan di Kota Pekanbaru..	Untuk mengetahui kegiatan promosi pengembangan potensi Pariwisata Kabupaten Kendal
Hasil Penelitian	Promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam meningkatkan minat pengunjung pada objek wisata Danau Bandar Kayangan di Kota Pekanbaru belum di implementasikan sesuai dengan harapan.	Perkembangan pariwisata Kabupaten Kendal mengalami kemajuan yang signifikan dengan adanya Pantai Cahaya. Pada tahun ini Pemkab Kabupaten Kendal dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kendal giat meng- <i>explore</i> desa wisata disekitar Kabupaten Kendal untuk dijadikan obyek wisata alami sebagai upaya untuk menambah variasi tempat wisata.
Persamaan	Sama-sama meneliti tentang kegiatan promosi	Sama-sama meneliti tentang kegiatan promosi
Perbedaan	Peneliti terdahulu meneliti tentang promosi dalam meningkatkan minat pengunjung pada objek wisata. Sedangkan penulis meneliti tentang promosi dalam menarik minat peserta didik.	Peneliti terdahulu meneliti tentang kegiatan promosi potensi pariwisata. Sedangkan penulis meneliti tentang promosi dalam menarik minat peserta didik.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Bila dilihat dari pendekatan yang dilakukan, maka penelitian ini dikelompokkan ke dalam penelitian kualitatif. “Pendekatan kualitatif menunjukkan bahwa pelaksanaan penelitian ini memang secara ilmiah, apa adanya, dalam situasi normal yang tidak dimanipulasi keadaan dan kondisinya, menekankan pada deskripsi secara alami” (Arikunto, 2006:12).

Dalam penelitian ini, penulis memberikan gambaran seobjektif mungkin tentang kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1) Subjek Penelitian

Subjek dipilih secara *purposive sampling* yaitu penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (Siregar, 2012:184). Subjek dalam penelitian ini sebanyak 8 orang informan karena mereka yang dianggap memahami betul dan dapat memberikan informasi yang benar berkaitan dengan masalah peneliti. Agar peneliti memiliki hasil yang maksimal, maka informan dibedakan atas dua bagian yaitu informan

kunci dan informan pendukung. Informan kunci yaitu orang yang melakukan kegiatan promosi dan informan pendukung yaitu orang yang menikmati hasil promosi. Dalam penelitian ini informan kunci yaitu: Ketua Yayasan (1 orang) Kepala Sekolah Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah (1 orang) dan guru (2 orang). Informan pendukung yaitu: orang tua/wali murid (2 orang) dan siswa (2 orang).

2) Objek Penelitian

Objek penelitian adalah segala sesuatu permasalahan yang hendak diteliti (Alwasilah, 2002 : 115). Objek penelitian ialah hal yang dikaji atau aspek-aspek yang menjadi fakta penelitian, yaitu mengenai upaya promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penetapan lokasi penelitian dimaksudkan untuk membatasi daerah dari variable-variabel yang diteliti (Usman, 2009:41). Penelitian ini dilakukan di Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah yang berlokasi di Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi.

2. Waktu Penelitian

Penelitian tentang kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan

Singingi dalam menarik minat peserta didik direncanakan membutuhkan waktu selama enam bulan. Mulai dari bulan Desember 2018 sampai bulan September tahun 2019. Untuk mengetahui lebih jelasnya jadwal rencana penelitian ini dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 3.1: Jadwal Waktu Kegiatan Penelitian Tentang Kegiatan Promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Menarik Minat Peserta Didik.

No	Keterangan	Bulan dan Minggu Tahun 2019															
		Desember				Januari				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan dan Penyusunan UP	■	■	■	■												
2	Seminar UP							■									
3	Revisi UP																
4	Riset								■								
5	Penelitian Lapangan											■					
6	Pengolahan Data dan Analisis Data												■				
7	Konsultasi Bimbingan Skripsi														■		
8	Ujian Skripsi														■		
9	Revisi dan Pengesahan Skripsi														■		
10	Penggandaan serta Penyerahan Skripsi																■

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut:

- 1) Data Primer. Data primer data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada responden (Iskandar (2008 : 252). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan responden tentang

pendapatnya yang berkaitan dengan kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik.

- 2) Data Sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersipat studi dokumentasi berupa penelaahnya terhadap dokumen pribadi, resmi kelembagaan, referensi-referensi atau peraturan (tulisan dan lainnya yang memiliki relevansi dengan fokus permasalahan penelitian) (Iskandar, 2008 : 253),. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur buku-buku dan data yang dikumpulkan dari sejumlah data yang tersedia secara tertulis yang berupa data sejarah singkat, struktur organisasi, jumlah guru, jumlah peserta didik Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi, serta data-data yang lain menurut penulis dapat melengkapi penelitian ini nantinya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Wawancara. Wawancara yaitu suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Riduwan, 2009 : 29. Dalam penelitian ini peneliti melakukan interaksi semacam wawancara tidak terstruktur dilapangan dengan informan seperti Ketua Yayasan, Kepala Sekolah dan Guru Madrasah Tsanawiyah Yayasan

Miftahul Khairiyah Ummah dengan alasan sebagai sumber informasi untuk memperoleh data mengenai kegiatan promosi yang dilakukan dalam menarik minat peserta didik.

- b. Observasi. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti Usman (2009:52). Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara pendekatan dan pengamatan langsung pada objek penelitian untuk memperoleh data-data awal dan data sekunder dari Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi.
- c. Studi Dokumentasi. Studi dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan dan data yang relevan penelitian (Riduwan, 2009:31). Dokumentasi dilakukan untuk mengambil beberapa foto proses wawancara.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data dapat dilakukan di dalam penelitian bertujuan agar hasil suatu penelitian dapat dipertanggung jawabkan dari segala segi. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Yaitu dari luar data yang diperoleh untuk

keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data yang didapat.

Menurut Sugiyono (2010 : 274) triangulasi dibagi menjadi tiga, yaitu:

- 1) Triangulasi sumber, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
- 2) Triangulasi teknik, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
- 3) Triangulasi waktu, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara disesuaikan dengan kondisi narasumber.

Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber (Moleong, 2005:330). Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber, dengan arti peneliti membandingkan informasi yang diperoleh dari satu sumber dengan sumber lain yang dihubungkan dengan hasil observasi.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

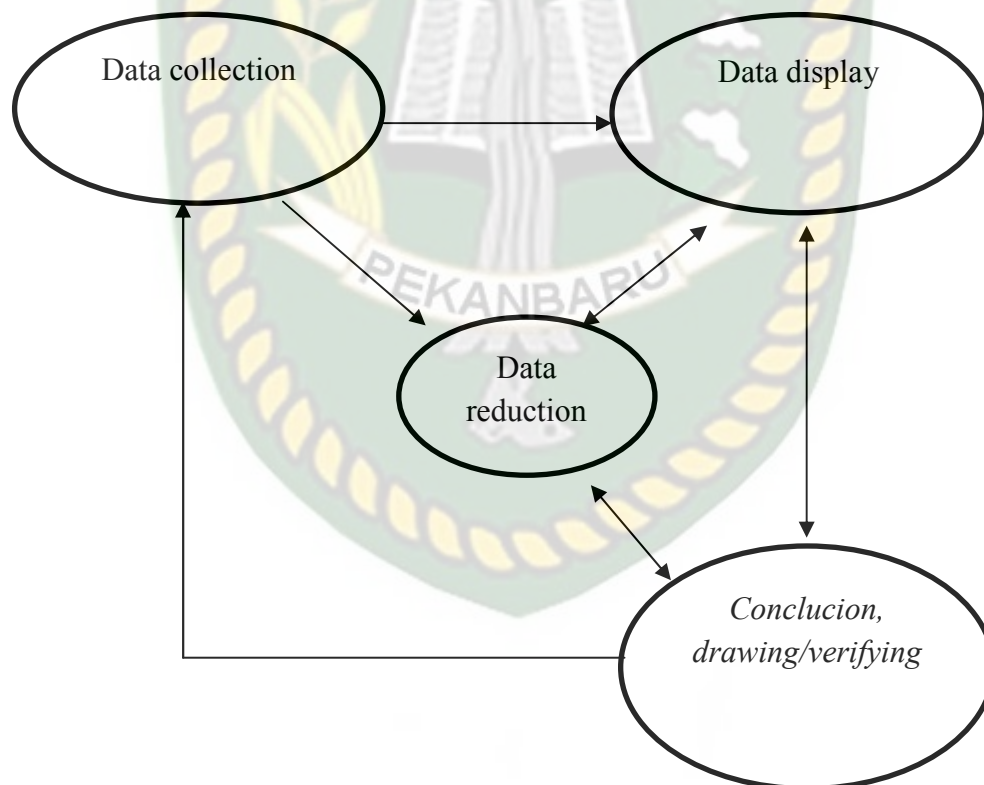
Analisis data kualitatif menurut Seiddel, prosesnya sebagai berikut:

- a. Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberikan kode agar sumber dayanya tetap dapat ditelusuri.

- b. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensistensikan, membuat ikhtiar dan membuat indeksinya.
- c. Berfikir dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum.(dalam Moleong, 2005 : 248).

Untuk menganalisa data-data yang diperoleh, baik itu berupa dokumen maupun wawancara, peneliti menggunakan teknik analisa data berdasarkan siklus yang dilukiskan oleh Huberman dan Miles (1992) (dalam Sugiyono, 2010:247) berikut ini.

Gambar 3.1 Komponen Dalam Analisis Data (*flow model*)



Sumber: Sugiyono (2010 : 247)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Karena jumlah data cukup banyak maka perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Istilah reduksi data dalam penelitian kualitatif dapat disejajarkan maknanya dengan istilah pengolahan data (mulai dari editing, koding hingga tabulasi data) dalam penelitian kualitatif. Ia mencakup kegiatan mengikhtarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin dan memilah-milahnya kedalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu. Seperangkat hasil reduksi data juga perlu diorganisasikan kedalam suatu bentuk tertentu (*data display*) sehingga terlihat sosoknya secara lebih utuh. Itu mirip semacam pembuatan tabel berbentuk sketsa, sinopsis, matriks atau bentuk-bentuk lain. Itu sangat diperlukan untuk memudahkan upaya pemaparan dan penegasan kesimpulan (*conclusion, drawing and verification*) (Sugiyono, 2010:247-252).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kecamatan Singingi Hilir

a. Letak Wilayah dan Geografis Kecamatan Singingi Hilir

Kecamatan Singingi Hilir merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Kuantan Singingi, dengan luas wilayah 1.224,42 Km² dan terdiri dari 12 desa, yaitu Koto Baru, Sungai Paku, Petai, Tanjung Pauh, Muara bahan, Sungai Buluh, Bukit Raya, Beringin Jaya, Sumber Jaya, Suka Damai, Suka Maju dan Desa Simpang Raya.

Adapun batas-batas wilayah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi adalah:

1. Sebelah utara : berbataaan dengan kabupaten Kampar
2. Sebelah selatan: berbatasan dengan Kecamatan Singingi
3. Sebelah barat : berbatasan dengan kabupaten Kampar
4. Sebelah timur : berbatasan dengan kecamatan Logas Tanah Darat

b. Keadaan Penduduk

Etnis yang berdomisili di kecamatan Singingi Hilir sebahagian besar etnis Melayu. Hanya sebahagian kecil saja etnis lain, seperti etnis Jawa, Minangkabau, Sunda dan Batak. Sedangkan etnis Minangkabau, Sunda dan Batak tidak mendiami desa yang spesifik, namum membaaur dengan penduduk

setempat. Bahasa dan adat istiadat masyarakat Singingi Hilir adalah bernuansa Melayu.

Untuk mengetahui jumlah penduduk Kecamatan Singingi Hilir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kecamatan Singingi Hilir

No	Jenis kelamin	Jumlah (jiwa)
1	Laki-laki	11.743
2	Perempuan	10.725
	Jumlah	22.468

Sumber: Kantor Camat Singingi Hilir, 2019

Suatu masyarakat adalah terbentuk dari hubungan individu dengan kelompok lainnya yang akan melahirkan pergaulan sosial. Sementara itu pergaulan-pergaulan sosial masyarakat disebut juga dengan sistem nilai, sistem nilai inilah yang dipakai dalam masyarakat untuk mengatur pergaulan sosial.

Masyarakat Kecamatan Singingi Hilir dalam sosial mereka terdapat banyak kesamaan sosial yang sedemikian rupa sehingga satu sama lainnya memiliki sifat-sifat mengasih dan saling tolong menolong jika ada salah satu masyarakat dapat musibah atau memerlukan pertolongan lainnya. Mereka juga memiliki tingkat solidaritas yang tinggi sehingga jika ada keperluan individu atau kelompok mereka biasanya melakukan dengan bergotong-royong.

c. Sarana Pendidikan

Kegiatan pendidikan berlangsung baik karena dimungkinkan oleh tersedianya berbagai sarana pendidikan dari segala jenjang mulai dari Taman

Kanak-Kanak sampai tingkat Sekolah Menengah Umum baik negeri maupun swasta. Diera otonomi ini pemerintah semakin gencar membangun sarana dan prasarana pendidikan supaya Kecamatan Singingi Hilir dapat meningkatkan sumber daya manusianya untuk membangun Kecamatan Singingi Hilir ini di masa yang akan datang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Jumlah Gedung Pendidikan di Kecamatan Singingi Hilir

No	Pendidikan	Banyaknya (Unit)
1	TK (Taman Kanak-Kanak)	16
2	SD (Sekolah Dasar)	18
3	Madrasah	12
4	SMP (Sekolah Menengah Pertama)	8
5	SMU (Sekolah Menengah Umum)	4
Jumlah		58

Sumber: Kantor Camat Singingi Hilir, 2019.

d. Kondisi Perekonomian Masyarakat

Jika dilihat dari jenis usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, masyarakat Singingi Hilir memiliki berbagai jenis mata pencaharian seperti yang disajikan pada Tabel di bawah ini:

Tabel 4.3 Jenis Mata Pencaharian Masyarakat Kecamatan Singingi Hilir

No	Mata pencaharian	Jumlah (jiwa)
1	PNS	420
2	Wiraswasta	325
3	Petani	8.695
4	Pedagang	2.476
5	Karyawan	1.180
6	Industri kecil kerajinan tangan	413
Jumlah		13.509

Sumber: Kantor Camat Singingi Hilir, 2019.

e. Agama

Ditinjau dari agama yang dianut sebagian besar masyarakat Kecamatan Singingi Hilir beraga Islam hanya sebagian kecil saja yang beragama Kristen, Khatolik, Hindu dan Budha, seperti terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Agama Penduduk Kecamatan Singingi Hilir

No	Agama	Jumlah (jiwa)
1	Islam	22.006
2	Kristen	462
3	Katolik	-
4	Hindu	-
5	Budha	-
Jumlah		22.468

Sumber: Kantor Camat Singingi Hilir, 2019.

Kehidupan umat beraga dapat berdampak dengan harmonis sebagai mana terlihat dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan jumlah tempat ibadah dapat dilihata pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5 Sarana Peribadatan di Kecamatan Singingi Hilir

No	Rumah Ibadah	Jumlah
1	Mesjid	27
2	Mushollah/Surau	73
3	Gereja	1
Jumlah		101

Sumber: Kantor Camat Singingi Hilir, 2019.

Dari uraian tabel di atas dapatlah digambarkan bahwa agama Islam adalah agama yang dipeluk oleh penduduk secara mayoritas di Kecamatan Singingi Hilir. Agama Islam di Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi berkembang dengan pesat. Salah satu indikasinya adalah banyaknya

masjid dan sarana yang ada di Kecamatan Singingi Hilir. Masjid-masjid tersebut sangat diramaikan oleh kegiatan-kegiatan keislaman. Bagi masyarakat di Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi yang beragama Islam masjid berfungsi sebagai tempat melakukan ibadah sholat lima waktu, tahlilan, dan tempat mengaji. Keyakinan beragama Islam di kalangan masyarakat di Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi pada hakikatnya telah ditanamkan sejak masa kanak-kanak. Kewajiban belajar mengaji bagi anak-anak yang beragama Islam dilakukan pada malam hari, setelah selesai sholat magrib, hal ini di sebabkan karena pada siang hari anak-anak pergi ke sekolah.

2. Gambaran Umum Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah (YMKU)

Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah berdiri pada tahun 2016 berdasarkan akte notaris Nomor 13 tanggal 15 November tahun 2016. Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah beralamat di Jl. Loko Motif Dusun Sei. Nago Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi. Berikut ini adalah identitas yayasan Miftahul Khairiyah Ummah:

Nama Lengkap : Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah
 Tahun berdiri : 2016
 SK Kemenkumham : AHU-0043498.AH.01.04/2016
 Ketua Yayasan : Isnaini, S.Ag
 Status : Swasta
 Alamat : Jl. Loko Motif Dusun Sei. Nago
 Kecamatan : Singingi Hilir
 Kabupaten : Kuantan Singingi

Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah memiliki luas lahan dua hektar dan berada ditengah-tengah pemukiman penduduk. Pendirian Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah dilatar belakangi oleh keinginan pengelola untuk dapat mendirikan sebuah lembaga pendidikan yang berbeda, menyenangkan bagi siswa namun tetap berkualitas. Akhirnya pengelola mulai mencari-cari lokasi yang cocok untuk didirikan sebuah sekolah yang berbasis agama. Setelah mendapatkan lokasi yang cocok, pengelola mulai berkoordinasi dengan para tokoh masyarakat untuk rencana pendirian sebuah sekolah. Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah membuka kelas untuk Madrasah Ibtidaiyah dan Madrasah Tsanawiyah. Banyak kendala yang terjadi saat awal berdirinya sekolah tersebut, tetapi hal tersebut tidak mematahkan semangat para pengelola untuk terus memajukan Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah.

Visi Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah adalah membentuk kader umat yang unggul dalam prestasi, beriman, berakhlak mulia, dan berketerampilan yang mampu menyongsong masyarakat yang madani.

Sedangkan Misi Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah meliputi:

1. Menjadikan Al-Quran dan As-Sunnah sebagai dasar pendidikan yang mengacu pada pemahaman ahli sunnah waljamah.
2. Menjadikan generasi yang berilmu kauniyah yang prima, sehingga mampu bersaing secara sehat.
3. Mencetak generasi yang berilmu dan yang shohih dan beramal sholih.
4. Mengelola madrasah secara profesional, transparan serta mengkses aspirasi yang positif.

5. Memiliki sistem keuangan yang accountable serta memperhatikan kesejahteraan pengasuh dan karyawan secara wajar.
 6. Memiliki sarana yang representatif.
 7. Menjadikan lingkungan Madrasah yang islami, sehat, bersih dan alami.
- Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah.

Visi dan misi yang dibangun di Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah merupakan sebuah perwujudan dari Pendidikan Agama Islam di madrasah yang mempunyai eksistensi kuat, karena telah diatur dalam Undang-Undang Sisdiknas. Hal ini disebabkan karena kelompok mata pelajaran yang ada di madrasah telah dipisahkan menjadi mata pelajaran sendiri-sendiri, yaitu fikih, aqidah akhlak, Sejarah Kebudayaan Islam, Al-Qur'an Hadits, Bahasa Arab. Sedang Pendidikan Agama Islam di sekolah umum memuat tujuh unsur pokok yaitu ; keimanan, ibadah, al-Qur'an, akhlak, syariah, mu'amalah dan tarikh.

Secara kualitatif prestasi akademik bidang keagamaan, madrasah jauh lebih unggul dibandingkan dengan sekolah umum, namun secara prestasi akademik bidang mata pelajaran umum, madrasah masih kalah dengan sekolah umum. Jadi ini merupakan tantangan umat Islam pada umumnya, dan guru Pendidikan Agama Islam khususnya, yang menjadi benteng dan mesin pencetak generasi muda muslim agar dapat meningkatkan prestasi akademik.

Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah membuka kelas untuk Madrasah Ibtidaiyah dan Madrasah Tsanawiyah. Berdasarkan visi dan misi Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah dapat dijelaskan bahwa yayasan tersebut berdiri

dengan tujuan membentuk sekolah yang berlandaskan ciri-ciri keislaman dan dapat dikenal masyarakat secara luas. Ciri keislaman pada sekolah tersebut juga dibarengi dengan kualitas pendidikan dan mutu pembelajaran serta keluaran yang baik dan dapat berguna bagi sekolah, siswa, maupun masyarakat secara umum. Tujuan akhir dari penyelenggaraan sekolah tersebut adalah menciptakan siswa yang beriman, bertaqwa dan berakhlaqul karimah namun juga menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang pada saat ini. Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah sekarang berubah menjadi pondok pesantren.

B. Hasil Penelitian

1. Profil Informan

Penelitian ini melibatkan sumber informan dari Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi antara lain ketua yayasan, kepala sekolah, guru, orang tua dan siswa serta yang telah menjadi murid pada sekolah tersebut. Informan tersebut dijadikan sebagai sumber informasi untuk mengetahui kegiatan promosi dalam menarik minat peserta didik pada sekolah tersebut. Data Penelitian tentang kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik ini diperoleh menggunakan instrumen pengumpulan data berupa wawancara tidak terstruktur, dokumentasi dan observasi. Data informan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.1 Data Informan Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia
1	Isnaini, S.Ag	Laki-laki	S1	40 Tahun
2	Mahyu Budiman, S.Pdi	Laki-laki	S1	32 Tahun
3	Dita Agustri Wulan, S.Pd	Perempuan	S1	25 tahun
4	Martalia Rahmadini, S.Pd	Perempuan	S1	24 Tahun
5	Lestari	Perempuan	SMU	42 Tahun
6	Rahman	Laki-laki	SMU	48 Tahun
7	Lusiana	Perempaun	MTs	14 tahun
8	Romi	Laki-Laki	MTs	14 tahun

Sumber: Olahan Penelitian, 2019.

2. Kegiatan Promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Menarik Minat Peserta Didik.

Kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik adalah sebagai berikut:

a. Produk (Jasa Pendidikan)

Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi adalah pendidikan dengan penguatan pada ajaran keagamaan Islam. Penguatan itu dilakukan dengan porsi mata pelajaran rumpun pendidikan agama islam yang lebih banyak, meliputi Akidah Akhlak, Fiqih, Quran Hadits, Bahasa Arab, dan Sejarah Kebudayaan Islam. Selain itu, Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah sekarang menjadi Pondok Pesantren, sehingga masyarakat yang berminat untuk menguatkan pendidikan keagamaan akan sangat terakomodasi kebutuhannya dengan baik. Sehingga Madrasah Tsanawiyah Miftahul

Khairiyah Ummah menjadi nilai tambah yang dapat menarik minat peserta didik.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah bahwa:

“Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah berbeda dengan sekolah-sekolah umum yang ada, namun tetap berkualitas. Sehingga sekarang pengurus mempunyai gagasan untuk menjadikan Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah dengan konsep pesantren” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan hasil pengamatan penulis di Kecamatan Singingi Hilir belum ada sekolah dengan konsep pesantren, hal tersebut tentu menjadi sebuah peluang bagi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah dalam menarik minat peserta didik.

b. Price (Biaya Pendidikan)

Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah memiliki daya tawar cukup menarik dalam aspek harga karena menawarkan biaya pendidikan yang tidak terlalu tinggi. Perbulan, peserta didik hanya memberikan sumbangan pendidikan sebesar Rp 150.000,00. Jumlah ini dipengaruhi oleh pengamatan pengelola madrasah terhadap kondisi ekonomi warga sekitar yang menyekolahkan anaknya di Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah. Bagi anak yatim, Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah tidak memungut biaya bulanan atau gratis.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah bahwa:

“Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah memang berbedanya dengan sekolah negeri. Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah memungut biaya bulanan, kalau sekolah negeri kan gratis. Namun bagi anak yatim, Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah tidak memungut biaya bulanan atau gratis” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan hasil pengamatan penulis diketahui bahwa kebanyakan masyarakat Kecamatan Singingi Hilir mendaftarkan anaknya ke Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah kalau di sekolah negeri sudah tidak diterima atau anaknya dikeluarkan karena sesuatu hal.

c. Place (Lokasi Sekolah)

Penentuan tempat atau lokasi didirikannya lembaga pendidikan ini cukup strategis. Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah ini beralamat di Jl. Loko Motif Dusun Sei. Nago Desa Koto Baru Kecamatan Singingi Hilir. Akses ke sekolah ini pun juga mudah, karena tidak terlalu jauh dari jalan utama dan lokasinya sangat strategis. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah bahwa:

“Lokasi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah sangat strategis. Akses ke sekolah sangat mudah dan dekat dengan jalan utama” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan hasil pengamatan penulis Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah memiliki lokasi yang sudah tepat. Akses menuju lokasi juga mudah untuk dijangkau, karena terletak tidak jauh dari jalan

utama. Area sekolah tersebut juga cukup luas, kurang lebih memiliki luas 2 hektar.

d. *Promotion (Promosi Jasa)*

Kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik yang dilaksanakan pertama kali adalah mengadakan perencanaan kegiatan promosi. Perencanaan kegiatan promosi merupakan tahap awal dalam suatu rangkaian kegiatan agar pelaksanaan promosi dapat terarah dengan baik. Perencanaan kegiatan promosi dilakukan tergabung dalam rapat persiapan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yang dilaksanakan pada bulan April tepatnya tiga bulan menjelang pelaksanaan PPDB yang dilakukan oleh Kepala Sekolah, guru dan seluruh staff. Aspek yang mendasari direncanakannya kegiatan promosi menekankan pada metode atau cara yang akan dilakukan dalam upaya menarik minat siswa dengan harapan pada tahun tersebut mendapatkan lebih banyak siswa.

Tahap perencanaan diawali dengan pembentukan panitia. Pembentukan panitia berdasarkan kemampuan dan daerah asal guru. Secara keseluruhan pembentukan panitia PPDB yang selama ini telah dijalankan diantaranya terdiri dari: penanggung jawabnya kepala sekolah, sosialisasi publikasi informasi dan dokumentasi, pelaksana harian, tempat dan sarana serta prasarana dan humas.

Hal ini bertujuan mempermudah kinerja dan juga keterlibatan serta tanggungjawab bersama antara humas serta guru-guru lain yang berada di

Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah. Selain melibatkan guru, sekolah juga melibatkan seluruh karyawan yang bekerja di sekolah tersebut. Harapan dari program ini adalah agar seluruh komponen yang berada pada sekolah tersebut ikut terlibat dan bertanggungjawab atas keberhasilan kegiatan promosi.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Isnaini selaku Ketua Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah mengatakan;

“Kegiatan promosi pada setiap tahunnya hampir sama, apalagi sekolah ini kan baru berdiri. Tantangan yang dihadapi tentunya lebih sulit, apalagi di Kecamatan Singingi Hilir ini sekolah-sekolah setingkat SMP/MTs Negeri atau swasta cukup banyak. Kita perlu inovasi terus kegiatan-kegiatan promosi yang sudah ada dan mengikuti perkembangan situasi dan kondisi di wilayah ini” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah merupakan sekolah swasta dan keberadaan sekolah tersebut di Kecamatan Singingi Hilir masih baru sehingga perlu strategi promosi yang baik untuk menarik minat orang tua dalam menitipkan pendidikan bagi anak-anaknya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah mengatakan;

“Kita juga melibatkan seluruh guru dan karyawan untuk ikut bertanggungjawab mendapatkan siswa baru. Kita juga menyediakan sedikit penghargaan kepada seluruh guru dan karyawan yang dapat membawa siswa masuk ke sekolah sini agar mereka semua lebih bersemangat” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Dengan demikian, diketahui bahwa pelaksanaan kegiatan promosi juga melibatkan semua guru dan karyawan yang berada di lingkungan

sekolah tersebut. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Dita Agustri Wulan sebagai berikut:

“Kita juga diperintahkan oleh bapak kepala sekolah untuk ikut bertanggungjawab penerimaan peserta didik baru pada setiap tahunnya. Caranya ya kita sosialisasikan ke tetangga terdekat kita di lingkungan terutama bagi yang punya anak lulus SD. Kita mulai pendekatan kepada mereka sedini mungkin terutama kepada orang tuanya” (wawancara tanggal 17 Juli 2019).

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa dalam melaksanakan tugas dari sekolah untuk mensukseskan kegiatan promosi, maka pendekatan sejak dini digunakan oleh seluruh guru dan karyawan dimana guru dan karyawan tersebut tinggal. Persoalan yang sering muncul adalah bahwa dalam wilayah tempat tinggal guru maupun karyawan terdapat guru atau karyawan lain yang bekerja di sekolah lain sehingga membutuhkan kerja cukup ekstra untuk menyakinkan orang tua. Seperti diungkapkan oleh Martalia Rahmadini sebagai berikut:

“Seluruh guru dan karyawan diajak musyawarah setiap tahun rutin untuk pelaksanaan promosi dalam rangka penerimaan siswa baru. Tantangannya cukup berat, selain sekolah ini baru juga harus bersaing dengan sekolah negeri yang ada di Kecamatan Singingi ini” (wawancara tanggal 17 Juli 2019).

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa tingkat persaingan dalam menarik minat peserta didik yang ada di wilayah Kecamatan Singingi Hilir cukup tinggi. Namun demikian strategi dan upaya yang dilakukan sekolah secara umum dan telah menjadi program rutin adalah tetap melibatkan seluruh komponen yang ada di sekolah tersebut.

Hal senada juga disampaikan oleh Desta Ariandi selaku Tata Usaha di Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah mengatakan bahwa:

“Walaupun secara tidak langsung, saya juga diperintahkan untuk membawa brosur pendaftaran ke lingkungan saya, kebetulan di lingkungan saya ada lulusan SD” (wawancara tanggal 17 Juli 2019).

Perencanaan kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa yang dilakukan pertama dalam pembentukan panitia PPDB dan melibatkan seluruh guru serta karyawan untuk ikut bertanggung jawab atas keberhasilan menarik minat peserta didik.

Setelah panitia PPDB terbentuk, maka langkah selanjutnya adalah merencanakan kegiatan promosi yang akan dilakukan. Rencana kegiatan pada setiap tahun mengalami perubahan-perubahan yang cukup signifikan terutama terutama dalam mensikapi persaingan yang tinggi. Rencana kegiatan promosi ditekankan kepada pelayanan pendaftaran siswa mulai dari awal. Pelayanan pendaftaran tidak hanya dibuka di sekolah saja, namun demikian dapat secara langsung ketika anak masih berada di rumah. Sehingga tindak lanjutnya anak dan orang tua tinggal melakukan daftar ulang ke sekolah.

Rencana kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik yang telah dilakukan selama ini adalah dengan menggunakan media seperti spanduk, baliho, dan brosur serta

kegiatan secara langsung (tatap muka) yaitu sosialisasi ke sejumlah SD, kerjasama dengan kepala Dusun dan jemput bola. Kegiatan pemasangan spanduk masih dipilih untuk dilaksanakan sebab untuk menunjukkan bahwa Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah tersebut siap menerima serta mendidik siswa-siswi yang telah lulus SD.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah yayasan Miftahul Khairiyah Ummah yang menyatakan bahwa:

“Spanduk yang dipasang itu menunjukkan bahwa di Kecamatan Singingi Hilir ini sekarang ada sekolah berbasis Agama...”. Selain itu dengan spanduk kita bisa mensosialisasikan secara full 24 jam dapat dibaca oleh orang banyak serta kebutuhan biaya lebih sedikit” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa spanduk biasanya mulai dipasang sejak akhir Mei sampai dengan akhir Juli dengan memilih lokasi yang cukup strategis seperti di Kantor Camat Kecamatan Singingi Hilir, di depan SD-SD dan wilayah strategi lainnya. Selain itu mengacu pada pengamatan yang dilakukan peneliti tantangan yang muncul dalam pemasangan spanduk adalah bahwa didapati banyak sekolah saingan yang memasang spanduk serupa di lokasi yang sama. Sehingga yang terjadi adalah saling menumpuk spanduk antara pemasang sekolah satu dengan lainnya.

Pembuatan baliho karena alasan yang sama yaitu untuk menunjukkan keberadaan sekolah tersebut di masyarakat dinilai lebih efisien sehingga dapat dipublikasikan dimana saja. Pembuatan brosur juga karena faktor serupa yaitu

efektif dan efisien yang dapat mewakili semua isi pesan yang ingin disampaikan pihak sekolah kepada masyarakat. Hal senada juga diungkapkan oleh Isnaini selaku Ketua Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah sebagai berikut:

“Sarana promosi yang kita gunakan salah satunya memasang baliho dan kita pasang di tempat-tempat strategi yang dapat dilihat oleh orang banyak. Kita juga membuat brosur yang jauh hari sebelumnya sudah kita sebar ke SD-SD yang berada di Kecamatan Singingi Hilir ini. Dengan cara ini kita harapkan masyarakat semakin tertarik menyekolahkan anak-anaknya ke tempat kita” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Hal senada juga disampaikan oleh Dita Agusti Wulan selaku guru yang menyatakan bahwa pembagian brosur sampai saat ini termasuk sarana promosi yang cukup efektif karena seluruh program sekolah termasuk keunggulannya terdapat dalam brosur tersebut.

“Kemaren kita sudah memberikan brosur sekolah ini ke SD-SD yang berada di Kecamatan Singingi Hilir ini. Mereka menanggapi cukup baik dan menyatakan kesediaannya membantu mengarahkan anak didiknya ke Madrasah Tsanawiyah yayasan Miftahul Khairiyah Ummah” (wawancara tanggal 17 Juli 2019).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik dilakukan dengan menyebar brosur dan pemasangan baliho. Hal ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan relatif lebih murah dan promosi bersifat terbuka serta dapat dibaca oleh khalayak ramai 24 jam penuh.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa iklan pada spanduk dan baliho yang dipasang sebatas bentuk publikasi sekolah yang hanya berisikan tentang sedikit gambaran profil sekolah dan pemberian informasi terkait pendaftaran peserta didik baru.

Kegiatan lain yang dilakukan adalah bekerjasama dengan tokoh masyarakat seperti para kepala dusun atau tokoh agama. Langkah ini dipilih dikarenakan sekolah beranggapan bahwa Madrasah Tsanawiyah yayasan Miftahul Khairiyah Ummah merupakan aset yang dimiliki daerah tersebut sehingga harus tetap dijaga. Melalui kerjasama itulah yang diharapkan menumbuhkan kesadaran para tokoh masyarakat untuk mempertahankan aset tersebut. Selain itu keberadaan sekolah berbasis agama seperti Madrasah Tsanawiyah yayasan Miftahul Khairiyah Ummah merupakan sarana pendidikan bagi orang tua untuk menitipkan anak-anaknya. Bekal agama yang ditanamkan pada saat usia anak remaja seperti usia sekolah pertama ini menjadi pilihan bagi orang tua untuk mempercayakan pendidikannya kepada Madrasah Tsanawiyah yayasan Miftahul Khairiyah Ummah. Seperti pernyataan yang diungkapkan oleh Isnaini selaku Ketua Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah sebagai berikut:

“Pihak yayasan selalu berkomunikasi dengan tokoh masyarakat sekitar karena latar belakang didirikannya yayasan ini atas dorongan dari tokoh agama dan masyarakat di sekitar sini. Dulu tokoh masyarakat dan agama prihatin karena pemahaman agama anak-anak sekarang memprihatinkan, maka didirikanlah Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah ini” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan hal tersebut, maka keberadaan Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah tidak dapat terlepas dari peran tokoh agama dan

masyarakat sekitar, sehingga dalam proses penerimaan peserta didik baru tokoh masyarakat dan tokoh agama juga ikut terlibat membantu untuk menarik minat peserta didik. Peran yang telah diambil oleh tokoh masyarakat atau tokoh agama selama ini adalah mengarahkan bagi orang tua untuk menyekolahkan anak-anaknya ke sekolah-sekolah yang berbasis agama mengingat pendidikan agama pada sekolah umum sangat terbatas sekali. Strategi ini dinilai cukup efektif karena latarbelakang masyarakat Singingi Hilit yang agamis melihat apa yang disampaikan tokoh agama merupakan sesuatu yang layak untuk diikuti.

Setelah menetapkan rencana dan sarana yang dibutuhkan untuk pelaksanaan promosi, maka langkah berikutnya adalah menentukan anggaran untuk kelancaran rencana-rencana promosi yang telah dibuat. Anggaran merupakan hal yang sangat sensitif terlebih pada sekolah yang berbasis agama. Anggaran merupakan hal yang sangat penting mengingat keberhasilan rencana kegiatan promosi salah satunya ditentukan oleh anggaran yang ada. Terkait dengan hal tersebut, hasil wawancara dengan Isnaini selaku Ketua Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah mengatakan bahwa :

“Kalau anggaran nggak perlu dibahas, sekolah berbasis agama seperti di Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah ini memang nggak ada anggaran khusus untuk kegiatan-kegiatan promosi seperti itu”. Kita dituntut untuk pandai-pandai mengatur anggaran yang ada di sekolah selama ini bahkan bisa jadi kita semuanya iuran untuk membiayai PPDB ini, dan ini sudah biasa kita lakukan” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah mengatakan;

“Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Umma tidak ada anggaran khusus untuk promosi, sifatnya kalau memang ada anggaran kita gunakan untuk promosi, tapi kalau tidak memungkinkan kita mengadakan kesepakatan iuran bersama” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Aspek biaya dalam suatu kegiatan sangat penting terlebih berkaitan dengan promosi dalam menarik minat peserta didik baru. Promosi yang semakin baik akan menunjang penerimaan peserta didik yang lebih banyak juga. Selama ini promosi yang dilakukan di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Umma baru sebatas mengandalkan baliho, spanduk serta brosur dan sosialisasi secara langsung yang dibantu oleh tokoh masyarakat dan tokoh agama. Ketersediaan biaya yang terbatas belum mampu mempromosikan keberadaan sekolah tersebut melalui media lain seperti iklan di radio karena membutuhkan biaya yang cukup banyak.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Dita Agusti Wulan diperoleh informasi bahwa:

“Masalah biaya atau anggaran untuk kegiatan promosi selama ini kita tidak menganggarkan khusus, soalnya dilihat kemampuan sekolah. Saat ini kita baru mampu membiayai untuk pembuatan baliho atau brosur, untuk yang lebih dari itu kalau kita mau pakai iklan ke radio kita belum bisa” (wawancara tanggal 17 Juli 2019).

Berdasarkan ketiga wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa anggaran yang digunakan dalam kegiatan promosi berasal dana kas sekolah namun demikian nilai dan nominal tidak dapat diperkirakan. Untuk menutup kekurangan pembiayaan digunakan metode iuran bersama dan ini sudah berjalan dari tahun ke tahun.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa prakiraan penyusunan anggaran kegiatan promosi tidak ada metode khusus yang digunakan Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Umma. Perkiraan biaya selama ini kita hanya berdasarkan pengalaman masa lampau saja.

Berkaitan dengan penjadwalan kegiatan promosi dapat dijelaskan bahwa tidak semua pelaksanaan kegiatan promosi terencana dalam program kerja. Hal ini dapat diartikan bahwa tidak semua kegiatan promosi diatur waktu pelaksanaannya karena beberapa kegiatan tatap muka merupakan kegiatan yang fleksibel yang dapat dilakukan setiap waktu tidak terpaku pada waktu tertentu. Termasuk kegiatan tidak langsung seperti pemasangan spanduk, baliho, brosur dilakukan sekolah sebelum dilaksanakannya penerimaan siswa baru namun waktu dan tempatnya tidak terjadwal secara baku tergantung penanggungjawabnya.

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi ke sekolah-sekolah di SD hasil wawancara dengan Isnaini selaku Ketua Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah mengatakan bahwa:

“Biasanya itu memanfaatkan momen-momen tertentu misalnya waktu pengumuman kelulusan SD yang dihadiri oleh orang tua siswa, sosialisasi ke sekolah yang nanti kita sampaikan kepada orang tuanya kalau kita memiliki sekolah berbasis agama. Kita harus fahamkan ke orang tua siswa kenapa harus memilih sekolah yang berbasis agama kepada anak-anaknya. Selain itu kita juga mengutus guru untuk menghadiri perpisahan di SD tersebut sambil membawa brosur sekaligus form pendaftaran masuk ke sekolah kita” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah mengatakan;

“Setelah Ujian Nasional itu baru dilakukan sosialisasi-sosialisasi karena para siswa tidak lagi terbebani Ujian Nasional. Kita mensosialisasikan ketika ada rapat perpisahan atau ketika pembagian ijazah siswa yang biasanya dihadiri orang tua siswa. Kita juga hadir ketika ada perpisahan di SD tersebut sambil sekaligus membagi brosur untuk orang tua siswa” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan kedua pendapat yang diungkapkan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa alasan pemilihan waktu kegiatan sosialisasi ke SD adalah dengan memanfaatkan acara-acara yang tepat dimana para siswa akan lebih fokus dalam mengikuti kegiatan sosialisasi.

Sasaran utama kegiatan sosialisasi adalah untuk semua siswa lulusan SD di Kecamatan Singingi Hilir, namun pada kenyataannya sebagian besar siswa yang telah masuk di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah sampai saat ini kebanyakan berasal dari penduduk sekitar sekolah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah yang menyatakan bahwa:

“Harus diakui bahwa anak-anak yang sekolah di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah kebanyakan berasal dari Desa Koto Baru” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Lestari selaku orang tua siswa, diperoleh keterangan sebagai berikut:

“Saya memilih Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah ini karena alasan dekat dengan rumah saya” (wawancara tanggal 18 Juli 2019).

Hal serupa juga diungkapkan oleh Rahman selaku orang tua siswa secara tersirat mengungkapkan bahwa:

“Saya memilih Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah untuk menyekolahkan anak saya karena tidak terlalu jauh dari tempat tinggal saya, dan anak saya juga memilih untuk sekolah disini” (wawancara tanggal 18 Juli 2019).

Berdasarkan wawancara diatas, diketahui bahwa Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah dipilih karena alasan jarak dari tempat tinggal, para orang tua siswa tidak pernah melihat dari sudut pandang kualitas.

Berdasarkan hasil dari pengamatan dan wawancara, peneliti memberikan kesimpulan bahwa kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik yang membutuhkan tenaga serta kemampuan khusus dari petugas diantaranya adalah kegiatan penerimaan siswa baru model “jemput bola”, sosialisasi ke SD-SD, brosur, sosialisasi kepada tokoh masyarakat maupun tokoh agama. Hasil pengamatan juga menunjukkan bahwa iklan pada spanduk dan baliho yang dipasang sebatas bentuk publikasi sekolah yang hanya berisikan tentang sedikit gambaran profil sekolah dan pemberian informasi terkait pendaftaran peserta didik baru dan gratis iuran wajib bulanan bagi anak yatim.

Setelah melakukan perencanaan kegiatan promosi kegiatan selanjutnya adalah pelaksanaan kegiatan promosi. Pelaksanaan kegiatan promosi merupakan implementasi dari perencanaan kegiatan promosi yang telah dilakukan. Pelaksanaan kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten

Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik terdiri dari dua jenis kegiatan yaitu kegiatan promosi tidak langsung dan kegiatan promosi promosi secara langsung (tatap muka). Berikut penjelasan masing-masing dari kedua jenis kegiatan tersebut.

1) Kegiatan promosi tidak langsung

Kegiatan promosi tidak langsung yang dilaksanakan Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik sementara ini menggunakan media cetak terdiri dari brosur, spanduk dan baliho. Brosur disebarakan sebelum dan setelah UN di SD dilaksanakan. Penyebaran brosur dilaksanakan oleh semua warga sekolah bahkan orang tua wali murid yang mempunyai kesediaan membantu dalam penerimaan siswa baru juga ikut dilibatkan. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa isi pesan yang disampaikan dalam brosur meliputi visi dan misi sekolah, fasilitas, informasi penerimaan siswa baru, persyaratan pendaftaran, waktu pendaftaran, program unggulan, bebas uang wajib bulanan bagi anak yatim.

Spanduk biasanya mulai dipasang sejak akhir Mei sampai dengan akhir Juli dengan memilih lokasi yang cukup strategi seperti di depan Kantor Camat Singingi Hilir, di depan SD-SD dan wilayah strategi lainnya. Selain itu mengacu pada pengamatan yang dilakukan peneliti tantangan yang muncul dalam pemasangan spanduk adalah bahwa didapati banyak sekolah saingan yang memasang spanduk serupa di lokasi yang sama. Sehingga yang terjadi

adalah saling menumpuk spanduk antara pemasang sekolah satu dengan lainnya. Hal ini menuntut kreatifitas guru.

2) Kegiatan promosi langsung

Kegiatan promosi langsung merupakan kegiatan tatap muka atau melakukan sosialisasi langsung baik menggunakan bantuan media atau tanpa bantuan media. Beberapa kegiatan tatap muka yang dilaksanakan Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi adalah sosialisasi ke sejumlah SD, kerjasama dengan para tokoh masyarakat dan tokoh agama atau kunjungan ke rumah calon peserta didik. Pelaksanaan sosialisasi ke SD merupakan kegiatan tatap muka paling awal karena rata-rata dilakukan setelah Ujian Nasional yang bertujuan agar siswa lebih fokus dalam mengikuti sosialisasi. Sosialisasi biasanya dilakukan oleh dua orang guru. Sosialisasi dilaksanakan dalam bentuk presentasi tentang sistem pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi berikut keunggulan yang akan dicapai oleh siswa.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah menjelaskan bahwa:

“Kita melakukan sosialisasi kepada orang tua dan siswa. Sosialisasi kita wujudkan dalam bentuk pemahaman kepada orang tua maupun siswa yang akan melanjutkan ke jenjang pendidikan selanjutnya dan pentingnya pendidikan agama bagi anak-anak, dan sementara ini pendidikan yang mencakup dunia akherat diselenggarakan di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan wawancara penulis dengan Rahman selaku orang tua siswa menjelaskan bahwa:

“Hal-hal yang disampaikan dalam sosialisasi antara lain fasilitas, kelulusan, terus juga masalah keunggulan sekolah, biaya sekolah, dan untuk anak yatim sekolah ini menggratiskan iuran wajib bulanan” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Terkait dengan sosialisasi, berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa pelaksanaan sosialisasi dilaksanakan sebelum ujian nasional di SD, namun hanya sebatas sosialisasi yang ditujukan kepada guru SD. Hal ini bersifat kerjasama antara Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah dengan SD-SD tersebut mengingat banyaknya jumlah pesaing yang menghendaki hal yang sama pada sekolah-sekolah tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penelitian, maka peneliti memberikan kesimpulan bahwa hal-hal yang dapat mempengaruhi minat peserta didik untuk mendaftar ke Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah adalah karena adanya program unggulan yaitu: Tahfiz Al-Quran, seni baca Al-Quran, muhadarah/pidato, shalat dhuha, bahasa arab, *one day one* ayat, nasyid, *english club* dan pramuka serta adanya gratis iuran wajib bulanan bagi anak yatim. Dengan adanya keunggulan-keunggulan inilah yang membuat orang tua mempercayakan pendidikan anaknya di sekolah tersebut.

Meskipun demikian, sosialisasi yang dilaksanakan tidak selalu mengalami kesuksesan. Hal ini diungkapkan oleh Dita Agusti Wulan selaku guru Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah menyatakan bahwa:

“Tidak semua siswa tertarik untuk mengikuti sosialisasi karena sebagian siswa sudah berkeinginan untuk sekolah di tempat lain atau ada yang menghendaki masuk di MTs Negeri sesuai dengan keinginan orang tuanya. Kadang kita tidak bisa menentukan waktu sosialisasi karena pelaksanaannya tergantung dari sekolah yang bersangkutan, hal itu mengakibatkan adanya bentrok dengan jam mengajar para guru yang mendapat tugas sosialisasi” (wawancara tanggal 17 Juli 2019).

Berdasarkan hal tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat kendala yang dihadapi dalam melaksanakan sosialisasi yaitu jadwal yang terkadang tidak dapat diselaraskan dengan kondisi SD. Faktor lain adalah sebelum sosialisasi dilaksanakan, sudah ada keinginan orang tua dan anaknya ketika lulus SD masuk ke sekolah negeri. Dengan kendala tersebut membutuhkan peningkatan kemampuan guru dalam mensosialisasikan segala kelebihan pendidikan yang diselenggarakan di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah sehingga pemikiran orang tua dan siswa sedikit demi sedikit dapat berubah bahwa pendidikan dengan latarbelakang agama seperti Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah bukan pendidikan nomor dua.

Dalam pelaksanaan sosialisasi yang melibatkan tokoh masyarakat selama ini dilaksanakan sebelum PPDB dimulai. Pihak sekolah melaksanakan silaturahmi ke tokoh-tokoh masyarakat atau tokoh agama untuk meminta saran serta nasehat dan bantuannya demi menarik minat peserta didik. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah sebagai berikut:

“Saya selalu bersilaturahmi dan menjalin komunikasi dengan para tokoh masyarakat dan tokoh agama di Kecamatan Singingi Hilir ini untuk meminta bantuan dan saran-sarannya kalau sekiranya terdapat warga yang lulusan SD untuk membujuk sekolah disini. Tokoh

masyarakat dan tokoh agama sangat diperlukan karena dapat meningkatkan kepercayaan lebih kepada masyarakat luas dalam hal pendidikan bagi anak-anaknya” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Hasil wawancara tersebut mengindikasikan bahwa ketokohan pada seseorang dapat meningkatkan kepercayaan kepada sekolah. Pelaksanaan ini telah dilaksanakan pada setiap tahunnya dan terbukti cukup efektif dalam menarik minat peserta didik baru.

Pelaksanaan program humas berikutnya yang paling sering dilaksanakan adalah kegiatan jemput bola. Kegiatan “jemput bola” merupakan kegiatan yang paling intens dari semua kegiatan-kegiatan promosi lainnya dalam rangka mendapatkan peserta didik karena dilaksanakan sebelum PPDB, waktu pelaksanaan PPDB hingga jumlah kuota peserta didik terpenuhi. Pelaksanaan “jemput bola” dalam pelaksanaannya cukup rumit dan merupakan pekerjaan dengan tantangan yang sangat tinggi. Seperti yang disampaikan oleh Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah yang menjelaskan bahwa:

“Ya data siswa dari SD kita cek dan dilihat apakah anak tersebut dengan orang tuanya sudah mempunyai niat untuk sekolah lain, termasuk kemampuan si anak itu sendiri. Pekerjaan ini membutuhkan waktu yang tidak sedikit karena kita harus memilah-milah anak-anak yang sekiranya memiliki prospek untuk kita rekrut menjadi siswa. Kemudian kita datangi satu per satu anak-anak tersebut. “jemput bola” kita lakukan sebelum PPDB sampai kita terpenuhi jumlah kuota penerimaan peserta didik yang disediakan” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Hal juga senada disampaikan oleh Dita Agusti Wulan, berdasarkan hasil wawancara, dijelaskan sebagai berikut:

“Kita sangat merasakan kerja cukup ekstra kalau sudah melaksanakan jemput bola ini, soalnya kita berhadapan langsung di lapangan dengan

orang tua siswa, menyakinkan kepada mereka dan hampir semua lulusan SD di Kecamatan Singingi Hilir pasti didatangi dari petugas sekolah lain. Ini kerjaan yang sulit tapi harus dilaksanakan” (wawancara tanggal 17 Juli 2019).

Pernyataan tersebut juga dirasakan oleh Martalia Rahmadini, yang menyatakan bahwa:

“Kita benar-benar diuji kesabarannya kalau sudah berhadapan dengan calon peserta didik, kita dituntut untuk menjelaskan banyak hal sementara terkadang orang tua siswa tidak berkenan atau bahkan pernah ditolak oleh orang tua karena sudah mendaftar di sekolah negeri” (wawancara tanggal 17 Juli 2019).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut memuat makna bahwa kegiatan “jemput bola” dilakukan melalui kunjungan ke rumah-rumah. Resiko yang sering muncul berdasarkan hasil wawancara tersebut adalah didapati orang tua dan calon siswa telah mendaftar atau diterima di sekolah yang sudah diinginkan. Bahkan dalam perjalanannya sering didapati orang tua menolak kehadiran guru yang akan melaksanakan sosialisasi karena dianggap akan mengganggu konsentrasi anak yang sudah diterima di sekolah negeri.

Pelaksanaan kegiatan promosi berlangsung kurang lebih selama tiga bulan yang dilaksanakan secara bertahap. Dalam melaksanakan kegiatan promosi koordinasi antar panitia selalu intens dan secara bersama-sama memantau perkembangannya. Secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan promosi dalam menarik minat calon peserta didik yang dilaksanakan melalui berbagai kegiatan terdapat hal-hal teknis yang menghambat keberhasilan pelaksanaan promosi.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Isnaini selaku Ketua Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah mengatakan;

“Seperti yang sudah pernah saya sampaikan sebelumnya bahwa kendala kita adalah persaingan, yang negeri gratis, dan pandangan orang tua siswa bahwa Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah adalah pendidikan nomor dua setelah negeri, jadi mereka akan lebih memilih mendaftarkan anaknya ke sekolah negeri (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah mengatakan;

“Persoalan yang menghambat biasanya masalah anggaran, karena dengan model “jemput bola” ini mau tidak mau banyak mengeluarkan biaya. Terkadang untuk mensikapi hal ini petugas yang diberi amanah untuk melaksanakan tugas harus mengeluarkan uang sendiri karena anggaran dari sekolah tidak cukup”(wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan hasil pemaparan di atas dapat dianalisis bahwa kendala yang menyebabkan kegiatan promosi tidak dapat terlaksana secara maksimal karena terdapat pada dua faktor utama yaitu faktor dari luar dan faktor dari dalam (sekolah). Faktor dari luar terkait dengan masalah keengganan calon peserta didik untuk sekolah di Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah. Mereka lebih percaya diri dan bangga ketika diterima di sekolah negeri karena dianggap lebih pandai sedangkan sekolah di Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah dianggap sebagai anak yang status kemampuannya rendah. Sementara faktor dari dalam (sekolah) menyangkut faktor sumber daya sekolah seperti keterbatasan tenaga pelaksana dan jumlah anggaran yang sangat terbatas, namun demikian hal ini

disikapi sebagai suatu ibadah oleh para petugas lapangan sehingga tidak menjadi kendala yang cukup berarti.

e. *People* (SDM Pengelola/Guru)

Untuk menghasilkan kinerja yang maksimal, Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah merekrut tenaga pendidik dan tenaga kependidikan dengan kualifikasi tertentu. Guru mata pelajaran harus disesuaikan dengan pendidikan sarjana yang dimiliki guru.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah mengatakan;

“Secara kualitas guru-guru yang ada sekarang sudah baik, semua tenaga pendidik di sini memiliki latar belakang pendidikan S1” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, diketahui bahwa guru di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah memiliki kualitas mengajar yang baik. Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah lebih mengutamakan guru yang berasal dari Kecamatan Singingi Hilir, karena dianggap telah memahami keadaan sekolah sejak dini.

f. *Physical evidence* (Bangunan Sekolah)

Dukungan sarana di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah sudah cukup memadai untuk pelaksanaan pembelajaran sehari-hari. Namun Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah memiliki kekurangan dalam kelengkapan koleksi buku perpustakaan.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah mengatakan;

“Dukungan sarana dan parasarana di Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah cukup memadai untuk pelaksanaan pembelajaran sehari-hari, sampai saat ini kita terus menambah pembangunan ruang belajar, fasilitas alat tulis kantor juga sudah memadai dan toilet terjaga kebersihan dan pasokan airnya ”(wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, diketahui bahwa ruang belajar Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah sudah dibangun secara permanen. Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah memiliki lapangan yang luas yang memungkinkan untuk menambahkan ruang kelas baru.

g. *Process* (Pelayanan Pendidikan)

Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam proses pembelajarannya tentu beda, karena tidak hanya kurikulum umum, namun juga kurikulum agama. Hal ini juga sesuai dengan yang disampaikan Mahyu Budiman selaku Kepala Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah, yang mengemukakan bahwa:

“Kalau untuk proses pembelajarannya tentu kami beda dari yang lain, kami kan sekolah Agama dimana agamalah pelajaran utama bagi para siswa dan yang diutamakan disini proses pembelajaran kami sesuaikan dengan kebutuhan dan minat anak, dan dengan metode yang berbeda. Kalau kurikulum kami tetap mengacu pada Pemerintah pakai Kurikulum 2013” (wawancara tanggal 16 Juli 2019).

Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah sangat mengutamakan kebutuhan dari peserta didiknya. Melalui proses pembelajaran yang disesuaikan dengan gaya belajar siswa dirasa cukup efektif. Apabila ada siswa yang merasa kesulitan dalam mempelajari materi, guru dengan senang

hati akan melayani siswa untuk belajar secara privat ketika teman-teman lainnya sedang istirahat atau melaksanakan kegiatan lain. Untuk menunjang keterampilan siswa, diadakan sejumlah kegiatan ekstrakurikuler, seperti pramuka, dan beberapa cabang olah raga.

C. Pembahasan

Kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik pada masa sekarang bukan persoalan yang mudah karena banyaknya persaingan sesama sekolah tingkatan pertama baik MTs maupun SMP negeri maupun swasta. Pada mulanya ketika belum banyak persaingan sekolah-sekolah setingkat pendidikan pertama, tidak banyak kegiatan promosi yang diterapkan sebagai upaya untuk menarik minat peserta didik. Kegiatan promosi waktu itu lebih cenderung pada menjalin hubungan yang harmonis antar warga intern madrasah dan menjalin hubungan yang harmonis kepada masyarakat umum, sedangkan untuk meningkatkan minat peserta didik baru belum terdapat promosi khusus.

Perkembangan zaman dan waktu yang semakin cepat menuntut sekolah tidak hanya menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat saja, namun lebih dari itu mengupayakan dan membuat kegiatan promosi untuk memenangkan persaingan terutama dalam menarik minat peserta didik baru. Melihat pentingnya kegiatan promosi tersebut, maka dalam beberapa tahun terakhir ini banyak kegiatan promosi yang dilakukan Madrasah

Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik.

Kegiatan promosi terbagi dalam dua pokok yaitu perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan promosi. Perencanaan kegiatan promosi yang diselenggarakan oleh sekolah merupakan kegiatan awal yang dijadikan indikator keberhasilan kegiatan promosi. Dalam Marno & Triyo (2008: 100) disebutkan bahwa perencanaan kegiatan berupa matrik perencanaan yang berisi tentang waktu, sumber daya, prioritas, alternatif-alternatif kegiatan serta berbagai macam media yang digunakan serta memuat pembentukan tim dan pembagian tugas-tugas.

Berkaitan dengan kegiatan promosi, Suryosubroto (2001:4) mengungkapkan bahwa tahap perencanaan atau persiapan merupakan tahap awal dalam mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan program yang meliputi bahan informasi yang akan disampaikan kepada publik, media yang akan digunakan, rumusan tentang maksud dan tujuan yang ingin dicapai, serta fasilitas yang dibutuhkan antara lain seperti waktu, tempat dan sarana penunjang lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian, perencanaan kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik telah memenuhi aspek-aspek perencanaan yang telah disebutkan dari kedua pendapat tersebut. Dalam hal ini kepala Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan

Singingi memberikan perintah kepada semua guru untuk mensukseskan kegiatan promosi dalam menarik minat peserta didik.

Langkah pertama kegiatan promosi adalah pembentukan panitia kegiatan. Pembagian tugas kepanitiaan didasarkan pada wilayah domisili, kemampuan kerja, kekuatan fisik, dan loyalitas kerja. Penunjukan berdasarkan wilayah domisili dari guru dan karyawan dikarenakan adanya tuntutan penguasaan wilayah tertentu. Sedangkan penunjukan berdasarkan kemampuan dikarenakan adanya tuntutan bahwa petugas harus mampu menguasai semua materi dan data-data sekolah yang akan disampaikan pada saat kegiatan. Selain itu, kemampuan petugas dituntut agar dapat menguasai berbagai bentuk tugas karena banyak peran ganda yang harus diambil oleh setiap petugas PPDB dalam menjalankan tugasnya. Ketiga, tuntutan kekuatan fisik dikarenakan kegiatan promosi dalam menarik minat calon peserta didik merupakan kegiatan yang tujuan utamanya adalah menjaring siswa sehingga kegiatannya dilakukan di luar dan aktivitasnya intersif atau terus menerus sehingga membutuhkan kekuatan fisik yang ekstra dibandingkan dengan aktivitas yang dilakukan di dalam sekolah. Keempat, tuntutan loyalitas dibutuhkan karena kegiatan yang dilakukan berkaitan dengan aktivitas-aktivitas yang memiliki intensitas kerja tinggi seperti “jemput bola” sehingga kejenuhan seringkali muncul, dalam hal ini loyalitas akan menentukan bagaimana seseorang mampu menyelesaikan pekerjaannya.

Pelaksanaan kegiatan promosi merupakan implementasi kegiatan promosi yang berupa kegiatan-kegiatan yang telah ditentukan pada saat

perencanaan dilakukan. Dalam Suryosubroto (2001: 7) disebutkan bahwa tahap pelaksanaan, petugas melaksanakan kegiatan yang telah dipersiapkan sebelumnya dan diusahakan dapat terlaksana, pesan hendaknya disampaikan dengan baik, baik menggunakan media atau tidak.

Dalam pelaksanaan kegiatan promosi terdapat faktor pendukung keberhasilan kegiatan promosi tersebut yang datang dari kepala sekolah selaku penanggungjawab, guru dan karyawan, kerja sama dengan pihak lain serta seluruh elemen pendukung lain seperti keterlibatan tokoh masyarakat dan tokoh agama.

1) Kepala Sekolah

Kepala madrasah memegang peranan penting dalam menentukan perkembangan Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi. Semua kegiatan promosi dari madrasah sangat bergantung pada kebijakan yang ditetapkan kepala madrasah. Berbagai kegiatan promosi yang dilakukan Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi pada saat ini muncul karena mendapatkan dukungan dari kepala sekolah.

Sebelum persaingan sekolah yang cukup kompetitif, kegiatan promosi yang diterapkan oleh Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi lebih bersikap sederhana, yang mana kepala sekolah hanya memasang baliho pengumuman penerimaan peserta didik baru di depan

sekolah dalam menarik minat peserta didik. Hal ini karena kepala Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi melihat kondisi yang ada pada saat itu tidak terlalu membutuhkan berbagai kegiatan promosi untuk menarik minat masyarakat agar mendaftarkan putra-putrinya ke madrasah tersebut.

Sesuai dengan sejarah berdirinya bahwa Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi didirikan oleh tokoh-tokoh masyarakat sehingga dalam upaya untuk mensosialisasikan program-program sekolah dan untuk menarik minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya cukup baik. Kultur masyarakat pada wilayah Kecamatan Singingi Hilir yang mayoritas cukup agamis menjadikan tokoh masyarakat sebagai panutan sehingga ketika orang tua diarahkan untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah-sekolah yang berbasis agama mendapatkan dukungan dari orang tua tersebut. Berdasarkan persoalan tersebut, maka Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi yang lebih penting adalah menjalin hubungan yang erat dan harmonis dengan seluruh warga sekolah dan masyarakat sekitar baik orang tua siswa, tokoh masyarakat, lembaga pendidikan lain maupun pejabat pemerintahan.

2) Kerja sama dengan SD sekitar

Hasil observasi peneliti tentang data perkembangan penerimaan peserta didik baru Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi diketahui bahwa terdapat beberapa SD yang senantiasa menjadi mitra Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah beberapa tahun hingga sekarang.

3) Menjalin hubungan dengan tokoh masyarakat

Sebagaimana telah dikemukakan di atas bahwa sejarah berdirinya Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi adalah hasil musyawarah tokoh-tokoh agama pada wilayah tersebut, maka dalam perkembangannya untuk meningkatkan dan mempertahankan keberadaan sekolah di tengah-tengah persaingan yang semakin ketat juga harus menjalin hubungan baik dengan tokoh-tokoh masyarakat. Hubungan baik yang selama ini dilakukan adalah dengan selalu mengundang tokoh-tokoh pendiri ke sekolah ketika sekolah mengadakan acara. Undangan tersebut dimaksudkan agar tokoh-tokoh masyarakat tersebut selalu mengetahui perkembangan sekolahnya dan juga dari sekolah senantiasa meminta saran dan kritik agar sekolah lebih maju.

Mayoritas warga masyarakat Singingi Hilir yang agamis menjadikan tokoh masyarakat dan tokoh agama sebagai panutan dan tempat untuk bertanya terutama pendidikan anak-anaknya. Sampai saat ini hubungan dengan tokoh masyarakat tersebut membawa dampak positif

dalam menarik minat peserta didik baru karena ketika petugas dari sekolah akan mensosialisasikan Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah, sekolah sudah cukup di kenal sehingga petugas cukup memperkenalkan program-program terbaru dari Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah untuk menghilangkan pemahaman masyarakat bahwa Madrasah Tsanawiyah Miftahul Khairiyah Ummah adalah sekolah nomor dua sesudah sekolah negeri.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai bahwa: Kegiatan promosi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dalam menarik minat peserta didik masih sangat sederhana, yaitu hanya dengan menggunakan promosi berupa brosur dan spanduk sebagai alat untuk memperkenalkan Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi sekaligus menyampaikan informasi mengenai waktu dan syarat pendaftaran kepada masyarakat, sosialisasi ke Sekolah Dasar dan menjalin hubungan baik dengan para tokoh masyarakat dan tokoh agama.

B. Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan diatas, selanjutnya penulis memberikan saran-saran sebagai pertimbangan. Adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi diharapkan tidak hanya fokus pada kegiatan promosi dalam menarik minat peserta didik, tetapi juga meningkatkan mutu pendidikan yang nantinya juga akan memberikan dampak positif dalam menarik minat peserta didik.

2. Kepala sekolah diharapkan mempertahankan hubungan yang sudah baik dengan SD dan tokoh-tokoh masyarakat sekitar untuk mempertahankan eksistensi Madrasah Tsanawiyah Yayasan Miftahul Khairiyah Ummah di tengah persaingan yang semakin kompetitif dalam menarik minat peserta didik.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alwasilah, Ahmad. 2002. *Pokoknya Kualitatif ; Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Pustaka Jaya : Bandung.
- Amir. 1999. *Etika Komunikasi Masa dalam Pandangan Islam*. Khairul Bayan : Jakarta.
- A.M, Sardiman. 2009. *Interaksi dan Motivasi Belajar-Mengajar*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revisi VI), Rineka Cipta: Jakarta.
- A. Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*. Erlangga : Jakarta.
- Effendy, Uchjana Onong. 2005. *Dinamika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Iskandar. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Gaung Persada Press : Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Keenam, Terjemahan Wilhelmus W Bakowaton, Jakarta. Intermedia.
- Kotler, Philip, 2010, *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*. Erlangga : Jakarta.
- _____.2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid II, Edisi Kedelapan, Erlangga : Jakarta.
- Moleong, Lexy J, 2005, *Metode Penelitian Kualitatif*. RemajaRosdakarya : Bandung.
- Nasution. 2010. *Berbagai Pendekatan dalam Proses Belajar dan Mengajar*. Bumi Aksara : Jakarta.
- Riduwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Alfabeta : Bandung.

Sagala, Syaiful. 2007. *Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*. Alfabeta : Bandung.

Stanton, William, J. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Mandar Maju: Bandung.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Afabeta : Bandung.

Suryabrata, Sumadi. 2002. *Psikologi Pendidikan*. PT. Grafindo Perkasa Rajawali : Jakarta.

Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta.

Tim Dosen AP Univ Pendidikan Indonesia, 2014. *Manajemen Pendidikan*. Alfabeta : Bandung.

Tjiptono, 2002. *Strategi pemasaran*. Andi : Yogyakarta.

Usman, Husaini. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Edisi Kedua. Bumi Aksara : Jakarta.

Skripsi:

Asep Gunardi. 2017. Promosi yang Dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Pada Objek Wisata Danau Bandar Kayangan di Kota Pekanbaru. *Skripsi*. Universitas Islam Riau.

Widya Andhita P. 2015. Kegiatan Promosi Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Kendal. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret.