

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam manajemen pendidikan harus memaksimalkan seluruh sumber daya pendidikan guna untuk mencapai tujuan dan target sasaran pendidikan yang telah ditetapkan. Hal ini tentunya tidak serta merta dapat mencapai tujuan tersebut namun harus adanya kerjasama dan koordinasi dengan para *stakeholder* pendidikan.

Menurut Beni Ahmad Saebani dan Koko Komaruddin “kerjasama disinilah penting dilakukan sebab berhubungan dengan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab pada suatu organisasi.”¹ Karena dengan adanya kerjasamalah yang akan menentukan arah perkembangan organisasi ke depannya, maka hal ini yang menjadi tugas pemimpin dalam mengatur bawahannya.

Manajemen pendidikan merupakan proses yang berkaitan dengan aktivitas pendidikan guna untuk mempengaruhi, memberikan motivasi dan menginovasi kepada siswa dengan memanfaatkan alat pendidikan, media pembelajaran, sarana dan prasarana serta metode yang dibutuhkan dalam penyelenggaraan pendidikan.² Hal ini perlu dilakukan oleh para *stakeholder* agar dapat menunjang proses pembelajaran.

Manajemen peserta didik merupakan hal penting dalam dunia pendidikan yang perlu di-*manage* dengan melakukan pengoptimalan terhadap siswa baik dari mulai masuk ke lembaga sampai tamat menyelesaikan

¹ Beni Ahmad Saebani dan Koko Komaruddin, *Filsafat Manajemen Pendidikan*, Cet. 1 (Bandung: Pustaka Setia, 2016), 64.

² Andi Rasyid Pananrangi, *Manajemen Pendidikan*, Cet. 1 (Celebes Media Perkasa, 2017), 7–10.

pendidikannya. Hal ini juga berkaitan dengan pendataan maupun pengelolaan siswa.

Menurut Abdul Aziz bahwa “secara keseluruhan manajemen peserta didik merupakan salah satu elemen penting dari manajemen madrasah.”³ Sehingga manajemen peserta didik berkaitan dengan *input*, proses maupun *output* pendidikan sebab siswa dijadikan sebagai subjek dan objek dalam proses pembelajaran. Maksudnya siswa dijadikan sebagai subjek, sebab mereka yang menjadi pelaku utama dalam proses pembelajaran dan sebaliknya dijadikan sebagai objek, sebab mereka yang menjadi sasaran guru untuk dididik agar bisa mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang lebih maju. Sebagaimana menurut Badrudin “diperlukan adanya optimalisasi manajemen peserta didik di lembaga untuk mencapai tujuan pendidikan, baik itu tujuan kurikuler, institusional maupun pendidikan nasional.”⁴

Oleh karena itu, keberadaan siswa bukan hanya dijadikan sebagai untuk memenuhi kebutuhan, melainkan termasuk bagian dari mutu sekolah. Maksudnya diperlukan manajemen peserta didik yang bermutu bagi sekolah sehingga nantinya siswa bisa mengalami pertumbuhan dan perkembangan sesuai dengan potensi yang dimilikinya baik dari fisik, kecerdikan intelektual, sosial, emosional maupun spiritual siswa tersebut.

Dalam Permendikbud RI Nomor 1 Tahun 2021 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru Pada Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas dan Sekolah Menengah Kejuruan pada Pasal 2 Ayat 2 bahwa “penerimaan siswa baru dilakukan tanpa

³ Abdul Aziz, *Pengantar Manajemen dan Substansi Administrasi Pendidikan* (Surabaya: Pustaka Radja, 2019), 63.

⁴ Badrudin, *Manajemen Peserta Didik*, Cet. 1 (Jakarta: Indeks, 2014), 16.

diskriminasi kecuali bagi sekolah yang secara khusus dirancang untuk melayani peserta didik dari kelompok gender atau agama tertentu.⁵

Pengelolaan peserta didik bertujuan untuk memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya bagi siswa agar mereka merasa senang dan nyaman dalam mengikuti seluruh program kegiatan sekolah dengan melibatkan seluruh sumber daya yang ada untuk dapat mencapai tujuan pendidikan.⁶

Pada setiap tahun saat memasuki tahun pelajaran baru, sekolah tentunya pasti akan mengadakan kegiatan penerimaan siswa baru dengan cara mempromosikan berbagai program yang ada di lembaganya melalui berbagai jenis media publikasi. Maka dari itu, pihak sekolah harus melakukan terobosan ataupun inovasi dengan menggunakan media publikasi yang menarik agar warga pendidikan tertarik terhadap promosi yang telah mereka lakukan untuk mendaftarkan anak didiknya kepada lembaga tersebut.

Penerimaan siswa baru merupakan tahap awal dalam proses dunia pendidikan yang perlu dilakukan oleh lembaga pendidikan yang harus dilaksanakan secara detail untuk menyeleksi siswa agar dapat menghasilkan lulusan (*output*) yang berkualitas sehingga nantinya akan berdampak terhadap lembaga pendidikan itu sendiri. Maka dari itu, penerimaan siswa baru perlu dilakukan dengan perencanaan yang optimal agar dapat menyeleksi calon siswa baru yang terpilih sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh lembaga tersebut.

⁵ “Permendikbud RI Nomor 1 Tahun 2021 Tentang Penerimaan Peserta Didik Baru Pada Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas dan Sekolah Menengah Kejuruan Pasal 2 Ayat 2,” 5.

⁶ Annisa Nuraisyah Annas, “Manajemen Peserta Didik Berbasis Kecerdasan Spiritual Pendidikan Islam,” *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Volume 5, Nomor 2 (Agustus 2017): 135, <http://www.journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/tjmpi/article/view/399>.

Menurut Ari Trisnawati dan Maya May Syarah “tahapan dalam penerimaan siswa baru meliputi pendaftaran, seleksi berkas serta pengumuman hasil penerimaan siswa baru.”⁷ Tahapan ini harus dilalui bagi calon siswa baru dalam pelaksanaan penerimaan siswa baru, sebab tahapan ini yang akan menentukan mutu manajemen peserta didik setelah mereka memasuki lembaga pendidikan yang akan menjadi siswa seutuhnya.

Di era 4.0 para pemimpin pendidikan berkompetisi dengan lembaga lain untuk melaksanakan promosi terhadap lembaga pendidikannya sendiri, sebab sesuai dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat sekolah dapat mengimplementasikan media publikasi yang akan digunakan dalam menyampaikan informasi kepada warga pendidikan yang berkaitan untuk meningkatkan mutu di lembaga pendidikannya.

Menurut Juhji dkk., menyatakan dalam dunia pendidikan promosi perlu dilaksanakan untuk memberikan informasi agar menarik dan memikat perhatian para *stakeholder* sehingga mempengaruhi dan mengubah tingkah laku mereka yang sebelumnya tidak mengetahui menjadi paham terhadap pelayanan yang ada di lembaga tersebut. Dengan melalui promosi *stakeholder* dapat mengingatkannya dalam jangka waktu panjang terhadap informasi yang telah disampaikan.⁸ Jadi pihak sekolah harus mempunyai korelasi yang efektif dengan masyarakat agar dapat tertarik dengan berbagai kegiatan dan penawaran program sekolah.⁹

Salah satu bentuk promosi sekolah bagian kehumasan, yaitu dengan cara menentukan dan memilih media yang tepat dan cocok sesuai dengan harapan masyarakat sehingga dapat menimbulkan kepercayaan mereka terhadap sekolah. Mengingat pentingnya media publikasi dalam promosi

⁷ Ari Trisnawati dan Maya May Syarah, “Strategi Humas Politeknik Negeri Jakarta dalam Penerimaan Mahasiswa Baru,” *Jurnal Komunikasi* Volume VIII Nomor 3 (September 2017): 275, <https://doi.org/10.31294/jkom.v8i3.3075>.

⁸ Juhji dkk., *Manajemen Humas Sekolah*, Cet. 1 (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020), 59.

⁹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, Cet. 1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 135.

penerimaan siswa baru, media memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan pesan kepada warga pendidikan. Dalam implementasi media publikasi tidak serta merta menentukan media apa yang akan digunakan, sebab banyaknya media publikasi apabila dilihat dari kelebihan maupun kekurangannya. Hal ini yang menjadi tantangan *stakeholder* dalam mengimplemetasikan media publikasi untuk melakukan promosi baik dilihat dari desainnya, jenis medianya dan anggaran.

Menurut John P. Simandjuntak dkk., menyatakan bahwa hal ini tidak akan memperoleh hasil yang optimal tanpa adanya keinginan pihak sekolah untuk berkolaborasi menciptakan relasi dengan media publikasi. Sebab jika sekolah menjalin relasi yang harmonis dan baik dengan media, maka segala bentuk aktivitas yang berkaitan dengan perkembangan dan kemajuan sekolah akan dipublikasikan oleh media sehingga masyarakat dapat mengetahui kondisi keadaan sekolah tersebut.¹⁰

Media dalam manajemen humas merupakan alat perantara yang digunakan untuk menyalurkan dan menyampaikan pesan ataupun informasi tentang pendidikan kepada warga pendidikan untuk dapat mencapai tujuan pendidikan.¹¹ Selain itu, media juga dapat digunakan sebagai alat maupun sarana humas untuk dapat menyampaikan informasi, promosi dan publikasi kepada *stakeholder*.¹²

Dalam melakukan promosi pihak *stakeholder* harus melakukan pertimbangan terkait dengan media publikasi yang akan digunakan dalam penerimaan siswa baru. Karena harus memperhatikan anggaran ataupun biaya sehingga media yang digunakan dapat tepat sasaran kepada calon siswa baru.

¹⁰ John P. Simandjuntak dkk., *Public Relations*, Cet. 1, Ed. 1 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003), 145.

¹¹ Novan Ardy Wiyani, *Manajemen Humas di Sekolah*, Cet. 1 (Yogyakarta: Gava Media, 2019), 76.

¹² Eka Khoiru Nisa dan Denas Hasman Nugraha, "Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Hubungan Baik Antara Sekolah dengan Wali Siswa di SD IT Harapan Bunda Semarang Jawa Tengah," *Al-Fahim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Vol 1, No. 1 (Maret 2019): 11, <http://staitbiasjogja.ac.id/jurnal/index.php/alfahim/article/view/47>.

Selain itu, anggaran akan menentukan media publikasi yang akan digunakan dalam menarik minat calon siswa baru.

Hal ini dipertegas oleh Yosol Iriantara yang berpendapat bahwa dalam pemilihan media publikasi terdapat tiga hal penting yang perlu diperhatikan diantaranya kemampuan untuk menjangkau publik, frekuensi terpaan pesan serta efisiensi anggaran.¹³

Jenis media publikasi bermacam-macam yang dapat digunakan dalam promosi tergantung lembaga yang mengimplementasikan dan memilih media tersebut. Sebagaimana menurut Novan Ardy Wiyani “jenis media publikasi diantaranya, yaitu (a) media cetak seperti, majalah, brosur, surat kabar, buku, poster dan leaflet; (b) media elektronik seperti radio, personal komputer, LCD, televisi, speaker dan telepon; serta (c) media internet seperti website sekolah, blog, e-mail, dan jejaring sosial.”¹⁴

Penelitian ini memiliki keunikan tersendiri, yaitu pada setiap periode tahun pelajaran baru yang bersaing dengan seluruh lembaga pendidikan dalam kegiatan penerimaan siswa baru sehingga memerlukan media publikasi. Hal ini tidak lepas dari mempromosikan madrasah dengan menggunakan berbagai jenis media publikasi dengan memperkenalkan program-program unggulan untuk menarik calon siswa baru sehingga tertarik untuk mendaftarkan putra-putrinya di madrasah tersebut. Selain itu, media publikasi yang digunakan MAN 1 Pamekasan beragam yang disesuaikan dengan anggaran madrasah sehingga masyarakat sangat antusias untuk menyekolahkan anak didiknya ke madrasah tersebut dengan berbagai

¹³ Yosol Iriantara, *Manajemen Humas Sekolah*, Cet. 1 (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), 129.

¹⁴ Ardy Wiyani, *Manajemen Humas di Sekolah*, 76–78.

program unggulan yang ditawarkan saat melaksanakan sosialisasi. Serta pada saat kegiatan sosialisasi MAN 1 Pamekasan bekerjasama dengan melibatkan para alumni yang telah sukses untuk merangsang daya tarik calon siswa baru dalam kegiatan penerimaan siswa baru.

Berdasarkan fakta di lapangan bersama Ibu Hosnaini bahwa setiap ajaran baru MAN 1 Pamekasan melaksanakan kegiatan promosi penerimaan siswa baru, hal yang menjadi prioritas dalam promosi tersebut yaitu memperoleh siswa baru sesuai dengan kouta daya tampung yang telah ditargetkan madrasah, yaitu 300 dari jumlah pendaftar. Untuk memperoleh calon siswa baru sesuai dengan target yang telah diharapkan, MAN 1 Pamekasan melaksanakan promosi dengan menggunakan beragam media publikasi seperti brosur, pamflet, spanduk, kerjasama dengan radio karimata FM Pamekasan, website, instagram, facebook, dan youtube. Selain itu, humas juga berkoordinasi dengan Waka Kesiswaan dan Waka Kurikulum untuk kepentingan PPDB. Serta humas melakukan sosialisasi langsung ke lembaga pendidikan yang dituju dengan bekerjasama dengan pihak-pihak lembaga SMP/MTs, Waka Kesiswaan dan BK untuk menyebarkan brosur. Namun untuk menentukan media publikasi dalam promosi agar cepat dan tepat sasaran bukan hal yang mudah, tetapi harus mempersiapkan anggaran karena berkaitan dengan media apa yang akan digunakan.

Media publikasi dalam promosi mendorong sekolah untuk mencapai sasaran dalam penerimaan siswa baru. Yang mana promosi dipersiapkan oleh sekolah agar mencapai target yang ingin dicapai. Karena tanpa adanya promosi masyarakat tidak akan mengenal program sekolah yang ada di MAN

1 Pamekasan. Pada tahun pelajaran 2021/2022 masyarakat sangat antusias untuk mendaftarkan anak didiknya ke MAN 1 Pamekasan, sehingga madrasah tersebut melakukan persaingan dengan lembaga lain yang sederajat dengan mengandalkan keunggulan madrasah yang selalu meningkat dengan memperkenalkan program kepada masyarakat seperti *Islamic Boarding School* (Ma'had) Darus Salam, prodistik, vokasi, dan bimbingan belajar yang mana program tersebut berdampak terhadap minat calon siswa baru.

Di MAN 1 Pamekasan terdapat dua jalur seleksi dalam penerimaan siswa baru yaitu jalur prestasi dan reguler. Jalur prestasi adalah seleksi yang dilihat dari prestasi anak didik baik dari akademik maupun non akademik dengan menyaring siswa untuk diikutkan olimpiade. Sedangkan jalur reguler yaitu seleksi yang dilihat dari umum, bahkan yang tidak mempunyai prestasi namun mereka yang berminat dengan segala promosi yang telah dilakukan oleh MAN 1 Pamekasan.

MAN 1 Pamekasan bersaing dengan lembaga pendidikan negeri maupun pondok pesantren dalam penerimaan siswa baru. Berbagai jenis media publikasi yang digunakan dalam melakukan promosi agar mampu menarik minat calon siswa baru. Namun, MAN 1 Pamekasan dalam mengimplementasikan media publikasi lebih mengarah pada media cetak dan media internet sebagai sepintas informasi.¹⁵

Berdasarkan fenomena dan fakta di lapangan media yang digunakan MAN 1 hanya beberapa media sebab terbatas pada anggaran yang digunakan. Maka hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti tentang

¹⁵ Hosnaini, Waka Humas, *Wawancara Langsung* (28 Mei 2021).

implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan?
2. Apa kendala pada implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan?
3. Bagaimana solusi pada implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan.
2. Untuk mengetahui kendala pada implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan.
3. Untuk mengetahui solusi pada implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua kegunaan atau manfaat yaitu kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis diantaranya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran yang dapat menambah wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan serta dapat menghasilkan teori tentang implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan yang dapat dijadikan acuan dalam melaksanakan kajian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Adapun kegunaan secara praktis yang dapat diperoleh dalam penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

- a. Bagi lembaga MAN 1 Pamekasan. Dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk memperdalam dan memperluas keilmuan mengenai implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru. Serta mempermudah madrasah untuk mengevaluasi hasil implementasi media publikasi yang digunakan.
- b. Bagi IAIN Madura. Dapat menambah karya penelitian yang dapat dijadikan rujukan dalam penelitian selanjutnya khususnya dalam dunia Manajemen Pendidikan Islam.
- c. Bagi Peneliti. Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta informasi tentang implementasi media publikasi yang digunakan dalam mempromosikan kepada warga pendidikan.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam interpretasi pada penelitian ini mengenai definisi dari beberapa istilah. Maka penulis menjabarkan beberapa dari definisi istilah yaitu sebagai berikut:

1. Media Publikasi adalah sarana dan alat yang digunakan untuk menyampaikan dan menyebarkan informasi kepada masyarakat sehingga mereka mengetahui terhadap informasi yang disampaikan.
2. Promosi adalah suatu kegiatan yang membuat informasi persuasif dengan tujuan untuk mempengaruhi dan membujuk agar pelanggan tertarik terhadap produk yang ditawarkan sehingga ia membeli dan menggunakan produk tersebut.
3. Penerimaan Siswa Baru merupakan tahap awal dalam kegiatan manajemen peserta didik yang sangat urgen berfungsi untuk melaksanakan seleksi bagi calon siswa baru sesuai dengan kebijakan dan kriteria yang telah ditetapkan oleh lembaga pendidikan tersebut.

Jadi dapat dipahami bahwa media publikasi digunakan untuk menyampaikan dan menyebarkan pesan serta informasi kepada warga pendidikan sehingga mereka dapat mempromosikan kondisi sekolah dengan mengenalkan berbagai program-program unggulan untuk menarik minat dan perhatian warga pendidikan terutama dalam penerimaan siswa baru sehingga dapat menyeleksi siswa baru sesuai dengan kebijakan dan kriteria yang telah ditentukan.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Adanya tujuan penelitian terdahulu yaitu untuk memberikan kerangka mengenai kajian empiris dan teoritis terhadap problematika sebagai dasar untuk melakukan pendekatan terhadap permasalahan yang dihadapi, serta dipergunakan untuk memecahkan problematika tersebut.

Berdasarkan tema diatas, maka terdapat beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan terkait penelitian sejenis yaitu sebagai berikut:

1. Skripsi dari Ronal Syahri yang melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Massa Dalam Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun Akademik 2008/2009.” Hasil temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan penerimaan calon mahasiswa baru UIN Syarif Hidayatullah Jakarta melaksanakan promosi dengan menggunakan media massa cetak dan media elektronik. Adapun media cetak yang digunakan lebih dominan hanya memanfaatkan brosur maupun spanduk, sedangkan media elektronik hanya memanfaatkan internet saja. Perbedaan penelitian yang dilakukan Ronal Syahri lebih terfokus pada pemanfaatan media massa sedangkan pada penelitian ini lebih terfokus pada implementasi media publikasi dalam melakukan promosi bagi penerimaan siswa baru baik dari kendala maupun solusinya, lokasi penelitian yang berbeda dan subjek penelitiannya. Adapun kesamaan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya, dan menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.
2. Skripsi Dewi Wulandari yang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Anggota Koperasi BMT Al-Hasanah Mandiri Sejahtera Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur.” Hasil temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa media promosi yang digunakan BMT Al-Hasanah Mandiri Sejahtera berupa brosur tidak mempunyai pengaruh terhadap minat anggota koperasinya sebab

menurunnya kepercayaan anggota koperasi terhadap koperasi tersebut. Selain itu juga, disebabkan banyaknya kompetisi dengan koperasi lainnya, berkurangnya semangat dalam marketing, brosur yang digunakan desainnya kurang menarik dan bahasanya sulit dipahami. Perbedaan penelitian Dewi Wulandari dengan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian yang berbeda dan objek penelitiannya. Adapun persamaannya penelitian ini terletak pada subjeknya mengenai media promosi, serta menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

3. Tesis Susana Aliyannata yang melakukan penelitian dengan judul “Manajemen Strategi Humas Dalam Promosi Penerimaan Siswa Baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 Simo Tahun Pelajaran 2015/2016.” Hasil temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen humas dalam melaksanakan kegiatan penerimaan siswa baru di MTs Negeri 2 Simo dilaksanakan melalui program kegiatan langsung dan kegiatan tidak langsung. Adapun kegiatan langsung dilakukan dengan memanfaatkan media cetak seperti spanduk, brosur serta baliho. Sedangkan kegiatan tidak langsung dilakukan dengan melaksanakan sosialisasi secara langsung baik dengan memanfaatkan bantuan media promosi ataupun tidak menggunakan bantuan media promosi, serta kegiatan evaluasi dilakukan setelah menyelesaikan program penerimaan siswa baru yang dilakukan oleh penanggung jawab kepada panitia. Perbedaan penelitian yang dilakukan Susana Aliyannata lebih terfokus pada manajemen strategi dalam melaksanakan promosi sedangkan pada penelitian ini terfokus pada implementasi media publikasi serta lokasi penelitian yang berbeda.

Adapun persamaannya menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan objek penelitiannya.

Dari ketiga penelitian di atas penulis dapat memberikan kesimpulan bahwa media publikasi memiliki peran penting dalam mempromosikan penerimaan siswa untuk menarik calon siswa baru dengan mengimplementasikan berbagai jenis media publikasi. Jadi penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan judul “Implementasi Media Publikasi Dalam Promosi Penerimaan Siswa Baru di MAN 1 Pamekasan” belum pernah dilakukan. Namun terdapat persamaan dalam pendekatan penelitian, yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dan yang menjadi perbedaannya, yaitu lokasi penelitiannya. Peneliti mengambil lokasi penelitian di MAN 1 Pamekasan.