

BAB IV

PAPARAN DATA, DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data dan Temuan Penelitian

Paparan data merupakan uraian data yang diperoleh oleh peneliti di lapangan. Data yang diperoleh merupakan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berhubungan dengan paparan teori pada bab sebelumnya. Berikut akan dipaparkan data yang diperoleh dari lapangan dengan judul Peran Humas Dalam Marketing Mix Sebagai Pemasaran Jasa Pendidikan.

Berikut adalah paparan data tentang gambaran umum madrasah yang menjelaskan tentang profil madrasah, lokasi madrasah, sejarah berdirinya madrasah, visi, misi, tujuan, data pendidik dan tenaga kependidikan, data peserta didik, data sarana dan prasarana, serta struktur organisasi.

1. Profil MAN 1 Sampang

a. Data Umum MAN 1 Sampang

Nama Madrasah : Madrasah Aliyah Negeri 1 Sampang

Akreditasi : Akreditasi A

Alamat : Jln. Jaksa Agung Suprpto 88

Kode pose : 69213

Nomer Telepon : 0323321513

Nomer Faks : -

Email : man_sampang80@yahoo.com

Jenjang : SMA

Status : Negeri

Situs : -

Lintang : -7.2153500113
Bujur : 113.2662638671875
Ketinggian :
Waktu Belajar : Sekolah Pagi
Kota : Kab. Sampang
Provinsi : Jawa Timur
Kecamatan : Sampang
Kelurahan : Gunung Sekar
Kurikulum yg dipakai : Kurikulum 13
Tahun Berdiri : 1978

b. Visi dan Misi Sekolah

1) Visi

Berakhlaqul Karimah dan Unggul Dalam Berprestasi

2) Misi

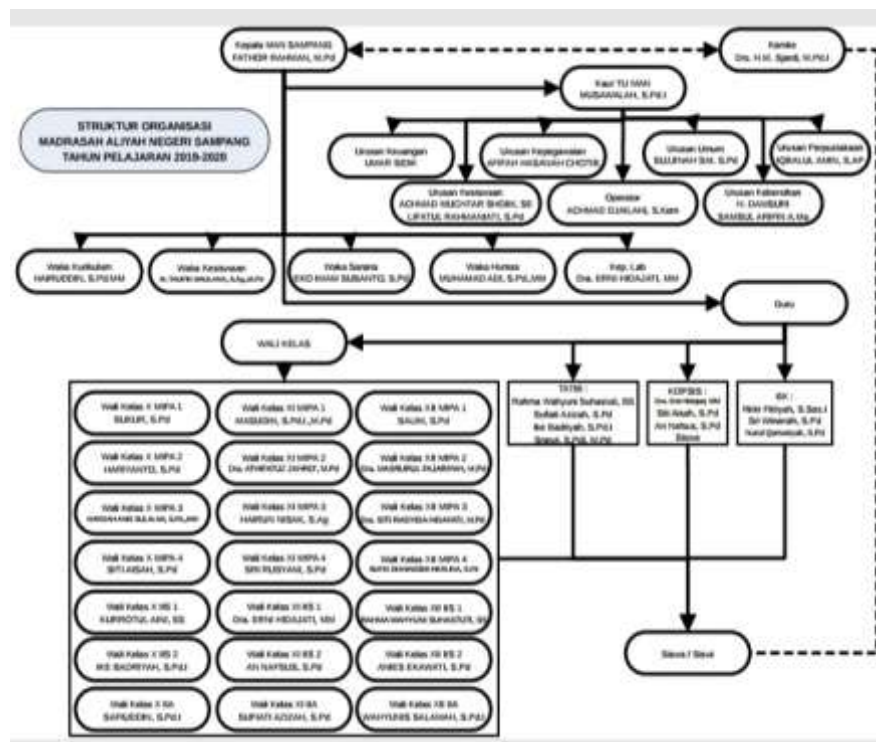
Meningkatkan mutu pendidikan yang berkualitas dengan keseimbangan imtaq dan iptek, Meningkatkan budaya islami dan kedisiplinan yang tinggi, Membangun karakter peserta didik berperilaku hidup bersih dan sehat di lingkungan madrasah, rumah dan masyarakat, Membudayakan peserta didik untuk selalu menciptakan lingkungan madrasah yang sehat, bersih, indah, rapi, rindang, sejuk dan nyaman dalam bingkai akhlakul karimah, Meningkatkan kegiatan intrakurikuler dan ekstrakurikuler yang menitik beratkan pada pendidikan berkarakter, Melaksanakan dan mengikuti kegiatan kompetisi akademis dan non akademis

c. Motto Sekolah

MANSA RELIGIUS (Ramah, Edukatif, Luwes, Intelek, Gigih, Indah, Ulet, Santun)

d. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan sesuatu susunan tiap bagian posisi di dalam organisasi untuk melaksanakan kegiatan sehingga mencapai tujuan yang di harapkan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisah kegiatan tugas yang dilaksanakan antara anggota satu dengan yang lainnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, agar rekan kerja dapat bekerja pada tugas dan tanggung jawabnya maka perlu disusun struktur organisasi. Adapun struktur organisasi di Madrasah Aliyah Negeri 1 Sampang sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

e. Kondisi Objek Madrasah

1) Tanah

- a) Luas : 18.762 m²
- b) Sertifikat: Hak Pakai
- c) No. Sertifikat : B.1923906
- d) Pemilik : Pemerintah Republik Indonesia Cq.
Kementerian Agama Republik Indonesia
- e) Latitude : -7.191262
- f) Longitude : +113.253226
- g) Sumber Listrik : PLN
- h) Daya : > 5000 – 15.000 watt
- i) Sumber Air : PDAM
- j) Foto :



Gambar 4.2 Tanah MAN 1 Sampang

2) *Data Gedung / Ruangan*

Tabel 4.1 Data gedung dan ruang

| No | Nama Ruangan | Jumlah |
|----|--------------|--------|
| 1 | Ruang Kelas | 21 |

| | | |
|---------------------------------|--------------------------------|---|
| 2 | Ruang Kepsek | 1 |
| 3 | Ruang Guru | 1 |
| 4 | Ruang Tata Usaha | 1 |
| LTCH TY'HY;HY;YT;YUJL; 5, | Kamar Mandi Guru/Pegawai | 2 |
| 6, / , | Kamar Mandi Siswa | 2 |
| 7,,/M | Ruang Laboratorium Bahasa | 1 |
| 8 | Ruang Laboratorium Biologi | 1 |
| 9 | Ruang Laboratorium Fisika | 1 |
| 10 | Ruang Laboratorium Kimia | 1 |
| 11 | Ruang Laboratorium Komputer | 1 |
| 12 | Ruang Perpustakaan | 1 |
| 13 | Ruang Drumband | 1 |
| 14 | Ruang Kesenian | 1 |
| 15 | Ruang Paduan Suara | 1 |
| 16 | Ruang Multimedia | 1 |
| 17 | Ruang Bimbingan | 1 |

| | | |
|----|-------------------|---|
| | Konseling | |
| 18 | Ruang Tata Tertib | 1 |
| 19 | Ruang UKS | 1 |
| 20 | Ruang Sarpras | 1 |
| 21 | Ruang Kopsis | 1 |
| 22 | Gudang | 2 |
| 23 | Ruang Waker | 1 |
| 24 | Tempat Ibadah | 1 |
| 25 | Ruang Aula | 1 |
| 26 | Pos Jaga | 2 |

3) Fasilitas

Tabel 4.2 Data fasilitas

- | | | |
|-----------------------|------------------------------|--------------------|
| a) Komputer | k) Peralatan Biologi | u) Peralatan |
| b) Printer | l) Peralatan Fisika | Pramuka |
| c) Akses Internet | m) Peralatan Kimia | v) Dan lain – lain |
| d) Proyektor | n) Peralatan Bahasa | |
| e) Sound System | o) Peralatan Olahraga | |
| f) Lapangan Futsal | p) Peralatan UKS / PMR | |
| g) Lapangan | q) Peralatan Paduan Suara | |

- Volli
- h) Lapangan Basket
- i) Peralatan Band
- j) Peralatan Drumband
- r) Buku Perpustakaan
- s) Peralatan Qosidah
- t) CCTV

4) *Data Siswa tahun 2019-2020*

Tabel 4.3 Data siswa tahun pelajaran 2019-2020

| Nama Kelas | Tingkat | | | | | | Jumlah | | Total |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| | I | | II | | III | | L | P | L + P |
| | L | P | L | P | L | P | | | |
| MIPA 1 | 8 | 13 | 7 | 15 | 8 | 17 | 23 | 45 | 68 |
| MIPA 2 | 6 | 12 | 8 | 14 | 5 | 17 | 19 | 43 | 62 |
| MIPA 3 | 9 | 11 | 6 | 13 | 7 | 14 | 22 | 38 | 60 |
| MIPA 4 | 7 | 12 | 9 | 14 | 5 | 16 | 21 | 42 | 63 |
| IIS 1 | 9 | 5 | 10 | 8 | 22 | 0 | 41 | 13 | 54 |
| IIS 2 | 12 | 4 | 11 | 9 | 9 | 9 | 32 | 22 | 54 |
| IIA | 8 | 10 | 7 | 12 | 6 | 6 | 21 | 28 | 49 |
| Jumlah | 59 | 67 | 58 | 85 | 62 | 79 | 179 | 231 | 410 |

5) *Data Siswa 3 tahun terakhir*

Tabel 4.4 Data siswa tahun 3 tahun terakhir

| Tahun Pelajaran | Tingkat | | | Jumlah |
|--------------------|---------|-----|-----|------------|
| | I | II | III | |
| 2018-2019 | 150 | 142 | 163 | 455 |
| 2017-2018 | 148 | 164 | 184 | 496 |
| 2016-2017 | 167 | 184 | 157 | 508 |

f. Unit kegiatan siswa

Tabel 4.5 kegiatan siswa

| | |
|----|---------------------------|
| 1 | Pramuka |
| 2 | Group band |
| 3 | Palang merah remaja (PMR) |
| 4 | Kosidah |
| 5 | Karya ilmiah ramaja (KIR) |
| 6 | Keagamaan |
| 7 | Teater |
| 8 | Albanjari |
| 9 | Marchin band |
| 10 | Futsal |
| 11 | Basket ball |
| 12 | Paduan suara |
| 14 | Volley ball |

| | |
|----|--------------|
| 15 | Pencak silat |
| 16 | Taekwondo |
| 17 | Robotika |
| 18 | Daul dugdug |

2. Peran Humas Dalam Marketing Mix Sebagai Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Sampang

MAN 1 Sampang merupakan sekolah madrasah yang berada ditengah-tengah kota Sampang dan MAN 1 Sampang sekolah yang notabeneinya berbasis keagamaan yang berusaha untuk mendepankan dan menanamkan nilai-nilai akhlaqul karimah dan unggul dalam berprestasi. Untuk memperkenalkan itu semua, MAN 1 Sampang membutuhkan peran humas dalam menghubungkan lembaga dengan masyarakat. dengan adanya komunikasi ini dapat menciptakan kepercayaan masyarakat melalui komunikasi yang baik dan berbagai program-program yang sudah dibuat oleh lembaga. Dalam hubungan dengan marketing jasa pendidikan, keterlibatan humas juga berpengaruh besar dalam membentuk jaringan pelanggan dari jasa pendidikan.

Meninjau dari strategi marketing yang diadopsi dalam dunia pendidikan. Maka humas harus pandai dalam membuat strategi yang bagus berkaitan dengan marketing lembaga pendidikan. Langkah awal dalam marketing jasa pendidikan yang harus dilakukan oleh humas yaitu menentukan sasaran. Disini humas dalam menentukan lembaga-lembaga yang menjadi sasaran lembaga pendidikan, yaitu melakukan analisis

pasar yang menjadi pertimbangan. MTs yang sederajat yang akan jadi sasaran oleh lembaga. Sasaran pasar MAN 1 Sampang bukan hanya lembaga yang berlabel islam saja (MTs) tetapi sekolah yang bukan berlabel islam juga jadi sasaran (SMP). Selain itu humas MAN 1 Sampang juga mempertimbangkan segmen yang rasional. Dalam segmen rasional ini humas MAN 1 Sampang mempertimbangkan lembaga-lembaga yang memiliki kepercayaan dan respon positif dalam marketingkan lembaga, dan dilihat juga banyaknya lulusan lembaga tersebut di MAN 1 Sampang.

Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Muhammad Adi selaku wakil kepala sekolah bagian humas:

“Iya, kami untuk pemetaan sasaran kesemua lembaga pendidikan baik MTs maupun SMP. Siswa yang berminat masuk kesini bukan hanya lulusan MTs saja melainkan dari SMP juga ada. Selain itu, sasaran kami juga melihat banyaknya peminat berasal dari mana, maka lembaga tersebut akan masuk dalam sasaran kami”¹

Di tambahkan jugak oleh bapak musawwir selaku anggota panitia PPDB sekaligus guru bahas indonesia yang mengatakan:

”Sasaran kami ya seluruh sekolah SMP dan MTs disekabupaten Sampang. Yang utamanya SMP dan MTs yang sudah membangun komunikasi yang harmonis dengan MAN 1 Sampang dan juga banyaknya luluasan dari sini”²

¹ Muhammad Adi, waka humas MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (1 juli 2020)

² Musawwir, Panitia PPDB MAN 1 Sampang, wawancara Langsung, (14 juli 2020)

Informasi tersebut juga ditegaskan oleh bapak oleh Fathor Rohman, M.Pd sebagai kepala sekolah MAN 1 Sampang sebagai berikut:

“Sebelum melakukan marketing memang humas disini melakukan pemetaan sasaran. Pemetaan disini meliputi lembaga pendidikan yang memiliki komunikasi yang baik dan juga alumninya banyak mau disini”³

Jadi menurut penjelasan bapak Fathor Rohman bahwasanya peran humas di MAN 1 Sampang yaitu menentukan sasaran dalam marketing lembaga pendidikan, sehingga mempermudah dalam marketing lembaga pendidikan.

Jadi peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan yaitu menentukan sasaran jasa pendidikannya. Apabila sekolah SMP dan MTs memiliki komunikasi yang baik dan banyak alumni dari MAN 1 Sampang maka akan dijadikan sasaran utama dalam marketing jasa pendidikan.

Untuk menguatkan informasi tersebut, peneliti juga melakukan studi dokumentasi terkait dengan data persebaran asal siswa baru MAN 1 Sampang dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6 Data Asal Usul Siswa Baru

| NO. TES | NAMA SISWA | P/L | ASAL SEKOLAH |
|---------|---------------------------|-----|---------------------------------------|
| 002 | KHAIRUS SYAKINAH | P | SMPN 1 TORJUN |
| 024 | MUWAHIDAH | P | SMPN 1 TORJUN |
| 026 | FAIZ AL BHAQI | L | SMPN 2 TORJUN |
| 059 | NASWA ANNYCE NURHALIZA | P | SMP NURUL JADID PAITON PROBOLINGGO |
| 057 | ALTOFIYA | P | MTSN 1 SAMPANG |

³ Fathor Rohman, kepala sekolah MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (31 Agustus 2020)

| | | | |
|-----|--------------------------|---|----------------------------------|
| 062 | AFIF MAKI | L | SMPN 2 SAMPANG |
| 072 | NURUL HAYATI | P | SMPN 2 TORJUN |
| 075 | NAILATUS SARIFAH | P | MTs. ROFIUD DARAJAT |
| 083 | NUR FAISATUL LAILI | P | MTSN 1 SAMPANG |
| 109 | DEAN NOVA AZ ZAHRA | P | MTs. AS-SYAAHIDIEN |
| 112 | AKMAL MUSLIM ARRAIHAN | L | SMPN 1 SAMPANG |
| 004 | SOFI SAFITRI | P | MTs. DARUT TAUHID |
| 008 | NABHAN NADIM | L | SMPN 6 SAMPANG |
| 070 | QURROTUL UYUN | P | MTSN SAMPANG |
| 100 | VIVIN SAFITRI | P | SMPN 1 JRENGIK |
| 101 | HALIMATUS SOFIANA | P | SMP BAHRUL ULUM |
| 103 | FATIN FADILAWATI | P | SMP ATTAROQI TSANI SAMPANG |

Sumber Dokumentasi Emis MAN 1 Sampang.

Di tambahkan juga pengamatan di lapangan oleh peneliti yaitu:

“Pertimbangan MAN 1 Sampang yaitu mempertimbangan dalam memiliki hubungan yang harmonis dan memiliki banyak alumni MAN itu sendiri. Dalam menjangkau sasaran di Kabupaten Sampang, maka humas MAN 1 Sampang bekerjasama dengan elemen-elemen madrasah, khususnya dengan waka kesiswaan. Selain itu humas juga bekerja sama dengan para guru, TU, siswa dan alumni MAN 1 Sampang. Tempat tinggal para siswa, guru, dan alumni juga merupakan sasaran pemasaran.”⁴

Adapun strategi humas dalam marketingkan lembaga MAN 1 Sampang untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan menarik minat masyarakat terhadap sekolah MAN 1 Sampang. Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Muhammad Adi selaku wakil kepala sekolah bagian humas MAN 1 Sampang. Beliau mengatakan bahwasanya:

”Ya disini humas bekerja sama dengan panitia PPDB itu menjelang ahir tahun, kami juga membuat brosur dan mengadakan sosialisasi kesekolah-sekolah SMP dan MTs sekabupaten Sampang. Panitia itu mengadakan sosialisasi pogram-program yang ada di MAN. Disini juga ada IKAMANSA (ikatan alumni MAN Sampang) disini jugak ikut digerakkan untuk memasarkan Man Sampang dan

⁴ Observasi langsung

yang kedua mengundang atau mendekati tokoh masyarakat yang intinya itu memasarkan MAN Sampang disini”⁵

Hal tersebut juga diungkapkan juga oleh bapak M. Taufik Maulana sebagai waka kesiswaan, bekeanan dengan peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan sebagai berikut:

“Peran humas dalam marketing disini ya membuat brosur lalu disebarakan kesekolah-sekolah MTS ataupun diSMP dan juga disebarakan media sosial dan jugak mengadakan sosialisasi kesekolah-sekolah baik keSMP dan MTs”⁶

Ditambahkannya juga oleh bapak musauwwir sebagai anggota PPDB sekaligus guru bahasa indonesia sebagai berikut :

”Ya. Jadi dalam hal ini humas bagian ini yang berkaitan dengan marketing dalam hal ini. Menyampaikan segala sesuatu yang berkaitan dengan hal-hal yang ada di MAN 1 Samapang terutama program-prongram yang ada. Cara kami untuk menyampaikannya yaitu bersosialisasi kesekolah SMP dan MTS yang ada di Kabupaten Samapang tentunya itu bermanfaat bagi bayak orang terutama bagi calon-calon siswa”⁷

Dari hasil wawancara diatas mendapatkan strategi pemasaran yang digunakan atau dilakukan pihak sekolah Madrasah Aliyah Negeri 1 Sampang yaitu marketing promosi sosialisasi, membuat program , dan even-even yang terahir pendekatan ketokoh masyarakatan.

Di tambah oleh bapak Fathor selaku kepala sekolah yang mengatakan:

“Strategi marketing humas disini dek, yang pertama memanfaatkan tehnologi. Dimana humas disini merangkum aktivitas dan program-program yang ada di MAN lalu di beritakan melalui media sosial. Setrategi yang kedua disini kami selalu membenah program-

⁵ Muhammad Adi, waka humas MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (1 juli 2020)

⁶ Fathor Rohman, kepala sekolah MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (31 Agustus 2020)

⁷ Musawwir, Panitia PPDB MAN 1 Sampang, wawancara Langsung, (14 juli 2020)

program yang ada untuk menarik minat masyarakat. iya kami disini membuat program tahfidz, aksima, aksioma dan vokasi MAN 1 Sampang. Untuk startegi program avokasi disini dek ada tiga macam dek. Yang pertama itu vokasi kendaraann ringan, yang kedu tata kecantikan dan yang ketiga itu tata buasana. Strategi yang ketiga kami disini bersosialisasi kesekolah-sekolah MTs dan SMP yang berada dikota Sampang”⁸

Jadi strategi humas dalam marketing jasa pendidikan, humas memanfaatkan tehnologi (sosial media). Lalu ketika ada even seperti aksima, aksioma, dan vokasi humas merangkum segala aktivitas sekolah lalu diberitakan kesosial media. Selain kewajiban humas dalam marketing jasa pendidikan humas juga sebagai alat penyampai informasi terhadap secara langsung maupun tidak langsung (melalui sosial media). Melalui pemberitaan di sosial media sangat memberikan manfaat bagi masyarakat, calon siswa baru terutamanya bagi sekolah MAN itu sendiri dalam marketing jasa pendidikannya. Hal tersebut diperkuat dengan dokumen distribusi brosur PPDB MAN 1 Sampang.

Hal ini dibuktikan dari beberapa hasil dari pengamatan dilapangan, dari hasil pengamatan yang peneliti lakukan saat melakukan penelitian sebagai berikut:

“Berdasarkan hasil dari pengamatan di lapangan, peneliti tiba di lokasi pada jam 06.46. ketika memasuki pintu gerbang peneliti melihat sepondong yang terpampang diatas gerbang dan disamping gerbang MAN 1 Sampang yang mempromosikan PPDB MAN 1 Sampang”⁹

Data hasil pengamatan tersebut dikuatkan hasil dokumentasi peran humas dalam strategi marketing mix sebagai pemasaran jasa

⁸ Fathor Rohman, kepala sekolah MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (31 Agustus 2020)

⁹ Observasi langsung (16 juli 2020)

pendidikan di MAN 1 Sampang seperti dalam gambar 4.3 sebagai berikut:



Gambar 4.3 dokumentasi sepanduk PPDB
MAN 1 Sampang

Dapat disimpulkan bahwa dari hasil observasi yang dilakukan di MAN 1 Sampang terdapat spanduk yang terpampang di pintu gerbang sekolah untuk memberikan pemasaran jasa dari PPDB sesuai dengan dokumentasi yang telah dibuktikan diatas.

Selanjutnya, dibuktikan dengan hasil pengamatan di lapangan yang peneliti terlihat bahwa:

“Perkiraan jam 07.30 peneliti tiba di sekolah MAN 1 Sampang. Terlihat bahwa ada spanduk promosi PPDB MAN 1 Sampang yang terpampang pada atas gerbang. Adanya spanduk itu menunjukkan bahwasanya sekolah MAN 1 Sampang sedang marketingkan jasa pendidikannya dengan menggunakan spanduk”¹⁰

Data hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti yang menelusuri media sosial humas dikuatkan hasil dokumentasi dalam pelaksanaan pemasaran jasa humas yang memanfaatkan teknologi (media masa) di MAN 1 Sampang seperti dalam gambar berikut:

¹⁰ Observasi langsung (16 juli 2020)



Gambar 4.4 promosi PPDM MAN 1 Sampang

Selanjutnya juga dalam pengamatan peneliti mengenai media sosial mengenai pemasaran jasa pendidikan MAN 1 Sampang sebagai berikut :

“Humas MAN 1 Sampang dalam pemasaran jasa pendidikan terlihat jelas memanfaatkan brosur dan sepanduk. Selain memanfaatkan spanduk Humas MAN 1 Sampang juga memanfaatkan teknologi (media sosial) dalam memasarkan jasa pendidikannya. Di akun media sosial MAN. Sampang terlihat promosi tentang PPDB MAN 1 Sampang. Dengan menggunakan media sosial maka bisa diakses secara bebas dan dimanapun berada. Dengan demikian maka, pemasaran jasa pendidikan humas MAN 1 Sampang akan menjangkau daerah kabupaten Sampang dan daerah lainya”¹¹

Ditambahkan juga pengamatan peneliti dalam strategi humas terkait dalam pemasaran jasa pendidikan yang juga menggunakan sosialisasi ke SMP dan MTs sekabupaten Sampang seperti gambar berikut:

¹¹ Observasi langsung (16 juli 2020)



Gambar 4.5 Surat Izin PPDB MAN 1 Sampang

Di tambahkan juga pengamatan di lapangan oleh peneliti

yaitu:

”Selain menggunakan strategi brosur dan sepanduk dalam pemasaran jasa pendidikanya humas juga menggunakan strategi sosialisasi yang terlihat adanya surat penghantar sosialisasi keSMP dan MTs ”¹²



Gambar 4.6 Dokumentasi Sosialisasi Penerimaan Siswa Baru Di Mts N 1 Sampang

Dihari yang lain, hasil pengamatan yang dilakukan di lapangan oleh peneliti yaitu:

“Pada saat itu ada sosialisasi tentang PPDB MAN 1 Sampang.

Terlihat panitia PPDB berusaha membuat komunikasi yang

¹² Observasi langsung (20 juli 2020)

harmoni dengan siswa dan serta menjelaskan program dan even-even yang ada di MAN 1 Sampang.”¹³

Sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa dalam pemasaran jasa yang di lakukan MAN 1 Sampang dapat menggunakan beberapa metode seperti pemasangan spanduk secara langsung di area sekolah, memberikan pemasaran jasa melalui online, maupun pemasaran jasa secara langsung atau sosialisasi dan penyebaran brosur.

Adapun strategi marketing pemasaran jasa pendidikan. Di MAN 1 Sampang selalu dimudifikasi tahun-ketahunya, baik dari strategi marketinya dan program-program yang ada didalam MAN 1 Sampang. Perubahan itu untuk menarik minat msyarakat terhadap sekolah MAN 1 Sampang. Sebagaimana yang disampaikan oleh wakil kepala bagian humas sekolah yaitu:

”Iya kami selalu memudifikasi. Kadang melalui brosur-brosur, sependung kegiatan- kegiatan yang diikuti atau melalui even-even yang ada di Madrasah Man 1 samampang dari taun ketahun selalu dimudifikasi dan bahkan diperbaiki salah satu even untuk marketingkan MAN 1 Sampang yaitu AKSIMA (aksi kreasi mandrasah 1 sampang) disini siswa MAN 1 Sampang harus menampilkan kreasinya baik dari bidang akademik maupun non akademik untuk menarik minat masyarakat. terkadang kami memperbaiki dengan cara turjun langsung ke lembaga-lembaga yang ada misalkan kita memaparkan program-program unggulan yang ada madrasa MAN 1 Sampang kesekolah sekolah seperti SMP, MTs dilingkungan kab. Sampang”¹⁴

Jadi, strategi marketing jasa pendidikan selalu di mudifikasi dari tahun-ketahunya untuk menarik minat masyarakat. Dari marketing jasa pendidikan melalui brosur. Man Sampang juga memudifikasi marketing jasa pendidikannya dengan program-program dan even-even

¹³ Observasi langsung (23 juli 2020)

¹⁴ Muhammad Adi, waka humas MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (1 juli 2020)

tahunan yang salah satunya yaitu AKSIMA (aksi kreasi Madrasah) Aksioma (aksi kreasi olahraga madrasah) dan vokasi . Dengan adanya even AKSIMA, AKSIOMA, dan VOKASI disini siswa MAN Sampang menampilkan aksi kreasinya baik dibidang akademik dan non akademik seperti seni tari dan olahraga, tatabusana dan lain lain. Dengan adanya even AKSIMA, AKSIOMA, dan VOKASI disini maka menarik minat masyarakat terhadap sekolah sekolah MAN 1 Sampang.

Selaras dengan yang disampaikan oleh bapak Fathor Rohman, M.Pd kepala sekolah MAN 1 Sampang yang mengatakan:

“Iya strategi kami dalam marketing selalu dimodifikasi untuk menarik minat masyarakat. ya dari cara promosinya dan program-program yang ada di MAN. Di MAN disini ada even AKSIMA. AKSIMA disini menampilkan kreasi-kreasi siswa MAN Sampang ya ada yang menampilkan seni pencak silat, drama, daul dukduk dan lain-lain. Dan yang tidak kalah penting dek, strategi kami disini selalu memberikan fasilitas yang baik bagi siswa yang masuk disini tempat belajar yang nyaman. Misalnya ketika siswa jenuh belajar dikelas maka kami disini memberi tempat belajar diluar kelas dikanibu”¹⁵

Jadi marketing MAN 1 Sampang sudah terlaksana dengan baik melalui humas yang membentuk panitia PPDB setiap akhir tahun pelajaran dan sekaligus mengagendakan even-even rutin seperti *milad* madrasah yang dikemas seperti : AKSIMA, AKSIOMA, dan VOKASI Hal itu, untuk menarik minat masyarakat terhadap MAN 1 Sampang.

Data hasil yang diamati peneliti dikuatkan dengan hasil dokumentasi pada saat terlaksananya program-program MAN 1 Sampang. Sehingga terlaksananya program itu dijadikan tempat pemasaran jasa pendidikan:

¹⁵ Fathor Rohman, kepala sekolah MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (31 Agustus 2020)



Gambar 4.7 pembukaan aksima

Selanjutnya, dibuktikan dengan hasil pengamatan di lapangan yang peneliti lakukan terlihat bahwa:

“Disaat pembukaan aksima terlihat banyaknya siswa SMP dan MTs yang hadir dalam acara tersebut. Untuk diresmikan acara itu dibuka, terlihat ketua DEPAK memasangkan kalung kepada siswa MTS dan SMP”¹⁶

Ditambahkan juga pengamatan peneliti dalam strategi humas terkait program-program yang di jadikan dalam pemasaran jasa pendidikan Sampang seperti gambar berikut:



Gamabr 4.8 pembukaan aksima

Selanjutnya, dibuktikan dengan hasil pengamatan di lapangan yang peneliti lakukan terlihat bahwa:

¹⁶ Observasi langsung (27 juli 2020)

“Disaat selesainya pemasangan kalung bertanda even aksima resmi dibuka. Di saat itu terlihat siswa MAN 1 Sampang menampilkan musik tradisional yaitu daul duk-duk. Yang dihadiri oleh siswa SMP dan MTs”¹⁷

Dihari yang lainnya, pengamatan dilakukan peneliti di lapangan oleh peneliti yaitu:



Gambar 4.9 Pembukaan Even Expo Vokasi Man 1 Sampang

Selanjutnya, dibuktikan dengan hasil pengamatan di lapangan yang peneliti lakukan terlihat bahwa:

“Pada jam 07.30 MAN 1 Sampang membuka even expo dimana terlihat banyaknya siswa smp dan MTs yang hadir. Untuk resmin dibuka even vokasi, terlihat ketua depot melepaskan balon”¹⁸

Data hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dikuatkan hasil dokumentasi dalam pelaksanaan program-program MAN 1 Sampang sebagai pemasaran jasa pendidikan berupa Event Tata Busana seperti dalam gambar-gambar berikut :

¹⁷ Observasi langsung (27 juli 2020)

¹⁸ Observasi langsung (3 Agustus 2020)



Gambar 4.10 Even Vokasi Tata Busana

Selanjutnya, dibuktikan dengan hasil pengamatan di lapangan yang peneliti terlihat bahwa:

“Dieven tata busana terlihat antusiasnya siswa dalam membuat pakaian yang dibantu oleh guru-guru tatabusana”¹⁹

Di tambahkan juga berikut ini, data hasil pengamatan pelaksanaan program MAN 1 Sampang sebagai pemasaran jasa pendidikan berupa event vokasi tehnik kendaraan ringan yang dibuktikan dari hasil dokumentasi berikut :



Gambar 4.11 even vokasi tehnik kendaraan ringan

Selanjutnya, dibuktikan dengan hasil pengamatan di lapangan yang peneliti terlihat bahwa:

¹⁹ Observasi langsung (27 juli 2020)

”Di expo vokasi kendaraan ini terlihat siswa MAN 1 Sampang sedang memperbaiki sepeda motor yang dibantu oleh guru yang mendidiknya”²⁰

Dari data diatas dapat peneliti simpulkan bahwa dalam setrategi pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Sampang Selalu dimudifikasi. Mulai dari memanfaatkan brosur, sepanduk dan sosialisasi kesekolah SMP dan MTs. Akan tetapi humas MAN 1 Sampang juga memanfaatkan program dan even-even tahunan seperti aksima, dan expo vokasi. Disini humas terlihat mengambil vidio dan gambar dari acara even-even yang sedang terlaksana untuk diberitakan. Adanya even aksima, aksioma dan expo ini untuk dijadikan strategi pemasaran jasa pendidikan dan menonjolkan eksistensi sekolah, MAN 1 Sampang juga memberikan produk atau program yang berkaitan dengan *skill* yang dimiliki oleh siswa, sehingga dapat di baca oleh masyarakat secara menyeluruh dan juga untuk menarik minat masyarakat terhadap MAN 1 Sampang.

3. Faktor Pendukung Dari Peran Humas Dalam Marketing Mix Sebagai Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Sampang

Faktor pendukung dari peran humas dalam markrting mix sebagai pemasaran jasa pendidikan ada beberapa hal, seperti yang di sampaikan oleh bapak adi selaku waka humas MAN 1 Sasmpang:

”Faktor yang mendukung dalam marketing jas pendidikan tentunya dari program-program dan even-even yang kami sudah buat dek. Salah satunya program dan even-even menunjang pemasaran MAN disini dek aksioma (aksi kreasi olahraga madrasah), aksima (aksi kreasi madrasah), dan voxasi untuk program ini pihak sekolah mengundang kemenag, sekolah seperti

²⁰ Observasi langsung (27 juli 2020)

SMP dan MTs. adanya undang itu dek, mungkin nantinya menarik minat siswa terhadap sekolah MAN disini. Dan juga faktor pendukung kami dalam marketing jasa pendidikan dek yaitu tehnologi. Dalam tehnologi disini dek kami memberitakan program dan even apa saja yang sudah terlaksanakan oleh sekolah. Pemberitaan kami itu lewat media sosial seperti facebook, IG dan lain lain. Dan juga pendukung dari pemasaran jasa pendidikan kami yaitu alumni MAN 1 Sampang. Para alumni ini nantinya menjelaskan kemasyarakat tentang sekolah MAN 1 Sampang dan program-program yang ada di MAN 1 Sampang”²¹

Di sampaikan juga oleh Fathor Rohman,M.Pd selaku kepala sekolah MAN 1 Sampang yaitu:

“Faktor pendukung humas dalam marketingkan jasa pendidikan ya dari program dan even-even itu sendiri dek. Dari even itu siswa menampilkan bakat yang iya punya lalu pihak sekolah dan humas mengundang pihak depak dan masyarakat lalu humas memberitakan hal itu lewat sosial media”²²

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bawasa faktor pendukung dari peran humas dalam memasarkan jasa pendidikan di Man 1 Sampang yaitu: yang pertama dari program-program (prodak) yang ada dan. Kedua tehnologi (media sosial). Ketiga alumni MAN 1 Sampang.

Berdasarkan pengamatan dilapanagan yang dilakukan oleh peneliti terhadap dokumentasi terhadap faktor pendukung dari perogram-program yang dijadikan marketing jasa pendidikan yaitu:



²¹ Muhammad Adi, waka humas MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (1 juli 2020).

²² Fathor Rohman, kepala sekolah MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (31 Agustus 2020)

Gambar 4.12 even aksima siswa MAN 1 Sampang drama

Ditambahkan juga pengamatan peneliti terhadap pendukung program-program yang di jadikan pemasaran jasa pendidikan Sampang seperti gambar berikut:

“Dieven aksima terlihat siswa sedang menampilkan aksi drama untuk menghibur penonton. Yang dihadiri sekolah SMP dan MTs seKabupaten Sampang”²³

Ditambahkan juga oleh peneliti dokumentasi berkenaan dengan program yang dijadikan sarana pemasaran jasa pendidikan seperti dalam gambar berikut :



Gambar 4.13 vokasi tata kecantikan

Dilain hari peneliti mencoba menelusuri media sosial yang dijadikan pendukung dari pemasaran jasa pendidikan dari peran humas dalam mix marketing jasa pendidikan sebagai berikut:

²³ Observasi langsung (27 juli 2020)



Gambar 4.14 Marketing Jasa Pendidikan Melalui Even Vokasi

Ditambahkan oleh peneliti dalam pengamatan dalam pendukung dari program yang dijadikan sarana pemasaran jasa pendidikan dari peran humas dalam marketing mix sebagai sarana pemasaran jasa pendidikan:

“Peneliti menelusuri media sosial mengenai marketing jasa pendidikan di MAN 1 Sampang pada tanggal 7 September 2020. Peneliti dapat melihat informasi terkait dengan pendukung dari pemasaran jasa pendidikan MAN 1 Sampang dimana dalam gambar tersebut siswa MAN Sampang membuat pakaian”²⁴

Di tambahkan juga oleh peneliti mengenai pendukung teknologi (media sosial) dalam pemasaran jasa pendidikan mengenai peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan sebagai berikut:

“Peneliti menelusuri media sosial mengenai marketing jasa pendidikan di MAN 1 Sampang pada tanggal 7 september 2020. Peneliti dapat melihat informasi terkait PPDB MAN 1 Sampang dan program-program di MAN 1 Sampang”²⁵

²⁴ Observasi langsung (tanggal 7 september 2020).

²⁵ Observasi langsung (tanggal 7 september 2020).

Data hasil pengamatan tersebut dikuatkan dengan hasil dokumentasi berkenaan dengan PPDB MAN 1 Sampang seperti yang ada dalam gambar berikut:



Gambar 4.15 Promosi PPDB di Media Sosial

Jadi penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pendukung terhadap peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan yaitu adanya perodak (program) aksima, vokasi yang dijadikan pemasaran jasa pendidikan, kedua adanya teknologi yang dijadikan sarana pemasaran jasa pendidikan dengan pemberitaan (promosi).

4. Faktor Penghambat dan Solusi Dari Peran Humas Dalam Marketing Mix Sebagai Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Sampang

Faktor penghambat dari peran humas dalam markrting mix sebagai pemasaran jasa pendidikan ada beberapa hal, seperti yang di utarakan oleh bapak adi selaku waka humas MAN yaitu:

”Hambatan kami dalam marketing jasa pendidikan. Ya kadang akses jalan yang tidak mudah di tempuh oleh kita dan juga terbatasnya jaringan internet yang sering bermasalah sehingga informasi yang dikirim dari aliyah negeri 1 sampang daerah-daerah diwilayah kabupaten sampang agak terlambat penerimanya. Dan juga memang keterbatasan panitia PPDB sehingga penyampaian secara langsung itu kita tidak bisa dilakukan secara kontinyu setiap hari memang sampangnya sangat luas dan jaraknya sangat jauh terkadang jarak yang jauhpun terbatas informasi-informasi secara manual melalui edaran surat ataupun brosur yang kita sebar”²⁶

Selaras yang disampaikan oleh bapak kepala sekolah yaitu:

”Hambatan dalam marketing disini dek kurangnya tenaga dari panitia PPDB dek, sehingga dalam penyampaian informasi dari MAN disini terbatas dan terkadang akses jalanya yang ditempuh itu tidak bisa diakses dengan mobil”²⁷

Di tambahkan juga oleh bapak Musawwir anggota panitia PPDB

MAN 1 Sampang sebagai berikut:

“Ini jugak dek, yang jadi hambatan dalam marketing kami ya jaringan internet agak lambat sehingga untuk penyampaian dan penerimaan informasinya agak terlambat. Dan yang menjadi hambatan kami jugak dari tim marketing jasa pendidikannya minin dari anggota PPDB sehingga untuk penyampaian informasi secara langsung tentang PPDB di MAN tidak secara terus menerus diwilayah itu, apalagi wilayah sampang disini luas.”²⁸

Dari beberapa hambatan diatas tentu bukan menjadi penghalang terhadap peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Pamekasan. Wakil Kepala sekolah bagian humas harus mampu memiliki strategi-strategi yang jitu guna memberikan solusi terhadap hambatan yang menghadangnya.

²⁶ Muhammad Adi, waka humas MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (1 juli 2020)

²⁷ Fathur Rohman, kepala sekolah MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (31 Agustus 2020)

²⁸ Musawwir, Panitia PPDB MAN 1 Sampang, wawancara Langsung, (14 juli 2020)

Disinilah peran humas yang solutif dalam setiap strategi pemasaran jasa yang akan digunakannya. Perlunya ide dan inovasi-inovasi yang harus waka humas salurkan dalam mengatasi hal tersebut.

Menjawab hal itu, wawancara yang dilakukan waka humas sekolah menjawab:

“Cara mengatasi hambatan yang terjadi kami disini dek, yang pertama meminta bantuan terhadap alumni, untuk memberikan pemahman kemasyarakat terhadap sekolah MAN 1 Sampang terkait dengan PPDB MAN 1 Sampang serta program-program yang ada pada sekolah MAN 1 Sampang. Yang kedu mengenai loading akses internet yang lama pihak sekolah disini menambahkan jaringan waifi dek”²⁹

Wawancara selanjutnya bersama kepala sekolah yang mengatakan:

“Cara mengatasinya kami, kerjasama dengan IKAMANSA (ikatan alumni MAN 1 Sampang) para alumni disini memberikan pemahaman terkait penerimaan siswa baru dan program-program yang ada di sini.”³⁰

Disampaikan juga oleh panitia PPDB MAN 1 Sampang yaitu:

“Iya, cara mengatasinya kami disini kerja sama dengan para alumni untuk menjelaskan mengenai PPDB MAN 1 Sampang kepada masyarakat”³¹

Berdasarkan pengamatan di lapangan yang dilakukan oleh peneliti terhadap faktor solusi dari peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan yaitu:

²⁹ Muhammad Adi, waka humas MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (1 juli 2020).

³⁰ Fathor Rohman, kepala sekolah MAN 1 Sampang, wawancara langsung, (31 Agustus 2020)

³¹ Musawwir, Panitia PPDB MAN 1 Sampang, wawancara Langsung, (14 juli 2020)

“Terlihat panitia PPDB meminta bantuan terhadap para alumni dan menjelaskan program-program yang ada di MAN 1 Sampang terhadap alumni”

Data hasil pengamatan tersebut dikuatkan hasil dokumentasi berkenaan dalam faktor penghambat dan solusi dari peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan seperti dalam gambar berikut :



Gambar 4.16 panitia PPDB Dengan Alumni MAN 1 Sampang

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa adanya faktor penghambat terhadap peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan yaitu jalan yang diakses untuk sosialisasi PPDB MAN 1 Sampang sulit dijangkau, kedua akses internet yang loadingnya lama, dan ketiga minimnya anggota dari panitia PPDB MAN Sampang. Sedangkan faktor solusinya yaitu: bekerjasama sama dengan alumni dalam sosialisasi PPDB MAN 1 Sampang, menambahkan jaringan waifi di MAN 1 Sampang.

5. Temuan Penelitian.

a. Peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Sampang

Temuan peneliti berdasarkan paparan data di atas dari fokus utama, yaitu bagaimana peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Sampang yaitu: 1) mengidentifikasi pasar 2) menentukan sasaran pemasaran yaitu humas menentukan target sasaran yang dijadikan sasaran dari pemasaran jasa pendidikan sekolah MAN 1 Sampang. Dalam menentukan target utama humas MAN 1 Sampang harus memiliki banyaknya alumni dari MAN 1 Sampang dan juga memiliki hubungan yang harmonis dengan sekolah MAN 1 Sampang 3) membuat program-program dan even-even tahunan seperti aksima, aksioma dan vokasi. Dengan adanya strategi ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat terhadap sekolah MAN 1 Sampang 4) membuat strategi marketing jasa pendidikan. Salah satu strategi humas dalam memasarkan jasa pendidikannya yaitu dengan meletakkan sepanduk didepan pintu gerbang sekolah MAN 1 Sampang dan serta membuat brosur PPDB lalu disebarluaskan kesekolah-sekolah seKabupaten Sampang dari MTs maupun SMP dan juga humas MAN 1 Sampang menyebarkan brosur PPDB dimedia sosial baik facebook dan IG. Selain membuat strategi pemasaran melalui brosur, humas juga membuat strategi sosialisasi PPDB kesekolah SMP dan MTs sekabupaten Sampang.

- b. Faktor pendukung dari Peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Sampang

Berdasarkan paparan data diatas dari fokus kedua, yaitu faktor pendukung dari peran humas dalam marketing max sebagai pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Sampang, peneliti menghasilkan temuan penelitian sebagai berikut:

Temuan yang ditemukan oleh peneliti terhadap faktor pendukung dari peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Sampang yaitu: 1) adanya program dan even-even tahunan yang dijadikan sarana pemasaran jasa pendidikan. Program dan even-even yang dijadikan sarana pemasaran humas yaitu even aksima, aksioma dan vokasi dari even tersebut siswa MAN 1 Sampang akan menampilkan aksi kreasi dan bakatnya dari bidang akademik ataupun non akademik. Dari beberapa penampilan aksi kreasinya akan menarik minat masyarakat terhadap sekolah MAN 1 Sampang 2) membuat penawaran yang berbeda dengan sekolah lain. dalam hal ini humas MAN 1 Sampang dalam membuat penawaran yang berbeda dengan sekolah yang yaitu membuat progam-program atau even seperti aksiam, aksioma dan vokasi. 3) dan juga menjadi pendukung dari pemasaran jasa pendidikan yaitu teknologi (media sosial). Dengan adanya media sosial ini humas MAN 1 Sampang dapat memberitakan program-program dan even-even yang sudah terlaksana. Sehingga dengan adanya media sosial ini humas mengambil gambar atau vidio melalui

program-program yang sudah terlaksana di MAN 1 Sampang untuk diberitakan. Dengan adanya pemberitaan kemedial sosial akan menarik minat masyarakat terhadap sekolah MAN 1 Sampang

- c. Faktor penghambat dan solusi dari Peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Sampang

Sedangkan temuan peneliti dari fokus ketiga faktor penghambat dan solusi dari peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan Di MAN 1 Sampang yaitu:

- 1) Faktor penghambat

Temuan yang ditemukan oleh peneliti terhadap faktor penghambat dari peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan yaitu: terbatasnya panitia PPDB sehingga dalam penyampaian informasi secara langsung dipelosok desa tidak kontinyu, apalagi daerah sampang yang begitu luas. Kedua lemahnya jaringan internet dalam menyebar luas berita yang sudah dirangkum humas.

- 2) Faktor solusi

Temuan yang ditemukan oleh peneliti terhadap faktor solusi dari peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan yaitu: 1) bekerjasama sama dengan alumni dalam sosialisasi PPDB MAN 1 Sampang. Dengan adanya kerja sama antara panitia dan alumni MAN 1 Sampang akan menambah tenaga dalam sosialisasi PPDB di pelosok desa

sehingga informasi humas dalam PPDB akan kontinyu 2)
menambahkan jaringan waifi di MAN 1 Sampang

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disusun sebagaimana hasil temuan penelitian yang telah dilakukan peneliti.

1. Peran Humas Dalam Marketing Mix Sebagai Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Sampang

Sebagaimana pernyataan Eka Widiyata dan Ismiyati dalam jurnal yang berjudul *Peran Hubungan Masyarakat (HUMAS) Di Smk Palebon Semarang* yang mengatakan Hubungan masyarakat memiliki peran penting bagi lembaga pendidikan dalam menyampaikan informasi dan juga berperan penting dalam pemasaran jasa pendidikan, yaitu mengidentifikasi pasar menentukan sasaran pemasaran, serta membuat strategi pemasaran dari peluncuran prodak atau jasa baru yang diberikan.³² Dapat di simpulkan bahwa peran humas dalam lembaga pendidikan yaitu menyampaikan informasi sekolah terhadap kemasyarakat, selain itu humas juga berperan di dalam pemasaran jasa pendidikan seperti mengidentifikasi pasar, menentukan sasaran jasa pendidikan, membuat prodak (program sekolah), dan membuat strategi pemasaran jasa pendidikan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Sampang telah dimulai semenjak humas memasarkan jasa pendidikanya. Yang perosesnya dimulai sebelum pemasaran jasa

³² Eka Widiyati, Ismiyati. *Peran Hubungan Masyarakat (HUMAS) Di Smk Palebon Semarang*. Hlm. 394

pendidikan yaitu: mengidentifikasi pasar/menganalisa situasi yang ada, menentukan sasaran jasa pendidikan, membuat produk/program sekolah, membuat strategi pemasaran jasa pendidikan.

2. Faktor Pendukung Dari Peran Humas Dalam Marketing Mix Sebagai Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Sampang

Sebagaimana pernyataan Afidatul Khasanah di jurnal eL-tarbawi dengan judul pemasaran jasa pendidikan sebagai strategi peningkatan mutu di SD Alam Baturaden menyatakan bahwa dalam pemasaran jasa pendidikan harus memiliki strategi yang berbeda dengan sekolah lain, melakukan penawaran yang berbeda dari sekolah yang lain, Teknologi yaitu penyampaian informasi pemasaran jasa pendidikan secara terbuka untuk menarik minat masyarakat.³³ Oleh karena itu, untuk menarik minat masyarakat terhadap sekolah harus memenuhi tiga faktor pendukung pemasaran di atas yaitu: harus memiliki strategi yang berbeda dengan sekolah lain, melakukan penawaran yang berbeda dari sekolah yang lain, dan teknologi yaitu penyampaian informasi pemasaran jasa pendidikan secara terbuka untuk menarik minat masyarakat.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor pendukung dari peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Sampang sudah sesuai dengan teori yang ada di atas hal ini dibuktikan sebagai berikut : 1) untuk menarik minat masyarakat dengan membuat strategi pemasaran yang berbeda dengan sekolah lain seperti: even aksima (aksi

³³ Afidatul Khasanah. *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturaden*. Hlm.168

kreasi madrasah), aksioma (aksi kreasi olah raga madrasah) dan vokasi (vorom kareasi madrasah) dari even tersebut siswa MAN 1 Sampang akan menampilkan aksi kreasi dan bakatnya dari bidang akademik ataupun non akademik seperti: tahfiz, korik, futsal, pencak silat, tata busana, tata rias, tehnik kendaraan ringan dan lain-lain. Dari beberapa penampilan aksi kreasinya akan menarik minat masyarakat terhadap sekolah MAN 1 Sampang 2) membuat penawaran yang berbeda dengan sekolah lain. dalam hal ini humas MAN 1 Sampang dalam membuat penawaran yang berbeda dengan sekolah yang yaitu membuat progam-program atau even seperti aksima, aksioma dan vokasi. 3) menjadi pendukung dari pemasaran jasa pendidikan yaitu teknologi (media sosial). Dengan adanya media sosial ini humas MAN 1 Sampang dapat memberitakan program-program dan even-even yang sudah terlaksana. Sehingga dengan adanya media sosial ini humas mengambil gambar atau vidio melalui program-program yang sudah terlaksana di MAN 1 Sampang untuk diberitakan. Dengan adanya pemberitaan kedia sosial akan menarik minat masyarakat terhadap sekolah MAN 1 Sampang

3. Faktor Penghambat dan Pendukung Dari Peran Humas Dalam Marketing Mix Sebagai Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Sampang

Sedangkan mengenai faktor penghambat yang dialami sekolah dalam peran humas dalam marketing mix sebagai pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Sampang yaitu, 1) kurangnya anggota PPDB dalam penyampaian informasi secara langsung. Sehingga penyampaian

informasinya secara langsung tidak kontinyu. 2) Lemahnya jaringan internet sehingga penyampain informasi lambat. Sedangkan faktor solusinya yaitu: bekerjasama sama dengan alumni dalam sosialisasi PPDB MAN 1 Sampang, menambahkan jaringan waifi di MAN 1 Sampang.

