

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pesatnya perkembangan teknologi informasi di era globalisasi pengaruhnya tidak dapat dihindari dari dunia pendidikan. Pendidikan dituntut untuk selalu dan senantiasa menyesuaikan perkembangan teknologi khususnya dalam mempromosikan lembaga pendidikan melalui media informasi secara digital. Media informasi dapat diartikan sebagai suatu sarana atau alat dalam menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak.¹

Adanya perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara pandang manusia khususnya dalam berkomunikasi, memproduksi, dan mengkoordinasi. Teknologi informasi dapat dikatakan sebagai ilmu yang mengelola informasi agar informasi yang disampaikan dapat dicari dengan mudah dan benar. Penyampaian informasi yang digunakan lembaga pendidikan sebelumnya menggunakan alat-alat konvensional, yaitu dengan pemasangan iklan berupa banner, spanduk, papan pengumuman dan lainnya. Namun, seiring berkembangnya teknologi secara bertahap telah menurunkan penggunaan media cetak. Sebagaimana menurut Ginanjar Akbar dan Tri Irianto Tjendrowaseno bahwa, “penyebaran informasi dengan cara tersebut tentunya memiliki banyak kekurangan antara lain jangkauan penyebaran informasi kurang luas, terbatasnya muatan informasi dan

¹ Dedi Kusuma Habiebie, “Dwi Fungsi Media Massa”, *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 7, no. 2, Desember 2018, 79.

proses update informasi kurang menguntungkan baik dari segi waktu dan biaya”.² Sehingga dalam hal ini, lembaga pendidikan juga perlu mengimbanginya dengan penggunaan media sosial.

Dalam implementasi media informasi ini, diperlukannya suatu kreativitas dan inovatifitas yang harus dimiliki warga madrasah dalam menyajikan informasi dengan semenarik mungkin, agar masyarakat tidak mudah bosan pada informasi yang disajikan. Salah satu hal yang perlu madrasah perhatikan adalah penyajian informasinya kepada khalayak, artinya informasi yang mereka tampilkan dapat memberikan pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan program yang dimiliki madrasah, sehingga dapat menjawab berbagai kebutuhan masyarakat baik kebutuhan informasi siswa, guru, wali murid dan lainnya. Serta dapat memberikan kemudahan bagi khalayak dalam mengakses informasi kapan saja, dimana saja secara online, dan memberikan jangkuan lebih luas. Sebab, Penyajian informasi dituntut secara simpel, menarik, efektif dan efesien.

Saat ini, hampir semua bidang pekerjaan membutuhkan *smartphone* dan komputer. Hal tersebut sudah menjadi bagian dari kebutuhan khalayak yang tidak dapat dilepaskan dari genggamannya manusia dalam mengakses informasi melalui media sosial. Tidak hanya generasi muda saja, orang tua dan anak-anak pun juga tidak ketinggalan dalam penggunaannya. Sebagai penyedia informasi, lembaga pendidikan harus mampu memanfaatkan keberadaan *smartphone* dan komputer di kalangan khalayak, yaitu

²Ginanjar Akbar dan Tri Irianto Tjendrowaseno, “Website Profil Sekolah Sebagai Media Informasi Dan Promosi”, *Indonesian Journal on Networking and Security*, vol. 4, no. 1, Januari 2015, 34.

dengan menggunakan sosial media yang didukung oleh kekuatan internet dalam keberhasilan promosi. Untuk memperluas promosi, lembaga pendidikan perlu melakukan *digital branding* dalam menampilkan, memperkenalkan dan mempromosikan sebagai penyampaian informasi kepada masyarakat melalui media sosial, dan media informasi cetak.

Lembaga pendidikan masih membutuhkan sosialisasi dan interaksi melalui media informasi agar dapat lebih dikenal oleh khalayak dan dapat diterima masyarakat untuk mendapatkan aspirasi, simpati serta mengupayakan terjadinya kerja sama antara pihak sekolah dengan masyarakat. Sebab, sosialisasi dan interaksi tersebut bertujuan untuk menyukseskan program-program yang diadakan madrasah agar madrasah bisa tetap eksis.³

Lembaga pendidikan merupakan salah satu usaha non profit yang harus dikelola secara profesional. Maksud dari hal tersebut, yaitu lembaga pendidikan harus mengetahui berbagai harapan dan kebutuhan dari *stakeholder*. Seperti yang saat ini terjadi, banyak orang tua yang tertarik menyekolahkan anaknya ke lembaga pendidikan pesantren. Sebab, di lembaga pendidikan pesantren, tidak hanya mempelajari pelajaran formal saja, melainkan juga mempelajari pelajaran non formal melalui pesantren tersebut. Oleh karena itu, madrasah tidak hanya melakukan inovasi kurikulum lembaga pendidikan saja, namun juga harus mengikuti trend pendidikan yang saat ini banyak diminati masyarakat, seperti menambah

³Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akademi 2016), 119.

program unggulan dan keterampilan agar lembaga pendidikan memiliki ciri khas tersendiri.

Adanya kegiatan promosi, sangat berperan aktif dalam memublikasikan, mempengaruhi dan mengingatkan kembali suatu manfaat dari produk yang madrasah kelola agar masyarakat mengetahui tentang program-program tersebut, sehingga dapat menarik konsumen dan menambah keyakinan masyarakat akan informasi yang lembaga tawarkan. Kegiatan promosi merupakan salah satu alat yang tepat dalam memperkenalkan suatu produk (program-program) yang ada dimadrasah. Sebagaimana menurut Brigita dalam Ibad dan Susianti bahwa “dengan melalui promosi sekolah dapat memperlihatkan kualitas, kuantitas serta prestasi-prestasi apa saja yang telah diraih peserta didik agar sampai kepada masyarakat”.⁴ Sedangkan dalam UU Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Ayat (6) bahwa, “promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu pelaku usaha dalam menyebarluaskan informasi mengenai jasa atau produk agar menambah keyakinan konsumen, sehingga tertarik dan konsumen membelinya”.⁵

Pendidikan merupakan akar dari pemabangunan kualitas sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang berkualitas tercipta karena adanya layanan pendidikan yang baik. Sebagai lembaga pendidikan formal, sekolah memiliki tanggungjawab penuh dalam menerapkan suatu layanan

⁴Akhmad Zaenul Ibad dan Oni Marlina Susanti, “Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus MI Al Fatah Cikadu Kec Waktumpul)”, *Jurnal Pendidikan Rokania*, vol. v, no.3, 2020; 380.

⁵UU Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Ayat (6).

pendidikan yang bermutu. Seperti layanan penerimaan peserta didik baru yang merupakan layanan bidang akademik di lingkungan pendidikan.

Setiap menjelang tahun ajaran baru sekolah negeri maupun sekolah swasta pasti membuka program pendaftaran Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) secara rutin. Penerimaan Peserta didik baru (PPDB) merupakan kegiatan yang sangat penting dalam lembaga pendidikan, karena sebagai penentu keberhasilan penyelenggara dalam lembaga pendidikan itu sendiri. Untuk mencapai keberhasilannya, lembaga pendidikan sangatlah bergantung pada manajemen peserta didik, sebab peserta didik perlu di-*menage* mulai dari masuk ke lembaga sampai tamat menyelesaikan pendidikannya di madrasah tersebut. Jadi, peran manajemen pada kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yaitu *me-menage* setiap aktivitas mulai dari pendaftaran, kelulusan calon peserta didik yang berhak diterima oleh sekolah, pencatatan, penempatan, pengelompokkan siswa di kelas, pembinaan dan pengembangan serta pelaporan prestasi siswa.⁶ Dalam kegiatan tersebut juga bisa menentukan kualitas peserta didik yang diterima.

Peserta didik merupakan subjek yang dijadikan sebagai pelaku utama dalam proses pembelajaran. Sekaligus objek, karena peserta didik menjadi sasaran guru untuk di didik agar bisa mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang lebih maju. Dari pertumbuhan dan perkembangan yang dialami peserta didik tersebut, lembaga pendidikan dapat menghasilkan *output* yang bermutu. Adanya Manajemen peserta didik

⁶Badruddin, *Manajemen Peserta Didik*, (Jakarta: PT Indeks, 2014), 5.

tidak hanya memberikan dukungan yang kuat bagi lembaga pendidikan, namun juga berkontribusi tinggi terhadap komponen yang ada dilembaga dalam mencapai tujuan madrasah. Sebagaimana menurut Badruddin bahwa, “komponen peserta didik sangat dibutuhkan keberadaannya, terlebih pada pelaksanaan kegiatan pendidikan disekolah, sebab peserta didik dijadikan *input*, proses maupun *output* madrasah”.⁷

Keberadaan siswa tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan saja, namun juga termasuk bagian dari mutu madrasah yang harus diperhatikan dengan baik. Maksudnya manajemen peserta didik yang bermutu diperlukan bagi madrasah sebagai tempat tumbuh dan berkembangnya peserta didik sesuai dengan potensi yang mereka miliki baik dari fisik, kecerdasan intelektual, sosial, emosional, maupun kejiwaan siswa. Sebagaimana dalam bukunya Badruddin mengatakan bahwa “optimalisasi manajemen peserta didik perlu dilakukan oleh pihak madrasah agar mendukung tercapainya tujuan pendidikan, baik tujuan kurikuler, institusional maupun pendidikan nasional”.⁸

Berdasarkan observasi pra-penelitian setiap tahun ajaran baru Madrasah Aliyah Negeri 2 Pamekasan melakukan promosi penerimaan peserta didik baru melalui dua jalur, yaitu promosi secara langsung dan promosi melalui media informasi. Promosi secara langsung dilakukan oleh pihak sekolah dengan sosialisai ke lembaga pendidikan tingkat SMP/MTs dengan memberikan surat pemberitahuan bahwa MAN 2 Pamekasan akan melakukan sosialisasi tentang PPDB baik jalur unggulan dan reguler

⁷Ibid, 19.

⁸Ibid, 16.

dengan mensosialisasikan ke setiap kelas. Sedangkan promosi melalui media informasi yang di gunakan madrasah yaitu dengan media cetak meleui banner atau brosur dan media sosial seperti; *website profile sekolah, youtube, instagram, facebook* dan *whatsapp* yang dilakukan secara masif oleh masyarakat madrasah, artinya di upload secara bersamaan di media sosial yang dimiliki warga madrasah. Isi dari media informasi ini menampilkan berbagai kegiatan, program serta prestasi yang pernah madrasah raih, yang di kelola oleh pihak humas, kesiswaan serta bekerjasama dengan siswa yang aktif di program keterampilan multimedia, karena dari pihak keterampilan multimedia ini yang akan mengelola dan menampilkan di akun media sosial MAN 2 Pamekasan.

Tujuannya yaitu untuk memudahkan madrasah dalam menginformasikan kepada khalayak umum tentang program unggulan tahfidz dan program keterampilan yang ada di MAN 2 Pamekasan. Program khusus unggulan tahfidz merupakan program yang saat ini menjadi daya tarik madrasah, bapak Ahmad Wahyudi selaku kepala madrasah mengatakan bahwa “Pada saat ini, program unggulan ini menjadi ujung tombak untuk menarik minat dan memajukan madrasah”.⁹ Sehingga, program unggulan tahfidz ini, di promosikan pertama kali oleh madrasah. Sedangkan program khusus keterampilan yaitu seperti tata boga, tata busana, multimedia dan TKJ. Oleh karena itu, agar masyarakat mengetahui program-program tersebut, perlu memanfaatkan sarana media informasi yang ada. Dengan adanya media informasi ini dapat

⁹Ahmad Wahyudi, Kepala Madrasah MAN 2 Pamekasan, Wawancara langsung (29 Agustus 2022).

menjawab setiap kebutuhan masyarakat baik kebutuhan berbagai informasi siswa, guru, orang tua atau masyarakat, sehingga madrasah berusaha mengoptimalkan media informasi seputar MAN 2 Pamekasan.

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Optimalisasi Media Informasi Sebagai Wahana Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru Di MAN 2 Pamekasan”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah penulis paparkan diatas, maka dapat disusun fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi Penggunaan Media Sosial dalam Menunjang Keberhasilan Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 2 Pamekasan?.
2. Bagaimana Implementasi Penggunaan Media Cetak dalam Menunjang Keberhasilan Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 2 Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Implementasi Penggunaan Media Sosial dalam Menunjang Keberhasilan Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 2 Pamekasan?.
2. Untuk Mengetahui Implementasi Penggunaa Media Cetak dalam Menunjang Keberhasilan Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 2 Pamekasan?

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan utama dan diharapkan dapat memberikan nilai yang baik secara teori dan praktek:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai implementasi media informasi dalam bidang pendidikan, memberikan tambahan wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai sarana untuk menunjang keberhasilan dalam mempromosikan program pendidikan yang ada di lembaga madrasah tersebut.

2. Secara Praktis

a. Bagi Kepala Madrasah Aliyah Negeri 2 Pamekasan

Sebagai bahan informasi ilmiah sekaligus bahan pengembangan pendidikan dalam mempraktekkan teori-teori yang tertulis didalamnya, khususnya dalam konteks promosi penerimaan peserta didik baru di MAN 2 Pamekasan.

b. Bagi Siswa yang Ingin Sekolah di MAN 2 Pamekasan

Dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan dan juga informasi kepada siswa yang ingin melanjutkan jenjang pendidikan di MAN 2 Pamekasan terkait program pendidikan yang ada di madrasah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan inspirasi dan motivasi bagi mahasiswa dan mahasiswi dalam menempuh proses keilmuan yang sedang

dijalani, serta dapat dijadikan rujukan dalam penelitian selanjutnya mengenai pemanfaatan media informasi dan promosi atau pemasaran jasa pendidikan.

E. Definisi Istilah

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

1. Implementasi

Implementasi merupakan suatu aktivitas terencana yang dilakukan dengan sungguh-sungguh berdasarkan acuan peraturan tertentu untuk mencapai suatu tujuan kegiatan.

2. Media Informasi

Media informasi merupakan semua alat atau sarana yang digunakan dalam kegiatan komunikasi pemasaran dengan upaya menampilkan atau memberitahukan informasi atau pesan yang ingin komunikator sampaikan.

3. Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi pemasaran antara individu satu dengan yang lainnya dimana didalamnya terdapat unsur mempengaruhi dalam menyebarluaskan informasi serta mengingatkan suatu manfaat atau kelebihan dari produk yang madrasah kelola agar masyarakat tertarik.

4. Penerimaan Peserta Didik Baru

Penerimaan peserta didik baru merupakan salah satu kegiatan manajemen peserta didik yang diadakan setiap tahun ajaran baru baik lembaga pendidikan negeri maupun swasta untuk melakukan seleksi kepada calon peserta didik.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Adanya tujuan penelitian terdahulu yaitu untuk memberikan kerangka mengenai kajian empiris dan teoritis terhadap permasalahan sebagai dasar untuk melakukan pendekatan terhadap permasalahan yang dihadapi, serta dipergunakan untuk memecahkan masalah tersebut. Berdasarkan tema penelitian diatas, maka terdapat beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan terkait penelitian sejenis yaitu sebagai berikut:

1. Moh. Zainullah, dengan judul “Peran Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Program Pendidikan Di SMP Negeri 2 Pademawu” hasil temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang ada kesamaan yaitu sama-sama meneliti tentang media informasi atau media sosial dan sama-sama menggunakan metode dan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Namun terdapat perbedaan dimana peneliti terdahulu berfokus pada sarana pemasaran program pendidikan, sedangkan pada peneliti yang sekarang berfokus pada promosi penerimaan peserta didik baru. Adapun juga perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitiannya.

2. Ujang Syarif Hidayatuallah, dengan judul “Strategi Promosi SMP PGRI 12 Jakarta dalam Meningkatkan Jumlah Siswa” hasil temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang ada kesamaan yaitu sama-sama meneliti tentang promosi, dan sama-sama menggunakan metode dan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Namun terdapat perbedaan dimana peneliti terdahulu berfokus pada strategi promosi, sedangkan pada peneliti yang sekarang berfokus pada optimalisasi media informasi. Adapun juga perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitiannya.
3. Dewi Wulandari, 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 antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang ada kesamaan yaitu sama-sama meneliti tentang media promosi atau media informasi sama-sama menggunakan metode dan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Namun terdapat perbedaan dimana peneliti terdahulu berfokus pada pengaruh media promosi, sedangkan pada peneliti yang sekarang berfokus pada optimalisasi media informasi. Adapun juga perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitiannya.

Berdasarkan dari beberapa hasil penelitian yang sudah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian skripsi ini berbeda dengan penelitian yang sudah diteliti, berikut perbedaannya.

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian ini dengan Penelitian Terdahulu, sebagai berikut:

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Moh. Zainullah	Peran Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Program Pendidikan Di SMP Negeri 2 Pademawu	Pada penelitian ini sama-sama membahas mengenai penggunaan media informasi atau media sosial dan sama-sama menggunakan metode dan jenis penelitian deskriptif kualitatif.	Penelitian yang dilakukan Moh. Zainullah berfokus pada sarana pemasaran program pendidikan, sedangkan pada peneliti yang sekarang berfokus pada promosi penerimaan peserta didik baru. Adapun juga perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitiannya.
2	Ujang Syarif Hidayatuallah	Strategi Promosi SMP PGRI 12 Jakarta dalam Meningkatkan Jumlah Siswa	Pada penelitian ini sama-sama membahas mengenai promosi penerimaan peserta didik baru dan sama-sama menggunakan metode dan jenis penelitian deskriptif kualitatif.	Penelitian yang dilakukan Ujang Syarif Hidayatuallah berfokus pada strategi promosi, sedangkan pada peneliti yang sekarang berfokus pada optimalisasi media informasi. Adapun juga perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitiannya.

3	Ferri Maswiatud Daini	Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas promosi penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MAN 1 Kabupaten Madiun	Pada penelitian ini sama-sama membahas mengenai pengelolaan penggunaan media informasi yang digunakan dan sama-sama menggunakan metode dan jenis penelitian deskriptif kualitatif.	Perbedaan penelitian yang dilakukan Ferri Maswiatud Daini dengan peneliti yang sekarang yaitu memiliki perbedaan pada lokasi penelitiannya.
---	-----------------------	--	--	---

