

Manajemen Pengelolaan Humas terhadap Marketing Madrasah Aliyah Kulliyatul Muballighien Muhammadiyah Kauman Kota Padang Panjang

Meilina Roza

UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Indonesia

Corresponding author : meilinaroza@gmail.com

Abstract: This study aims to describe about: 1) Public relations planning at MA KMM Kauman Padang Panjang, 2) Explain the implementation of public relations work programs at MA KMM Kauman Padang Panjang, 3) Explain how the evaluation is carried out at MA KMM Kauman Padang Panjang. This research uses qualitative research methods that refer to Sugiyono's research model. In data collection using interview and documentation techniques. From the results of the study, it was found that: 1) Public relations planning at MA KMM Kauman Padang Panjang involved the Foundation, committees and also *Mudir* to set goals to be achieved through work meetings. Planning begins by looking at the results of the evaluation of the activities that have been carried out. 2) The implementation of activities is carried out, based on agreed planning. The public relations team divides work according to what is mandated by the head of public relations. Such as social media management, brochures and banners. 3) Evaluation is carried out once a week, once a month, at the end of each semester, at the end of the year and every time the activity is carried out.

Keywords : management; madrasah marketing; public relations management

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang: 1) Perencanaan humas di MA KMM Kauman Padang Panjang, 2) Menjelaskan pelaksanaan program kerja humas di MA KMM Kauman Padang Panjang, 3) Menjelaskan bagaimana evaluasi yang dilaksanakan di MA KMM Kauman Padang Panjang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang mengacu kepada model penelitian Sugiyono. Dalam pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa: 1) Perencanaan kehumasan di MA KMM Kauman Padang Panjang melibatkan Yayasan, komite dan juga *Mudir* untuk menetapkan tujuan yang akan dicapai melalui rapat kerja. Perencanaan mulai dilakukan dengan melihat hasil evaluasi dari kegiatan yang sudah dilaksanakan. 2) Pelaksanaan kegiatan dilakukan, berdasarkan perencanaan yang sudah disepakati. Tim humas membagi kerja sesuai dengan yang diamanahkan oleh kepala humas. Seperti pengelolaan media sosial, brosur dan banner. 3) Evaluasi dilaksanakan sekali seminggu, sekali sebulan, setiap akhir semester, akhir tahun dan setiap kali kegiatan dilaksanakan.

Kata kunci : manajemen; marketing madrasah; pengelolaan humas

Copyright (c) 2024 The Authors. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

Received: 05-10-2023

Revised: 09-10-2023

Accept: 12-10-2023

Publish: 17-10-2023

PENDAHULUAN

Lembaga pendidikan yang dikelola oleh negeri maupun swasta, merupakan organisasi penyedia jasa pendidikan yang perlu dikelola agar baik citranya di masyarakat.

Citra ini berkaitan dengan kepercayaan publik tentang kualitas pendidikan serta komponen mendasar lainnya, seperti kegiatan apa saja yang dilakukan oleh madrasah/ sekolah untuk menunjang pendidikan peserta didiknya. Pada madrasah contohnya, citra positif akan terbangun dan menjadi nilai tambah bagi masyarakat untuk menentukan pilihannya dalam belajar agama lebih dalam (Karsono et al., 2021). Membangun citra baik madrasah dibutuhkan pengelolaan yang serius. Salah satunya madrasah membutuhkan tim kehumasan sebagai jembatan informasi dari madrasah kepada masyarakat.

Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh humas di madrasah/sekolah, untuk menginformasikan kegiatan yang ada di madrasah/sekolah, adalah dengan cara marketing atau mempromosikan madrasah/sekolahnya (Sholihah, 2018). Kata marketing biasanya dipakai dalam dunia bisnis. Dalam bisnis yang dipromosikan berupa produk yang dihasilkan sebuah perusahaan.

Berbeda dengan pendidikan yang bergerak dibidang jasa, pemasaran kepada masyarakat berupa program-program yang ada di madrasah/sekolah. Program unggulan di madrasah/sekolah dilengkapi dengan program yang ada di asrama bagi madrasah/sekolah yang berasrama menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk memilih salah satu madrasah/sekolah yang diinginkan (Munir, 2018).

Pentingnya kehumasan di madrasah mendapat penegasan dari Kementerian Agama Republik Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan lahirnya Pedoman Pemenuhan Beban Kerja Guru Madrasah yang termaktub dalam Keputusan Menteri Agama (KMA) Republik Indonesia No. 890 tahun 2019. KMA ini antara lain mengatur tentang pemberian tugas tambahan bagi guru selain mengajar.

Kepala Madrasah menurut KMA ini diakui jam mengajar sebanyak 24 jam, dengan artian Kepala Sekolah diizinkan untuk tidak mengajar. Tugasnya dialihkan sebagai manajerial, mengembangkan kewirausahaan, dan melaksanakan supervisi kepada pendidik dan tenaga kependidikan serta memberikan pengajaran, bimbingan kepada guru untuk memenuhi kebutuhan guru. Selain Kepala Madrasah juga diatur menjadi Wakil Kepala Madrasah. Wakil Kepala Madrasah ada beberapa macam, diantaranya adalah Wakil Kepala bidang Kurikulum, Kesiswaan, Kehumasan, dan Sarana Prasarana.

Pada KMA ini diatur regulasi terkait dengan posisi Wakil Kepala Madrasah khususnya wakil kehumasan yang diakui jam mengajar sebanyak 12 (dua belas) jam

pelajaran (RI, 2020). Dikeluarkannya regulasi tentang kehumasan di madrasah, sehingga nomer klatour wakil kepala madrasah menjadi bertambah, dimana selain wakil kurikulum dan kesiswaan, juga wakil kehumasan pada satuan pendidikan yang menyesuaikan dengan jumlah tingkat rombongan belajar. Jika di madrasah terdapat 1-3 rombongan belajar (rombel), wakil kepala madrasah dibolehkan hanya satu orang. Rombel 4-6 wakilnya boleh sebanyak 2 (dua) orang. Sedangkan bagi madrasah yang mempunyai rombel 7-9 boleh mengangkat wakilnya sebanyak 3 (tiga) orang. Bagi madrasah yang mempunyai 10 rombel atau lebih, dibolehkan mengangkat wakil kepala sebanyak 4 (empat) orang wakil. Secara tidak langsung berarti bahwa kehumasan merupakan bagian yang penting di sebuah madrasah.

Mengutip dari buku karya Henny Kustini, Scott M. Cutlip dan Allen H. Center yang berjudul *Communication Skill* (2017) menjelaskan bahwa humas memiliki fungsi manajemen dalam menilai sikap masyarakat. Disamping itu, humas juga berperan untuk mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individu atau organisasi untuk kepentingan masyarakat. Ditambah lagi, humas juga bertugas dalam perencanaan serta pelaksanaan berbagai program kegiatan agar didapatkan pemahaman, dan dukungan dari masyarakat” (Kustini, 2021).

Menurut Institute of Public Relations (IPR) di Inggris: *Praktik Public Relations (PR)* merupakan usaha yang mempunyai perencanaan berkelanjutan untuk menjaga nama baik antara lembaga dan publik. Adapun kegiatan kehumasan di bidang pendidikan berdasarkan pendapat Zakirun Pohan dalam jurnalnya antara lain: 1)) Humas berfungsi sebagai penghubung komunikasi antara lembaga sekolah dengan masyarakat. Hal Ini bisa dilaksanakan secara langsung, tatap muka, atau melalui media cetak atau elektronik; 2)) Humas adalah sarana mengiklankan atau memasarkan sekolah secara langsung kepada masyarakat; 3)) Humas juga berperan menjaga nama baik sekolah di masyarakat dengan cara menciptakan image positif tentang lembaga pendidikan dengan tujuan untuk memperoleh kepercayaan masyarakat (Pohan, 2018).

Memperkenalkan madrasah atau lembaga kepada masyarakat yang dilakukan oleh bidang kehumasan menjadi salah satu tugas bidang kehumasan. Inilah yang ditempuh oleh Madrasah Aliyah Kulliyatul Muballighin Muhammadiyah (MA KMM) Kota Padang Panjang. Dalam perjalanannya, MA KMM Kauman Padang Panjang juga melibatkan peran

serta masyarakat dalam mempromosikan lembaganya. Secara posisi geografi, madrasah ini berada di jantung kota, dimana akses masuk dan keluar lokasi sangat mudah dijangkau. Tepatnya berada di Jl. Dt.Sinaro Panjang No.28, Tanah Pak Lambik, Kec. Padang Panjang Timur Kota Padang Panjang, Sumatera Barat. Hal ini merupakan suatu keuntungan bagi lembaga ini dibandingkan dengan lembaga pendidikan lainnya. Faktor ini diyakini dapat menyebabkan terjadinya peningkatan animo masyarakat untuk memasukkan anaknya ke madrasah MA KMM Kauman Padang Panjang.

Melalui observasi awal pada tanggal 31 Agustus 2022 dengan kepala Humas Bapak Surya Bunawan, diketahui bahwa salah seorang santri kelas X (sepuluh) yang berasal dari Kota Tangerang Provinsi Banten, yang bernama Zikra Nurul Hafidzah. Beliau mendapatkan informasi terkait madrasah ini adalah melalui kegiatan promosi yang dilakukan oleh tim humas MA KMM Kauman Padang Panjang ke sekolahnya. Ketertarikannya untuk masuk ke madrasah ini mulai timbul dari banyaknya kegiatan yang dilakukan di madrasah serta prestasi yang baik di tingkat Provinsi, Nasional dan juga Internasional. Menambah motivasinya untuk bergabung di madrasah MA KMM Kauman Padang Panjang.

Dalam struktur organisasi lembaga MA KMM Kauman Padang Panjang memiliki seorang kepala kehumasan dengan dibantu 4 (empat) orang staff. Perbincangan penulis dengan wakil mudir bagian kehumasan yaitu bapak Surya Bunawan, beliau mengatakan bahwa semua kegiatan kehumasan di MA KMM Kauman Padang Panjang yang akan dilakukan, membutuhkan perencanaan yang matang.

Perencanaan didiskusikan dengan *Mudhir* (Direktur Perguruan), beserta Wakil dan juga pihak humas sendiri. Perencanaan yang dimaksud adalah menyangkut rencana aktivitas yang dilakukan di dalam dan luar madrasah yang menarik untuk diteliti lebih dalam.

Kegiatan yang dilakukan oleh tim humas diantaranya dengan mengadakan perjalanan ke beberapa lokasi di luar Sumatera Barat yang telah ditentukan sebelumnya seperti wilayah Jogjakarta, Bengkulu, Riau dan daerah-daerah lainnya. Sedangkan di dalam Sumatera Barat lebih di titik beratkan pada daerah Pesisir Selatan dan Pasaman Barat. Sekolah yang dituju adalah sekolah yang di kelola oleh Muhammadiyah dan juga sekolah-sekolah umum berbasis keislaman, seperti sekolah yang tergabung dalam sekolah Islam terpadu atau SMPIT.

Tim humas mengadakan promosi di sekolah tersebut dengan mengadakan berbagai macam acara yang memikat, seperti memberikan training motivasi dan penampilan bakat

dari santri MA KMM Kauman Padang Panjang.

Selain mengunjungi sekolah-sekolah, tim humas juga menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan madrasah. Melalui media sosial yang diminati oleh masyarakat pada saat sekarang ini seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, WA, TikTok, radio dan *Youtube*. MA KMM Kauman Padang Panjang tampil dengan berita kegiatan keseharian santri yang layak untuk disimak. Pemberitaan tentang prestasi-prestasi yang diraih oleh santri mengikuti berbagai lomba di tingkat Kota, Provinsi, Nasional dan juga Internasional. Dengan menampilkan 5 (lima) berita setiap harinya di media sosial menjadikan madrasah ini tidak sepi dari pemberitaan.

Pemberitaan yang ditampilkan tentu saja harus berbanding lurus dengan kegiatan-kegiatan yang diikuti oleh santri di madrasah dan juga di asrama. Kegiatan santri di madrasah dan di asrama selain belajar, adalah mengikuti berbagai aktifitas yang sudah disusun oleh pihak madrasah. Hal ini dimaksudkan untuk menambah kecakapan dan pembentukan karakter.

Diantara kegiatan yang dilakukan antara lain santri dibiasakan untuk melaksanakan shalat dhuha setiap hari, kegiatan muhadharah untuk mengajarkan santri berani tampil di depan umum menyampaikan ilmu yang dimiliki kepada orang lain, kajian Tafsir dan Hadist, Rihlah da'wah, Tahfiz camp dengan tujuan agar santri lebih fokus lagi untuk menghafal Al Qur'an, Riset ilmiah, Literasi, penulisan mushaf, *English* dan *Arabic Camp* serta banyak lagi kegiatan yang dilakukan oleh santri di sekolah dan di asrama.

Dengan kegiatan santri yang begitu padat dalam rangka menambah keilmuan dan berbagai keterampilan yang dipelajari di madrasah membuahkan hasil manis. Santri-santri yang mengikuti berbagai perlombaan berhasil meraih prestasi di tingkat kota, Provinsi, Nasional dan Internasional.

Adapun beberapa prestasi santri tingkat provinsi diantaranya juara satu *story telling*, membaca puisi Bahasa Inggris dan *Debate Contest*. Sedangkan juara satu tingkat Nasional mengikuti lomba nasyid, merilis essay, Tapak Suci, Olimpiade Keagamaan, dan Musikalisasi Puisi. Untuk lomba tingkat Internasional, MA KMM Kauman Padang Panjang, berhasil meraih juara satu pada lomba Muadzin *Battle* yang dilaksanakan di Malaysia. Mendapatkan peringkat VI pada lomba Olimpiade Sains Matematika Zakat, dan masih banyak lagi yang lainnya. Adapun diantara prestasi-prestasi yang pernah diraih oleh MA KMM Kauman

Padang Panjang.

Berdasarkan penjabaran di atas maka peneliti tertarik untuk mengungkap bagaimana pelaksanaan manajemen humas di MA KMM Kauman Padang Panjang khususnya marketing madrasah dalam perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program humas, dengan mengangkat judul “Manajemen Pengelolaan Humas terhadap Marketing Madrasah di MA KMM Kauman Padang Panjang”.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu adanya pengumpulan data dan informasi terkait pengelolaan manajemen humas terkait marketing madrasah di MA KMM Kauman Padang Panjang. Diinginkan dari konsep ini adanya informasi yang menggambarkan keadaan di madrasah MA KMM Kauman Padang Panjang, bagaimana cara madrasah dalam mengelola kehumasannya diawali dari perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasinya. Pada pelaksanaan penelitian ini, yang lebih diutamakan penulis adalah proses daripada hasil dan menggunakan data yang bersifat alamiah.

Untuk tempat penelitian, dilaksanakan di MA KMM Kauman Padang Panjang dengan alamat Komplek Kauman Muhammadiyah, Jl. Dt. Sinaro Panjang, No. 28 Kel. Tanah Pak Lambik Kota Padang Panjang Sumatera Barat. Instrument yang digunakan dalam mendapatkan data penelitian ini berupa lembaran angket yang berisi pertanyaan wawancara dengan alat bantu fieldnotes, laptop/android untuk melakukan wawancara, pedoman observasi, dan foto-foto kegiatan kehumasan bersumber dari file ataupun yang sudah tercetak. Adapun pengumpulan data, yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Langkah-langkah yang ditempuh dalam menganalisis data diperoleh mengacu pada model Miles dan Huberman, yakni: reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan setelah melakukan penggambaran dan verifikasi (conclusion: drawing and verifying) (Sugiyono, 2011).

Penarikan dari kesimpulan dapat dilakukan setelah terlebih dahulu diuji keakuratan data dengan berbagai macam pengujian data seperti dengan triangulation, member checking dan auditing. Pengujian data secara kredibilitas, peneliti menggunakan triangulasi data. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber yaitu mengecek kebenaran data yang sudah dikumpulkan kepada informan lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelaksanaan Humas dalam marketing madrasah di MA KMM Kauman Padang Panjang.

Kehumasan di MA KMM Kauman padang Panjang setelah mempersiapkan perencanaan dengan matang. Tim humas mulai melaksanakan perencanaan kegiatan untuk mempromosikan madrasah. Diantara kegiatan yang dilakukan adalah: 1)) Berkunjung ke sekolah lain: Sekolah yang dituju adalah sekolah yang berada di bawah naungan Muhammadiyah dan SMP IT. Sekolah yang dikunjungi dibagi lagi menjadi dua bagian yaitu sekolah yang berada di dalam Sumatera Barat dan sekolah yang berada di luar Sumatera Barat. Sekolah yang berada di dalam Sumatera Barat seperti, tanah datar, Pasaman, Pariaman. Sedangkan sekolah di luar Sumatera Barat seperti Bengkulu, Lampung, Jakarta, Duri, Dumai, Jambi, Medan dan juga Jogjakarta. Setelah perencanaan dilakukan disaat raker, kemudian di diskusikan kembali pada bulan Agustus. Tim yang ditunjuk kemudian berangkat pada bulan September; 2)) Melalui Media sosial: Perkembangan dunia digital semakin pesat. Kecanggihan teknologi diminati oleh semua usia dari yang kecil sampai usia senja.

Dizaman modern, ketergantungan manusia dengan peralatan elektronik tidak bisa dipungkiri (Margareta et al., 2018). Seperti *laptop*, mesin cuci, *rice cooker*, dan peralatan rumah tangga lainnya. Selain peralatan rumah tangga hal penting lainnya yang dibutuhkan oleh manusia adalah *handphone android*.

Banyaknya layanan yang ditawarkan oleh *handphone android* mampu menghipnotis konsumennya untuk berlomba-lomba memilikinya. Hanya dengan satu *handphone* mampu menawarkan berbagai fungsi. Seperti layanan untuk mengambil gambar, dimana beberapa tahun sebelumnya untuk mengambil gambar dibutuhkan kamera. Untuk melihat hasilnya dibawa ketempat cuci foto.

Beberapa hari menunggu barulah kita bisa melihat hasil jepretan yang diambil. Selain mengambil gambar, layanan yang diberikan sebuah *handphone android* dapat digunakan untuk mengirim pesan, mengirim file dalam jumlah banyak, melihat berita terkini yang terjadi di dalam dan luar negeri, membaca Al Qur'an dan layanan lainnya sesuai dengan aplikasi yang ada di dalam *handphone android*.

Kelebihan yang dimiliki oleh sebuah *handphone* inilah menjadi peluang bagi humas MA KMM Kauman Padang Panjang untuk mempromosikan madrasah. Karena rata-rata

semua orang memiliki handphone android ini. Dengan benda kecil yang hanya sebesar telapak tangan kita bisa melihat dunia.

Media sosial salah satu layanan yang ada di handphone android seperti, Facebook, Instagram, whatsapp, Tik Tok, Youtube, menjadi tujuan utama untuk memberikan informasi kepada Masyarakat (Dwiyama, 2018).

Humas MA KMM Kauman Padang Panjang menargetkan untuk menshare lima berita setiap harinya di media sosial. Berita yang ditampilkan mengenai kegiatan santri, guru dan kunjungan tamu yang datang ke sekolah dan ke asrama. Adapun beberapa penampilan cuplikan MA KMM Kauman Padang Panjang di media sosial, Seperti:

Website MA Kullieyatul Muballighien Muhammadiyah

Memuat berita tentang keberhasilan lima orang santri berhasil meraih medali pada Kompetisi Sains Madrasah (KSM) tingkat Kota Padang Panjang. Perolehan medali pada mata pelajaran Matematika, Ekonomi, Fisika, Geografi, dan Kimia (Suara, 2021). Adapun bentuk laman web yang memuat berita tentang Muhammadiyah sebagai berikut: (lihat Gambar 1):



Gambar 1. Prestasi Santri di tingkat Kota

Youtube MA Kullieyatul Muballighien Muhammadiyah

Informasi lainnya tentang kegiatan aktifitas santri Muhammadiyah dapat juga dilihat di Youtube dengan judul profil MA KMM Kauman Padang Panjang dan juga informasi lainnya terkait dengan kegiatan lain yang ada di madrasah. YouTube sendiri merupakan sebuah web, memberikan layanan untuk penggunanya berbagi video, mengunggah dan juga menonton video, sebagaimana contoh Gambar 2:



Gambar 2. Profil MA KMM Kauman Padang Panjang

WhatsApp Group MA Kullieyatul Muballighien Muhammadiyah

Media sosial yang paling diminati oleh masyarakat salah satunya adalah whatsapp. Aplikasi ini memudahkan para pengguna untuk mengirimkan percakapan, mengirim file dan juga foto. Sebelumnya aplikasi yang sama lebih dikenal dengan SMS, untuk pengiriman pesan pulsa akan berkurang sesuai dengan banyaknya huruf yang terkirim.

Layanan SMS ini tidak bertahan lama. Dikalahkan dengan adanya WhatsApp yang mampu mengirmkan percakapan dalam jumlah banyak. Penggunaanya juga dimudahkan

dengan pengiriman suara jika malas mengetik. Mengetik sendiripun bisa dilakukan. Dengan banyaknya kemudahan yang diberikan, maka secara tidak langsung pengguna SMS (Short Message Service) ditinggalkan oleh penggunanya. Dengan perkembangan teknologi WhatsApp bisa digunakan untuk memberikan berita dalam bentuk perorangan maupun kelompok yang dinamakan dengan group.

Peneliti dan juga tim humas MA KMM Kauman Padang Panjang berada di dalam satu group bernama Keluarga Kemenag Padang Panjang. Di dalam group tersebut peneliti melihat aktifnya tim humas memberikan informasi terbaru tentang kegiatan yang ada di MA KMM Kauman Padang Panjang.

Tik Tok MA Kullieyatul Muballighien Muhammadiyah

Aplikasi yang digunakan oleh MA KMM Kauman Padang Panjang selanjutnya adalah aplikasi Tik Tok. Aplikasi ini secara garis besar memuat dan menyebarkan video pendek. Aplikasi ini diluncurkan pertama kali di tahun 2016 dan mendapat tanggapan yang bagus dari masyarakat. Terbukti dengan banyaknya audiens meunduh sebanyak 2 miliar kali (Amelia, 2022). Tidak hanya pebisnis yang memanfaatkan aplikasi tik tok ini. Dunia pendidikan juga memanfaatkan kesempatan untuk membuat video pendek berisi tentang kegiatan di madrasah, sebagaimana terdapat pada Gambar 3.



Gambar 3. Seminar tentang motivasi menghafal**Instagram MA Kullieyatul Muballighien Muhammadiyah**

Aplikasi Instagram merupakan sebuah aplikasi untuk berbagi foto dan juga video. Melalui aplikasi Instagram ini para pengguna bisa untuk mengambil foto dan juga video, serta menerapkan filter ke foto dan video yang sudah diambil. Foto dan video bisa dibagikan ke media sosial lainnya. Aplikasi Instagram ini juga menjadi salah satu aplikasi yang digunakan oleh MA KMM Kauman Padang Panjang untuk mempromosikan madrasahnyanya.

Facebook MA Kullieyatul Muballighien Muhammadiyah

Facebook adalah sosial media yang para penggunanya bisa menambahkan profil foto, kontak, ataupun dalam bentuk informasi. Layanan ini dapat bergabung dalam sebuah komunitas untuk melakukan interaksi dan koneksi dengan pengguna lainnya. Bergabung dengan facebook sangat memungkinkan untuk menemukan teman baru tanpa dibatasi oleh wilayah dan juga daerah. Memasukkan informasi tentang MA KMM Kauman Padang Panjang ke dalam facebook. Mempermudah dan menimalisir pengeluaran jika dibandingkan dengan mengadakan promosi ke daerah yang lebih jauh dan juga ke negara lain. Beginilah penampakan MA KMM Kauman Padang Panjang di laman facebook lihat Gambar 4.



Gambar 4. Berita lulus seleksi tingkat Nasional**TV MA Kulliyatul Muballighien Muhammadiyah**

Mempromosikan MA KMM Kauman Padang Panjang selain media sosial. Tim humas juga bergerak mempromosikan sekolah melalui televisi. Salah satu bentuk tayangan yang sudah diberitakan di TV Muhammadiyah adalah penemuan santri membuat sebuah kuliner dengan memanfaatkan buah durian untuk dijadikan bakso. Berikut pada Gambar 5 adalah screen shoot tampilan TV Muhammadiyah:

**Gambar 5.** Screen shoot TV Muhammadiyah**Brosur dan Banner MA Kulliyatul Muballighien Muhammadiyah**

Brosur yang berisi tentang informasi MA KMM Kauman Padang Panjang, lebih ditujukan untuk peserta didik yang baru. Berisi tentang sejarah MA KMM Kauman Padang Panjang secara singkat, keunggulan sekolah, kegiatan sekolah, bagaimana caranya untuk mendaftar. Inilah penampakan brosur MA KMM Kauman Padang Panjang untuk penerimaan

santri baru tahun ajaran 2023/ 2024. Berikut contoh brosur dan banner MA KMM Kauman Padang Panjang (lihat Gambar 6).



Gambar 6. Brosur MA KMM Kauman Padang Panjang

Melalui Radio MA Kullieyatul Muballighien Muhammadiyah

Selain melalui media sosial, humas MA KMM Kauman Padang Panjang, juga memilih radio yang berada di daerah Padang Panjang untuk mempromosikan sekolahnya. Radio yang dimaksud adalah radio elembahana. Melalui informasi dari radio memberikan gaya yang berbeda. Informasi disampaikan seperti sebuah iklan yang kocak. Bercerita tentang orang tua yang ingin anaknya sukses dunia namun tidak ketinggalan untuk bekal akhiratnya. Ceritanya berlanjut dengan seseorang berbicara mengenai madrasah MA KMM Kauman Padang Panjang. Menerangkan tentang keunggulan sekolah dan kapan dan bagaimana caranya untuk mendaftar di MA KMM Kauman Padang Panjang. Iklan disampaikan lebih kurang dalam waktu 5 (lima) menit. Mengudara berulang-ulang sehingga pendengar sudah tau kapan saja waktu untuk mendaftar serta sekaligus membawa persyaratan yang dimaksud.

Bekerja sama dengan luar negeri.

Kegiatan ini dilakukan untuk memperluas hubungan lembaga sekolah dengan lembaga sekolah lain yang berada di luar negeri. Kerja sama yang sudah dijalin pada saat ini seperti dengan negara Malaysia dan Thailand.

Memuliakan tamu

Salah satu prinsip yang dipegang teguh oleh tim humas adalah setiap tamu yang berkunjung ke MA KMM Kauman Padang Panjang harus disambut dengan sepenuh hati. Tamu yang datang berkunjung wajib disuguhkan dengan minuman dan makanan kecil. Hal ini menandakan kepada tamu yang datang berkunjung bahwa MA KMM Kauman Padang Panjang terbuka bagi siapa saja. Walaupun belum membuat janji atau surat belum masuk ke lembaga. Tamu yang datang tetap di layani dengan sebaik-baiknya. Kalaupun orang yang dituju tidak berada di tempat, seperti ada tamu yang ingin berjumpa dengan mudir, wakil mudir siap untuk mendampingi tamu yang bersangkutan. Intinya pelayanan kepada tamu tidak boleh diabaikan karena hal ini merupakan bagian dari marketing kepada masyarakat lain.

Faktor Penunjang Kegiatan Kehumasan

Marketing madrasah atau mempromosikan madrasah kepada masyarakat luas menjadi salah satu topik pembicaraan yang penting untuk di diskusikan di dalam raker (rapat kerja) tahunan setiap tahunnya. Target utama dari marketing ini adalah memperkenalkan madrasah kepada masyarakat umum dengan mempromosikan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh santri baik di sekolah maupun di asrama (Shobri & Firdaus, 2022).

Mempromosikan keunggulan madrasah yang ada di masyarakat secara tidak langsung memperkenalkan madrasah kepada masyarakat yang belum mengetahui tentang madrasah MA KMM Kauman Padang Panjang. Sedangkan bagi masyarakat yang sudah mengetahui dengan madrasah MA KMM Kauman memberikan informasi terbaru perkembangan madrasah (Ayunisa & Sholeh, 2022). Berharap dengan adanya promosi kepada masyarakat akan memberikan citra positif kepada masyarakat.

Perencanaan yang dibuat untuk kedepannya membutuhkan persiapan matang. Dalam membuat perencanaan segala aspek perlu dibicarakan, mulai dari kapan kegiatan dilaksanakan, bagaimana pelaksanaannya serta biaya yang perlu dikeluarkan untuk kegiatan tersebut (Dhuhani, 2017). Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan kepala kehumasan. Marketing dilakukan dengan dua strategi, ada strategi internal dan eksternal.

Mempromosikan madrasah kepada orang lain atau masyarakat luas perlu merancang sebuah strategi. Untuk mempromosikan madrasah kepada masyarakat, tidak bisa dilakukan oleh tim humas saja. Butuh kerja sama semua masyarakat sekolah. Mulai dari guru, siswa dan juga tenaga kependidikan atau TU.

Beberapa hal yang dilakukan untuk menunjang kegiatan kehumasan di MA KMM Kauman Padang Panjang:

Pelatihan Guru

Sekolah sebagai tempat anak-anak didik belajar menimba ilmu. Bagi sekolah yang menggunakan system asrama akan mudah pengontrolan bagi guru atas pelaksanaan ilmu yang sudah mereka pelajari di sekolah dan juga di asrama. Oleh sebab itu seorang guru menjadi kunci utama dalam semua kegiatan baik di sekolah maupun di asrama. Guru yang berkualitas menentukan kualitas santri yang akan dihasilkan. Pentingnya peran guru dalam menentukan keberhasilan seorang santri (Afidah & Kurniawan, 2020).

MA KMM Kauman Padang Panjang untuk meningkatkan kualitas gurunya mengadakan beberapa pelatihan untuk guru mulai dari kegiatan Musyawarah Guru Mata Pelajaran atau disingkat dengan nama MGMP, mengikuti kegiatan Bahasa Arab dan Bahasa Inggris, mengikuti lokakarya.

Perawatan Sarana dan Prasarana

Merawat sarana prasarana yang sudah ada, mulai dari gedung sekolah, sarana belajar dan juga tempat-tempat santri belajar. Seperti gedung sekolah, taman sekolah yang berada di lingkungan sekolah. Hal ini bertujuan dengan perawatan yang dilakukan seperti mencat gedung secara berkala, bangunan sekolah akan terlihat terawat, enak dilihat dan nyaman untuk tempat belajar. Bagi tim kehumasan hal ini akan berguna ketika pengambilan gambar untuk banner atau foto yang dimuat di media social, gambar yang diambil akan terlihat mewah (Rahmat, 2021). Bagi calon orang tua santri yang datang langsung berkunjung ke lokasi sekolah, ketika melihat gedung sekolah terawat beserta sarana belajar lainnya yang terurus akan menambah nilai tersendiri bagi sekolah.

Merancang program sekolah dan asrama untuk meningkatkan kualitas santri.

Program Tahfiz adalah salah satu program unggulan yang ada di MA KMM Kauman Padang Panjang. Kegiatan ini ditujukan untuk santri. MA KMM Kauman Padang Panjang sudah banyak melahirkan para penghafal Al Qur'an 30 Juz. Kegiatan wisuda Tahfiz biasanya

diadakan pada akhir tahun. Bagi santri yang sudah menyelesaikan hafalannya. Pihak sekolah akan mengundang kedua orang tua santri yang bersangkutan untuk dipasangkan mahkota di kepalanya. Sebagai tanda rasa syukur dan terima kasih santri kepada kedua orang tuanya yang telah merawatnya selama ini.

Evaluasi Humas dalam marketing madrasah di MA KMM Kauman Padang Panjang

Kata evaluasi menurut Kamus Inggris Indonesia bermakna penilaian atau penaksiran (Hassan, 2020). Sedangkan menurut Nurkencana, evaluasi adalah suatu proses yang dilakukan untuk menentukan nilai dari kegiatan yang sudah dilaksanakan (Agung, 2022). Dengan adanya evaluasi suatu program akan terlihat berhasil atau tidak. Setelah kegiatan dilaksanakan perlu adanya evaluasi tentang kegiatan yang sudah berjalan, apakah kegiatan yang sudah terlaksana sudah baik atau perlu merubah kegiatan dalam bentuk lain.

Membahas tentang evaluasi, di MA KMM Kauman Padang Panjang dilakukan oleh tim humas, mudir, komite madrasah dan juga para guru dan TU di madrasah. Kegiatan evaluasi dalam bentuk besar ini diadakan sekali setahun dibahas dalam bentuk raker (rapat kerja) tahunan di akhir semester.

Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk presentasi yang dilakukan oleh tim humas, berisikan tentang bagaimana dengan kegiatan yang dilaksanakan, mengutarakan apa saja kendala yang dirasakan ketika mempromosikan madrasah. Tidak lupa tim humas juga menyampaikan bagaimana saja tanggapan dari masyarakat tentang kegiatan yang sedang berlangsung (Elyus & Sholeh, 2021). Dilanjutkan dengan tanggapan yang disampaikan oleh mudir dan juga komite.

Selain dengan mengadakan evaluasi sekali setahun, evaluasi juga dilakukan setelah menyelesaikan sebuah kegiatan. Seperti kegiatan berkunjung ke sekolah lain yang berada di dalam maupun di luar Sumbar. Pelaksanaan evaluasi juga dilaksanakan sekali seminggu tepatnya pada hari Rabu khusus bagi kepala-kepala bagian dengan mudir. Evaluasi untuk guru dan mudir dilaksanakan setiap hari Sabtu. terkadang hanya melibatkan tim humas saja dan juga mudir. Evaluasi kecil juga diadakan antara tim humas saja tanpa melibatkan tim yang lain.

Pembahasan

Fungsi-fungsi Manajemen Humas Dalam Marketing Madrasah

Perencanaan Humas

Perencanaan Humas di MA KMM Kauman Padang Panjang di mulai dengan tujuan madrasah yang akan dicapai berdasarkan dari evaluasi kegiatan yang sudah berlalu. Dalam menetapkan tujuan tersebut kehumasan melibatkan Mudhir dan juga komite sebagai pengambil kebijakan di madrasah. Setelah tujuan di tetapkan, kemudian kepala kehumasan beserta tim membuat rancangan program sesuai dengan yang diharapkan. Program yang dirancang disertai dengan keuangan yang tersedia dan kondisi tim.

Berdasarkan hasil temuan data di atas memperkuat teori dari Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto yang mengatakan bahwa, langkah-langkah dalam membuat program kerja humas ada lima elemen: a. Pengumpulan data. Data dan informasi untuk kerja program humas dapat berasal dari catatan sejarah, media cetak, media sosial dan lainnya. b. Analisis, membuat pertimbangan kekuatan dan kelemahan data yang sudah dikumpulkan. c. Strategi dan penentuan media. d. pelaksanaan, melaksanakan kegiatan yang sudah dirancang. e. Evaluasi sebaiknya dilaksanakan setiap melaksanakan setiap kegiatan (S. Gasing, 2016).

Pelaksanaan Humas

Perencanaan yang matang kemudian berlanjut kepada pelaksanaan kegiatan kehumasan di MA KMM Kauman Padang Panjang. Kegiatan marketing dilaksanakan melalui berbagai strategi. Mengunjungi daerah-daerah yang berada di dalam dan di luar Sumatera Barat untuk mempromosikan MA KMM Kauman Padang Panjang. Strategi lain dengan menggunakan media sosial yang diminati oleh semua umur seperti Facebook. Instagram. Twitter, Tik Tok, Whatsapp, TV, Youtube. Faktor penunjang lainnya dengan meningkatkan kualitas guru. Membuat program kegiatan di sekolah lebih baik. Menjaga sarana prasarana seperti gedung agar terlihat layak. Seluruh keluarga besar MA KMM Kauman Padang Panjang bertanggung jawab untuk mempromosikan madrasah.

Berdasarkan hasil temuan data di atas memperkuat teori dari Kriyanto mengatakan bahwa tujuan dari humas adalah, a. Membangun pemahaman public tentang sekolah. b. Membangun citra dan reputasi sekolah yang baik. c. Mengawasi tanggung jawab sosial dan komunikasi pelayanan public. d. Membangun opini public yang baik. e. Bangun niat baik dan kemitraan (Kriyantono, 2015).

Evaluasi

Kegiatan evaluasi dilaksanakan setelah melaksanakan kegiatan. Kepala kehumasan di MA KMM Kauman Padang Panjang melaksanakan evaluasi sesuai dengan kegiatan yang

telah dilaksanakan. Kegiatan evaluasi dilakukan setiap kali selesai melaksanakan berkunjung ke daerah lain. Evaluasi sekali seminggu dilakukan melihat perkembangan yang ada di media sosial. Evaluasi sekali seminggu juga dilakukan oleh kepala Humas dengan Mudhir setiap hari Rabu. Sedangkan Evaluasi kepada tim dilaksanakan setiap hari Selasa. Evaluasi juga dilaksanakan sekali satu semester dan diakhir tahun.

Berdasarkan hasil temuan data di madrasah menambah teori dari hasil penelitian, seperti apa yang dikemukakan oleh Ira Nur Harini. Berikut hasil penelitian menunjukkan bahwa: a. Dilakukan sesuai dengan pelayanan sekolah. b. Evaluasi dilakukan oleh pihak internal dan eksternal sekolah secara rutin dan periode tertentu. c. setiap tamu yang datang diminta masukannya tentang sekolah (Nur Harini, 2014)

SIMPULAN

Manajemen pengelolaan humas terhadap pemasaran Madrasah Aliyah Kulliyatul Muballighien Muhammadiyah Kauman Kota Padang Panjang dilakukan melalui berbagai kegiatan yang melibatkan perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Perencanaan humas dimulai dengan menetapkan tujuan madrasah berdasarkan evaluasi kegiatan yang sudah dilakukan, dilanjutkan dengan langkah-langkah dalam membuat program kerja humas, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi secara rutin. Kegiatan humas dilakukan melalui berbagai strategi seperti kunjungan ke sekolah lain, penggunaan media sosial, dan peningkatan kualitas guru. Evaluasi dilakukan oleh kepala humas, tim, dan pihak eksternal sekolah untuk membangun pemahaman publik tentang sekolah, citra yang baik, tanggung jawab sosial, opini publik yang baik, dan kemitraan. Dengan demikian, kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pentingnya peran manajemen pengelolaan humas dalam mempromosikan madrasah kepada masyarakat melalui perencanaan, implementasi, dan evaluasi yang terstruktur dan terkoordinasi dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Afidah, I., & Kurniawan, A. (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat. *JM-TBI: Jurnal Manajemen Dan Tarbiyatul Islam*, 12–19.
- Amelia, R. (2022). *Bukan Hanya Entertainment, Ini 7 Manfaat TikTok untuk Bisnis*. Bisnis Dan E-Commerce. <https://store.sirclo.com/blog/manfaat-tiktok/>
- Author. (2022). *38 Pengertian Evaluasi Menurut Para Ahli Dan Secara Umum*. Situs Ilmu Pengetahuan. <https://teks.co.id/pengertian-evaluasi-menurut-para-ahli/>

- Ayunisa, L. N., & Sholeh, M. (2022). Strategi Lembaga Pendidikan Formal Dalam Meningkatkan School Branding Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10(01), 59–72.
- Duhani, E. M. (2017). Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus Di Madrasah Ibtidiyah Terpadu (Mit) As-Salam Ambon. *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 167–189.
- Dwiyama, F. (2018). Unsur Manajemen dalam Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1), 675–695.
- Elyus, D. S., & Sholeh, M. (2021). Strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di era pandemi covid 19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 9(2), 281–289.
- Hassan, E. J. M. dan S. (2020). *Kamus Inggris Indonesia* (Gramedi). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880.
- Kriyantono, R. (2015). *Public Relation*.
- Kustini, H. dkk. (2021). 10 Pengertian Humas Menurut Para Ahli. *Kompas.Com*, 1.
- Margareta, R. T. E., Ismanto, B., & Sulasmono, B. S. (2018). Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(1), 1–14.
- Munir, M. (2018). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Kuantitas Peserta Didik. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 1–37.
- Nur Harini, I. (2014). *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Citra Sekolah (Study Kasus di SMP Al Hikmah Surabaya)*.
- Pohan, Z. (2018). Peran Humas Public Relations Pada Bidang Pendidikan. *Jurnal Sintesa*, 18(1), 103–110.
- Rahmat, A. (2021). *Hubungan sekolah dan masyarakat: mengelola partisipasi masyarakat dalam peningkatan mutu sekolah*. Zahir Publishing.
- RI, K. A. (2020, January). *KMA 890/2019 tentang Pedoman Pemenuhan Beban Kerja Guru Madrasah*.
- S. Gasing, S. dan S. (2016). *Public Relation*. Andi Offset.
- Shobri, M., & Firdaus, J. (2022). Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Madrasah Ibtidaiyah. *Al Yazidiy: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 12–22.
- Sholihah, T. (2018). Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu. *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)*, 3(2), 72–84.

- Suara, M. (2021). *MA KMM Kauman Rebut 5 Medali di KSM Tingkat Kota*. Suara Muhammadiyah. <https://suaramuhammadiyah.id/2021/08/31/ma-kmm-kauman-rebut-5-medali-di-ksm-tingkat-kota/>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (M. T. Sutopo, Ed.; 1st ed.). Alfabeta.