



Promosi Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Positif dan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi

Ahmad Faqih Badrul Murtaja

Universitas KH Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi

Korespondensi penulis: faqihal412000@gmail.com

Dewi Lyien Ien

Universitas KH Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi

Email: dewilyienien1505@gmail.com

Abstract. *This research was conducted because the researchers' interest in the development of academic achievement and the quantity of students at MTs Al-Amiriyyah Blokagung was quite rapid, to analyze what kind of promotions were used by WKS Public Relations in increasing the positive image and quantity of students at MTs Al-Amiriyyah Blokagung and to analyze what factors -Factors that can affect the positive image and quantity of students owned by MTs Al-Amiriyyah Blokagung. The approach used in this study is a qualitative approach with a descriptive type of research. The method used in data collection is Observation related to social media promotion in increasing the positive image and quantity of students. Interviews with the Principal, WKS Public Relations and Media Team, as well as documentation data and archives of activities from the management at MTs Al-Amiriyyah Blokagung. The researcher uses the Miles and Huberman model, namely reduction, presentation and conclusion drawing or data verification. The results of the research obtained from the field stated that the image and quantity owned by MTs Al-Amiriyyah Blokagung in the eyes of the community was considered good. The communication strategies used, such as maintaining communication patterns, planning and arranging tasks as WKS Public Relations at MTs Al-Amiriyyah Blokagung, as well as maintaining openness and information provided to the public can affect the image and quantity of MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Based on this, it can be seen that the factors that affect the positive image and quantity of MTs Al-Amiriyyah Blokagung are by planning and carrying out the programs well, improving the service system, maintaining good communication and cooperation among members/teachers or with the community as well as the existence of disclosure of information to the public.*

Keywords: *Social Media Promotion, Positive Image, Students.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan karena ketertarikan peneliti terhadap perkembangan prestasi akademik dan kuantitas peserta didik di MTs Al-Amiriyyah Blokagung cukup pesat, untuk menganalisis promosi seperti apa yang digunakan WKS Humas dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung dan untuk menganalisis apa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi citra positif dan kuantitas peserta didik yang dimiliki oleh MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Pendekatan yang di gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah Observasi terkait promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik. Wawancara terhadap Kepala Sekolah, WKS Humas dan Tim Media, serta data Dokumentasi dan arsip kegiatan dari pengelolaan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Peneliti menggunakan model Miles and Huberman yaitu Reduksi, Penyajian dan Penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan menyebutkan bahwa citra dan kuantitas yang dimiliki oleh MTs Al-Amiriyyah Blokagung Dimata masyarakat dinilai baik. Strategi komunikasi yang digunakan seperti menjaga pola komunikasi, merencanakan dan menyusun tugas sebagai WKS Humas MTs Al-Amiriyyah Blokagung, serta dengan menjaga keterbukaan dan informasi yang diberikan kepada masyarakat dapat mempengaruhi citra dan kuantitas MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi citra positif dan kuantitas MTs Al-Amiriyyah Blokagung yaitu dengan merencanakan dan menjalankan program-program dengan baik, peningkatan sistem pelayanan, menjaga komunikasi dan kerjasama yang baik sesama anggota/guru ataupun dengan masyarakat serta adanya keterbukaan informasi kepada masyarakat.

Kata kunci: Promosi Media Sosial, Citra Positif, Peserta Didik.

LATAR BELAKANG

Pendidikan memberikan peran penting pada masyarakat. Karena maju mundurnya sebuah masyarakat tergantung pada maju mundurnya pendidikan pada masyarakat tersebut. Tilar dalam Suharto (2012:105) menyatakan, “lembaga pendidikan yang maju, hampir bisa dipastikan salah satu faktor keberhasilannya tersebut adalah keterlibatan masyarakat yang maksimal, oleh karena itu rakyat mempunyai hak dan tanggung jawab untuk menyelenggarakannya sendiri”. Dengan itu pendidikan sangat berperan dalam pembangunan masyarakat, Meskipun sebenarnya pendidikan bukanlah satu-satunya hal yang menentukan keberhasilan tersebut. Artinya harus ada hubungan yang baik antara lembaga pendidikan dengan masyarakat atau sebaliknya.

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Menurut Bell dalam Swastha dan Irawan (1990: 64) promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Sedangkan menurut Tjiptono mendefinisikan Promosi sebagai suatu bentuk aktifitas pemasaran yang menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada poduk yang di tawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih saat ini hampir semua orang sudah menggunakan internet untuk melakukan aktifitasnya sehari-hari, Menurut Arifin (2003: 101) saat ini penggunaan internet sudah tidak asing lagi untuk memasarkan suatu lembaga. lembaga. *E-marketing* adalah sisi pemasaran dari *e-commerce*, yang terdiri dari kerja dari lembaga untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet. *E-commerce* adalah sistem penjualan yang berkembang setelah ditemukan Internet. Sistem pemasaran atau penjualan seperti ini bisa menjangkau seluruh dunia pada saat yang bersamaan tanpa harus mendirikan kantor cabang di semua negara. Selain itu juga bisa dilakukan 24 jam tanpa berhenti. Dengan hanya melalui unit komputer yang terhubung ke Internet, perusahaan dapat memasarkan produk-produknya.

Pemasaran dengan strategi promosi melalui internet khususnya dengan sosial media (jejaring sosial) dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk yang ingin mereka beli karena tidak perlu tatap muka secara langsung.

Adapun yang dimaksud dengan media sosial menurut Elvinaro (2007: 103) pada dasarnya media sosial sama dengan media massa, media massa ini di bagi dua bagian yaitu media cetak dan media elektronik, media cetak seperti surat kabar, majalah, sedangkan media

elektronik seperti radio, televisi, film, media *online* (internet). Secara umum media sosial didefinisikan sebagai media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: *blog, twitter, facebook, dan instagram*.

Pada hakekatnya humas merupakan sebuah proses komunikasi antara organisasi dengan publiknya untuk menjalin hubungan yang baik agar tercipta citra serta tercapainya tujuan. Dimana, jika sebuah lembaga pendidikan memiliki citra yang positif maka akan muncul opini yang baik dari masyarakat. Salah satu pendukung dari kinerja humas adalah media massa. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh pemasar dalam menghadapi perubahan pasar adalah meningkatkan citra. Melalui kekuatan yang bisa diciptakan oleh lembaga pendidikan akan memperoleh berbagai manfaat. Beberapa riset tentang meningkatkan citra positif lembaga menunjukkan hubungan yang sangat signifikan antara citra yang positif dengan berbagai keuntungan yang dapat diperoleh lembaga pendidikan.

Berdasarkan observasi awal MTs Al-Amiriyyah adalah sekolah yang berada dinaungan Yayasan Pondok Darussalam Blokagung Banyuwangi. Saat ini semakin banyak bermunculan lembaga pendidikan di sekitar pondok pesantren. Misalnya, sekolah-sekolah negeri dan swasta yang terus bermunculan. Keberadaan MTs Al-Amiriyyah yang mampu dikatakan eksis dalam mengembangkan dan mempertahankan lembaga dengan keadaan dikelilingi lembaga pendidikan yang sepadan di sekitarnya dilihat dari kualitas dan kuantitas di dalamnya. Dalam hal ini, keberadaan bidang hubungan masyarakat (*Public Relations*) dinilai sangat strategis dalam menanggapi opini publik. WKS Humas memiliki tanggung jawab menjalin kerjasama dengan *stakeholder* dan masyarakat untuk terus meningkatkan kuantitas peserta didik. Dalam meningkatkan kinerja maka WKS Humas harus menyusun rencana dan strategi yang baik dalam meningkatkan kuantitas peserta didik. WKS Humas juga harus bisa mengubah opini di masyarakat supaya menjadi suatu hal yang lebih baik, jika opini dari masyarakat tentang sekolah tersebut baik maka semakin baik pula *image* yang di peroleh di lembaga pendidikan tersebut.

MTs Al-Amiriyyah Blokagung merupakan lembaga pendidikan yang selalu berupaya melakukan perbaikan dan menciptakan opini publik yang positif. Dimana MTs Al-Amiriyyah Blokagung selalu mempublikasikan program-program pengembangan kependidikan di media cetak seperti *bener, brosur* dan media sosial seperti *watsapp, facebook, instragram dan Tik Tok*. Hal ini dilakukan selain untuk pengenalan program kependidikan dan lebih mendekati kepada masyarakat juga untuk menciptakan opini publik yang positif. Selain itu juga MTs Al-

Amiriyyah melakukan pembinaan karakter kepada peserta didiknya agar menghasilkan output yang baik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Bagi peserta didik yang berprestasi, selalu diberikan fasilitas beasiswa guna mempertahankan dan meningkatkan prestasi belajar mereka. Pengembangan pembangunan sarana dan prasarana pun dilakukannya sebanding dengan meningkatnya jumlahnya peserta didik setiap tahun pengajaran dan juga di MTs Al-Amiriyyah mempunyai program unggulan dan tahfidz guna untuk memudahkan dalam membina dan mengembangkan kecerdasan siswa, keterampilan, bakat, minat, sikap dan perilaku siswa agar siswa memiliki indikator prestasi yang tinggi dan unggul sesuai dengan potensinya.

Dari paparan di atas, iyalah hasil dari penelitian kami, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana sebenarnya strategi yang dilakukan WKS Humas dalam meningkatkan peserta didik. Peneliti tertarik mengangkat permasalahan tersebut sebagai bahan penelitian. Adapun judul penelitian adalah “Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan harapan dapat di gunakan sebagai bahan referensi dalam pengembangan pembelajaran di lembaga-lembaga pendidikan lainnya terkhusus bagi para praktisi humas dalam sebuah organisasi atau lembaga pendidikan.

KAJIAN TEORITIS

1. Promosi dan Media Sosial

a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Menurut Bell dalam Swastha dan Irawan (1990 :61) promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Sedangkan menurut Nikels dalam bukunya Swastha dan Irawan (1990 :89) promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

- 1) Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian. Terdapat empat indikator pada promosi. Keempat indikator tersebut adalah periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), dan *publisitas*.

Periklanan (*advertising*) Segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk

melakukan presentasi dan promosi non pribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa untuk mempengaruhi audience.

- 2) Penjualan Personal (*personal selling*) Interaksi antar individu, saling bertemu muka dalam rangka mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.
- 3) Promosi penjualan (*sales promotion*) Kegiatan pemasaran yang mendorong efektifitas pembelian konsumen dengan menggunakan alat-alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi dan sebagainya.
- 4) Publisitas Sejumlah informasi tentang seseorang, barang, atau organisasi yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya, atau tanpa pengawasan dari sponsor.

Dengan demikian maka promosi merupakan kegiatan perusahaan yang dilakukan dalam rangka memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga dengan kegiatan tersebut konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.

b. Pengertian Media Sosial

Pada dasarnya media sosial menurut Zarella (2010 :23) merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi- teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri. *Post* di *blog*, *tweet*, atau video *YouTube* dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis.

Menurut Zarella (2010 :31) media sosial mempunyai banyak bentuk, diantaranya yang paling populer yaitu *microblogging (twitter)*, *facebook*, *blog*, dan *instagram*. *Twitter* adalah suatu situs web yang merupakan layanan dari *microblog*, yaitu suatu bentuk *blog* yang membatasi ukuran setiap *post*-nya, yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk dapat menuliskan pesan dalam *twitter update* hanya berisi 140 karakter. *Twitter* merupakan salah satu jejaring sosial yang paling mudah digunakan, karena hanya memerlukan waktu yang singkat tetapi informasi yang disampaikan dapat langsung menyebar secara luas.

2. Citra Positif

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian citra adalah: kata benda: gambar, rupa, gambaran; gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk; kesan mental atau bayangan visual yang

ditimbulkan oleh sebuah kata, *frase* atau kalimat, dan merupakan unsure dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.

Menurut Canton (2017:161) mengatakan bahwa citra merupakan kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Citra itu sendiri perlu sengaja diciptakan agar bernilai positif dan citra merupakan salah satu hal penting didalam sebuah perusahaan atau organisasi.

Citra merupakan gambaran diri baik personal, organisasi maupun lembaga yang sengaja dibentuk untuk menunjukkan kepribadian atau cirri khas sehingga muncul persepsi baik tentang bagaimana pihak lain memandang sebuah lembaga, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Tugas lembaga dalam membentuk citra adalah dengan mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk di mata publik atau masyarakatnya. Menurut Sutojo yang dikutip dalam buku *Handbook of Public Relation* citra lembaga dianggap sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri lembaga atau organisasi. Citra perlu dibangun secara jujur agar citra yang dipersepsikan oleh publik adalah baik dan benar, dalam arti adakonsistensi antara citra dengan realitas.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa citra itu sendiri merupakan suatu hal yang masih abstrak yang tidak bisa dinilai secara matematis dan hanya bisa dirasakan. Namun sejauh ini, penilaian tentang citra suatu organisasi ditentukan oleh humas dari organisasi tersebut. Dimana Humas dari organisasi harus mampu menciptakan opini yang positif agar mendapat kepercayaan dari masyarakat. Citra sebuah organisasi tentunya tergantung pada kondisi dimana organisasi itu sendiri. Dalam membangun citra ada berbagai langkah dan strategi yang harus dilakukan. Citra yang dimasukkan dalam penelitian ini adalah jika sebuah lembaga ini telah memperoleh kepercayaan dari Masyarakat serta mampu menimbulkan opini publik yang positif di mata masyarakat.

3. Kuantitas Peserta Didik

Thomson (1990 :29) kuantitas sebagai suatu hal yang terbentuk dari suatu proses pengukuran, contohnya ukuran jumlah. Pengertian kuantitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu banyaknya suatu benda atau sesuatu jumlah. Penggunaan istilah dari kuantitas dalam bahasa Indonesia mencakup lingkup yang luas seperti, jumlah bahan baku, bahan setengahbaku, dan juga bahan jadi. Jadi kuantitas itu suatu yang dapat dilihat dari perhitungan atau dengan jumlah, dengan kata lain suatu yang dapat dilihat dari banyaknya jumlah.

Menurut Nata dalam Aly (2008 :64) mendefinisikan, “peserta didik atau kata lain dari murid adalah sebagai orang yang berkehendak untuk mendapat ilmu pengetahuan, pengalaman, keterampilan, pengalaman da juga kepribadian yang baik sebagai bekal hidup supaya bahagia dunia akhirat dengan jalan belajar yang sungguh-sungguh”. Dalam Undang-undang nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 1 ayat 4, “peserta didik suatu anggota masyarakat yang mengembangkan dirinya dengan melalui suatu proses pendidikan dengan jalur jenjang dan jens pendidikan yang tertentu”.

Peserta didik atau anak didik yang mendapat suatu pengajaran ilmu sebagai individu yang mengalami perkembangan dan perubahan sehingga masih memerlukan bimbingan serta arahan dalam suatu bentuk kepribadian dan menjadi bagian dari proses pendidikan. Peserta didik memerlukan bimbingan dan arahan untuk mencapai kesempurnaan. Dengan demikian maka peserta didik yang merupakan bahan mentah maka harus diolah sehingga menjadi produk pendidikan.

Dari pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa meningkatkan kuantitas peserta didik yaitu suatu usaha untuk meningkatkan jumlah dari peserta didik dengan berbagai strategi yang telah di usahakan untuk mencapai apa yang di inginkan pada suatu lembaga pendidikan.

Berikut ini ayat alquran yang menjelaskan tentang peserta didik, Allah berfirman terdapat pada suat An-nisa’ ayat 170 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ الرَّسُولُ بِالْحَقِّ مِنْ رَبِّكُمْ فَأَمِنُوا خَيْرًا لَكُمْ وَإِنْ تَكْفُرُوا فَإِنَّ لِلَّهِ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Artinya : *Wahai manusia! Sungguh, telah datang Rasul (Muhammad) kepadamu dengan (membawa) kebenaran dari Tuhanmu, maka berimanlah (kepadanya), itu lebih baik bagimu. Dan jika kamu kafir, (itu tidak merugikan Allah sedikit pun) karena sesungguhnya milik Allah-lah apa yang di langit dan di bumi. Allah Maha Mengetahui, Mahabijaksana.*

Dari ayat di atas menjelaskan bahwa nabi Muhammad diturunkan untuk menyempurnakan agama islam, maka umat islam disuruh untuk beriman kepada allah dan rasulnya, dan apabila mereka kafir maka allah tidak akan rugi melainkan dirinya yang akan rugi karena semuanya milik allah. Apabila dikaitkan dengan peserta didik maka dapat disimpulkan bahwa semua orang dituntut untuk mencari ilmu, karena masih banyak ilmu dari allah yang belum dapat terpelajari oleh manusia.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metode pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah Observasi terkait promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif dan kuantitas peserta didik. Wawancara terhadap Kepala Sekolah, WKS Humas dan Tim Media, serta data Dokumentasi dan arsip kegiatan dari pengelolaan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Peneliti menggunakan model Miles and Huberman yaitu Reduksi, Penyajian dan Penarikan kesimpulan atau verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif MTs Al- Amiriyyah Blokagung

Pembahasan merupakan hasil dari penelitian dan dikorelasikan dengan teori yang sudah dipaparkan sebelumnya. Pembahasan ini akan mendeskripsikan jawaban berdasarkan fokus penelitian. Fokus pertama pada Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif Di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

Hasil penelitian pada Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif MTs Al-Amiriyyah, Dalam suatu lembaga pendidikan, kepala sekolah memiliki posisi yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan suatu kegiatan pembelajaran dan pengelolaan program sekolah yang efektif. Salah satu komponen yang diperlukan dalam setiap organisasi adalah Humas, Suatu lembaga pendidikan MTs Al-Amiriyyah pasti membutuhkan *public relation* atau kata lain dari hubungan masyarakat, karena lembaga pendidikanlah tempat untuk penyaluran ilmu kepada peserta didik.

Lembaga sekolah yang saat ini berada di lingkungan masyarakat yang mempunyai peran untuk perkembangan sekolah dan disinilah WKS Humas yang akan eksis dalam menanggapi opini publik di MTs Al-Amiriyyah. WKS Humas di MTs Al-Amiriyyah yaitu sebagai penghubung antara masyarakat dengan lembaga sekolah dalam pengembangan sekolah tersebut dan untuk membina hubungan antara sekolah dengan masyarakat. Sekolah yang ingin mempunyai citra yang baik juga harus mampu membangun hubungan yang baik pula dengan masyarakat khususnya pada saat pemasaran lembaga sekolah tersebut supaya masyarakat mampu memberikan kepercayaan kepada sekolah, serta perkembangan sekolahpun tidak akan berjalan mulus tanpa adanya dukungan dari masyarakat.

MTs Al-Amiriyyah mempunyai beberapa cara untuk promosi diantaranya yaitu:
1) melalui media sosial 2) melalui media cetak 3) mengadakan ajang perlombaan untuk

SD/MI sebanyak 4) mengadakan program PPL di SD/MI setiap akhir pembelajaran. Akan tetapi promosi yang di gunakan MTs Al-Amiriyyah lebih condong pada media sosial, karna melihat perkembangan zaman yang dimana masyarakat juga lebih sering menggunakan media sosial, Seperti yang di paparkan Wahyuni & Ernungtyas, 2020:15) Penggunaan media sosial sangat tinggi dikarenakan melalui media sosial seseorang bisa mendapatkan hiburan dan juga informasi serta berinteraksi dengan orang lain tanpa harus bertatap muka. Keuntungan dari media sosial adalah prosesnya instan dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja menggunakan perangkat seperti *smartphone* atau *laptop* sehingga membuat jumlah pengguna media sosial di Indonesia sangat banyak.

MTs Al-Amiriyyah adalah salah satu sekolah swasta yang memiliki *Public Relations* dan *Multimedia*. *Public Relations* dan *Multimedia* memiliki tugas yakni mengelola media sosial dan tugas lainnya adalah mendokumentasikan kegiatan-kegiatan akademik atau non-akademik yang dilaksanakan di MTs Al-Amiriyyah. Media sosial yang digunakan oleh *Public Relations* dan *Multimedia* terdiri dari *Youtube*, *Facebook*, *Instagram* dan *Tik Tok*.

2. Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung

a. Pengembangan lembaga pendidikan melalui sosialisasi dan Promosi

Kegiatan dari sosialisasi dan promosi ini dilakukan bukan hanya oleh pihak sekolah yang bersangkutan, tetapi juga dari para alumni yang juga ikut berpartisipasi dalam pengembangan lembaga MTs Al-Amiriyyah Blokagung serta dari pihak pondok pesantren yang memberikan peran serta dalam kegiatan promosi tersebut sehingga mendapat manfaat antara kedua belah pihak yakni MTs Al-Amiriyyah Blokagung dan juga pondok pesantren itu sendiri. Kegiatan sosialisasi dan promosi ini juga dilakukan oleh tenaga pendidik serta peserta didik sendiri dengan cara mengumpulkan OSIS untuk terjun langsung di sekolah-sekolah lain seperti SD/MI dengan cara menyampaikan menggunakan video atau *slide*.

Materi yang disampaikan dalam sosialisasi dan promosi tersebut adalah menyampaikan pengertian tentang keadaan sekolah serta menjelaskan berbagai macam keahlian dan juga kegiatan serta memberi tahu tentang keunggulan-keunggulan yang dimiliki dan yang dilaksanakan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung, serta menyampaikan prestasi-prestasi yang sudah di dapat oleh sekolah. Bentuk sosialisasi yang dilakukan antara lain:

1) Lisan

Sosialisasi dan promosi secara lisan ini dilakukan ketika berhadapan langsung oleh objek sasaran, yang biasanya dilakukan dalam forum ataupun ketika ada suatu pertanyaan, dan kegiatan ini dilakukan oleh siapa saja dan kapan saja seperti kepala sekolah, WKS. Humas, guru, staf, siswa-siswi dan masyarakat umum.

2) Media

Dalam menggunakan media/alat dalam proses sosialisasi dan promosi ini, MTs Al-Amiriyyah Blokagung menggunakan beberapa media, diantaranya yaitu:

a) Audio

Dalam penggunaan audio ini sekolah bergantung pada pondok pesantren yang mempromosikan lembaga dengan bekerja sama dengan pihak stasiun radio terdekat, dalam proses ini lembaga pesantren mempromosikan diri serta memberikan pengertian bahwa di pondok pesantren terdapat beberapa lembaga pendidikan salah satunya yaitu MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

b) Visual

Media visual yakni media yang menggunakan brosur, baliho, spanduk, koran, dan kalender.

c) Audio-visual

Media ini sering digunakan yaitu proyektor ketika melakukan kegiatan sosialisasi dan promosi disekolah dan masyarakat. Dengan menunjukkan video tentang keadaan sekolah MTs Al-Amiriyyah Blokagung serta kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

d) Internet

Melalui internet inilah yang sangat berpengaruh dalam kegiatan promosi MTs Al-Amiriyyah Blokagung, karena sudah zamannya dimana semua orang menggunakan internet baik orang tua maupun anak remaja tak ketinggalan pula anak-anak. MTs Al-Amiriyyah Blokagung menggunakan media ini dengan membuat situs-situs yang dapat memberikan informasi tentang MTs Al-Amiriyyah Blokagung, situs itu berupa jejaring sosial media, seperti *WhatsApp*, *facebook*, *instagram*, *Tik Tok* dan juga melalui *website* MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

b. Penerimaan peserta didik

Penerimaan adalah memikirkan kedepan tentang apa-apa yang harus dilakukan. penerimaan sendiri adalah aktifitasnya, sedangkan hasil dari perencanaan tersebut adalah rencana yang berwujud rumusan tertulis. Dengan kata lain, jika rencana yang terumus secara tertulis tersebut belum ada, maka aktifitas perencanaan tersebut belum selesai atau belum berhasil.

penerimaan peserta didik adalah suatu aktifitas memikirkan kedepan tentang hal-hal yang harus dilakukan berkenaan dengan peserta didik di sekolah, baik sejak peserta didik akan memasuki sekolah maupun mereka akan lulus dari sekolah. Yang di rencanakan adalah hal-hal yang harus dikerjakan berkenaan dengan penerimaan dengan pelulusan peserta didik (Imron, 2016:21).

Ruang lingkup penerimaan peserta didik sesuai dengan Imron (2016:22) meliputi: (1) perkiraan, (2) perumusan tujuan,(3) kebijakan, (4) penyusunan program, (5) prosedur, (6)penjadwalan, dan (7) pembiayaan.

perencanaan peseta didik di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi dilakukan pada awal tahun penerimaan peserta didik baru. Dimana Penerimaan peserta didik baru perlu dikelola sedemikian rupa mulai dari perencanaan penentuan daya tampung sekolah atau jumlah peserta didik baru yang akan diterima. Calon peserta didik yang mendaftar di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi setiap tahunnya mengalami peningkatan sebagaimana yang dilihat peneliti mengenai bertambahnya ruangan yang terdapat di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

3. Faktor Pendukung Dan Penghambat Promosi Media Social Dalam Meningkatkan Citra Positif Dan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung yaitu:

1. Faktor pendukung

Faktor pendukungnya yaitu di MTs Al-Amiriyyah sudah mempunyai media sosial yang lengkap dan progam-progam yang di mana program tersebut dapat meningkatkan citra positif dan kuantitas di MTs Al-Amiriyyah Dan adanya dukungan baik dari dalam maupun dari luar sekolah, dukungan dari dalam seperti dukungan dari sesama pegawai sekolah yang saling mensupport serta juga ikut andil dalam hal ini dan dukungan dari luar sekolah yaitu dukungan dari alimni, wali santri dan masyarakat.

2. Faktor penghambat

Faktor penghambatnya yaitu tenaga dan waktu yang terbatas sehingga membuat proses promosi media sosial kurang efektif dan kurang istiqomah.

KESIMPULAN

1. Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Positif MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021/2022

Hasil temuan dilapangan terlihat bahwa WKS Humas di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi sudah cukup berjalan dengan baik, Promosi media sosial dalam meningkatkan citra positif MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi di mulai dari :

a. Strategi promosi MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi

- 1) Dengan cara menyiapkan strategi dan inovasi setelah mengevaluasi dari program-program sebelumnya yang dimana akan membuat MTs Al-Amiriyyah Blokagung lebih maju dalam pendidikan, serta mengadakan evaluasi setiap akhir pembelajaran sehingga akan lebih mudah untuk mengatasi problem-problem yang ada dan mempromosikan kegiatan-kegiatan yang positif.
- 2) Dengan menyiarkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan setiap hari lewat media yang ada, prestasi apa yang di dapat dan perkembangan apa yang ada di MTs Al-Amiriyyah Blokagung, sehingga semua orang bisa tahu perkembangan kita dengan nilai-nilai yang positif.
- 3) Dengan membuat konten dan mendokumentasikan kegiatan-kegiatan dan program-program sehari-hari lewat media sosial, bahkan setiap hari dan sebisa mungkin mereka harus membuat konten baik berupa foto atau video, guna untuk menggambarkan kepada wali santri dan masyarakat, dengan seperti itu mereka akan tahu prestasi, kegiatan-kegiatan dan program-program yang ada di dekolah sehingga bisa mendapat nilai yang positif.

b. Media Promosi MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

- 1) Media sosial, media cetak, mengadakan ajang perlombaan untuk SD/MI seBanyuwangi dan mengadakan program PPL di SD/MI setiap akhir pembelajaran, serta dari pihak pegawai sekolah sendiri dan alumni yang secara langsung kemasyarakat. akan tetapi promosi yang lebih ditekankan saat ini yaitu melalui media sosial.
- 2) MTs Al-Amiriyyah Blokagung mempunyai beberapa bentuk media sosial, diantaranya yang yaitu *website, blog, facebook, instagram, YouTube, dan TikTok*.

2. Promosi Media Sosial Dalm Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Tahun Pembelajaran 2021/2022

a. Pengembangan lembaga pendidikan melalui sosialisasi dan Promosi

Dalam pelaksanaan sosialisasi tersebut tidak hanya dilakukan oleh kepala sekolah dan WKS Humas saja, tetapi juga dilakukan oleh tenaga pendidik dan juga OSIS dari sekolah untuk ikut serta dalam sosialisasi tersebut. Yang dilakukan melalui sosialisasi dengan mempromosikan serta menunjukkan keunggulan MTs Al-Amiriyyah Blokagung seperti ekstrakurikuler karena dengan melihat peluang yang ada ,, Dengan cara lain yaitu mendorong siswa utuk mengembangkan potensinya melalui Ektrakurikuler seperti tahfidz, band,olahraga, hadrah, bulu tangkis, dan lain sebagainya untuk menarik minat peserta didik yang berada di bawahnya bahwa MTs Al-Amiriyyah Blokagung juga mempunyai prestasi tersendiri dan kepala sekolah memberikan peluang seluasnya kepada peserta didik setiap ada *event* untuk mengikutinya seperti olimpiade MIPA, Pramuka dan sebagainya. Dalam penyampaian informasi dan promosi tentang sekolah kepada masyarakat dan sekolah sekitar, menggunakan berbagai macam cara diantaranya media cetak, media internet dan menggunakan audio-visual.

b. penerimaan peserta didik baru

bahwa upaya yang dilakukan sekolah berkaitan dengan penerimaan Peserta didik di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi ialah penerimaan peserta didik baru. Dimana Penerimaan peserta didik baru perlu dikelola sedemikian rupa mulai dari perencanaan penentuan daya tampung sekolah atau jumlah peserta didik baru yang akan diterima. Calon peserta didik yang mendaftar di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi setiap tahunnya mengalami peningkatan sebagaimana yang dilihat peneliti mengenai bertambahnya ruangan yang terdapat di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

DAFTAR REFERENSI

- Adnan, H. & Cangara, H. 1996. *Prinsip-prinsip Hubungan Masyarakat*, Surabaya: Usaha Nasional.
- Arifin, Ali. 2003. *Viral Marketing - Konsep Baru Berinvestasi Dan Berwirausaha*. Yogyakarta : Andi Publisher.
- Bonar, S.K. 1993. *Hubungan Masyarakat Modern*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Gassing, S. & Suryanto. 2016. *Public Relation*, Yogyakarta: CV Andi.
- Iriantara, Y. 2013. *Manajemen Humas Sekolah*, Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Moelong, Lexy. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Mohamad taufiq, *Qur'an In Word*, diambil pada tanggal 03 April 2019
- Moore, Frazier. 2005. *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mukarrom, Z. & Laksana. 2015a. *Manajemen Public Relation*, Bandung: Pustaka Setia.
- Munir.M. 2018. Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Islam*. 1(2): 83-84.
- Murtadho, Ali. 2019. *Data Siswa Tiga Tahun Terakhir MTs Al-Amiriyyah*, Blokagung: 20 mint.
- Sugiyono. 2008. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2017) *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung. Alfabeta.
- Swastha, Basu & Hani Handoko. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. 2005. Jakarta: PT Armas Duta Jaya.
- Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.