

**Strategi Promosi Lembaga Pendidikan kepada Masyarakat
dalam Meningkatkan Jumlah Siswa
“Studi di Madrasah Aliyah Mu’allimin Mu’allimat Jombang”**

Oleh:

Finadatul Wahidah

finadatulwahidah90@gmail.com

Abstrak

Di era globalisasi saat ini, peran humas (hubungan masyarakat) sangatlah penting. Mengingat persaingan di lembaga pendidikan semakin ketat. Jika menginginkan lembaganya dikenal masyarakat atau khalayak yang nantinya berimbas kepada banyaknya jumlah siswa, maka setiap lembaga pendidikan haruslah mempunyai strategi promosi yang bagus. Karena, dengan mempromosikan sumber-sumber daya dari suatu lembaga, maka lembaga tersebut akan mudah didengar dan dikenal masyarakat, sebagaimana yang dilakukan oleh MA Mu’allimin Mu’allimat Jombang. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan strategi promosi yang dilakukan oleh MA Mu’allimin Mu’allimat Jombang, hal ini menarik untuk dikaji karena setiap tahunnya jumlah siswa MA Mu’allimin Mu’allimat Jombang mengalami peningkatan.

A. Pendahuluan

Lembaga pendidikan di era globalisasi saat ini harus benar-benar dikelola secara maksimal dan profesional. Dikarenakan semakin ketatnya persaingan, maka lembaga pendidikan akan ditinggalkan oleh masyarakat, jika sistem pendidikannya dikelola dengan apa adanya. Setiap lembaga pendidikan harus mampu memahami bahwa proses pembelajaran senantiasa dinamis mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh karena itu, lembaga pendidikan diharuskan dan dituntut agar meningkatkan kualitas pendidikannya dari berbagai aspek. Dengan persaingan yang semakin ketat, masyarakat akan memilih lembaga lain yang lebih lebih berkualitas. Oleh karenanya, setiap lembaga pendidikan dituntut untuk mengelola lembaganya dengan baik agar memberikan pelayanan yang terbaik. Disamping itu, setiap lembaga pendidikan dituntut untuk dapat mempromosikan lembaganya dengan menggunakan strategi promosi yang jitu, karena betapa pun bagusnya suatu lembaga pendidikan tersebut apabila tidak dipromosikan secara maksimal akan berimplikasi pada tidak dikenalnya lembaga

tersebut dikalangan masyarakat yang akhirnya berimbas pada minimnya jumlah siswa. Sesuai dengan pepatah yang mengatakan bahwa *Tak Kenal Maka Tak Sayang*”

Kata strategi awalnya digunakan dalam kemiliteran dan diartikan sebagai seni dalam merancang peperangan. Menurut KBBI strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu di waktu perang dan damai; ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh diperang dalam kondisi yang menguntungkan; rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹

Akan tetapi, seiring dengan perkembangannya strategi tidak hanya diartikan sebagai seni tetapi merupakan ilmu pengetahuan. Istilah strategi yang diterapkan dalam dunia pendidikan, khususnya dalam kegiatan perekrutan atau promosi adalah suatu seni atau ilmu untuk mempengaruhi orang lain sehingga tujuan-tujuan yang ditetapkan dapat dicapai secara efektif dan efisien.

Selanjutnya untuk lebih memahami tentang promosi, penulis mengutip beberapa pengertian promosi dari para ahli, antara lain:

1. Menurut Basu Swastha DH, “promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.”²
2. Philip Kotler menyatakan bahwa “promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran (target consumers) agar membelinya.”³
3. Promosi adalah aktivitas-aktivitas atau peristiwa-peristiwa yang direncanakan untuk menjamin dukungan atau pengakuan tentang diri seseorang, produk, lembaga atau gagasan.⁴

Dari pengertian strategi dan promosi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi merupakan program yang direncanakan untuk dapat mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku audiens sasaran sehingga tujuan-tujuan dari promosi dapat tercapai. Beberapa hal penting yang harus kita promosikan adalah⁵:

¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), edisi ketiga, hal 1092.

² Basu Swastha DH, *Azas-azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 1984), edisi 3, hal 237

³ Philip Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Intermedia, 1983), edisi kedua, hal 59

⁴ Frazier Moore, *Humas; Membangun Citra dengan Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 5

⁵ Salim Al-Idrus, *Handout, Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam Pemberdayaan Masyarakat*, (Malang: UIN Maliki, 2013) hal 48-49

1. Prestasi yang sudah dicapai oleh sekolah (prestasi akademik dan non akademik) seperti prestasi tingkat kelulusan nilai ujian nasional, prestasi perlombaan, dll.
2. Keunggulan sekolah kita. Keunggulan disini dimaksudkan adalah program sekolah yang memiliki ketdaksamaan dengan sekolah lainnya, program khas dari sekolah tersebut, yang benar-benar dilaksanakan dan dikelola dengan efektif dan efisien oleh sekolah agar apa yang menjadi program unggulan dapat dilihat oleh masyarakat. Misalnya program unggulan.
3. Ketersediaan sarana dan prasarana sekolah demi peningkatan kualitas kelulusan.
4. Lingkungan sekolah yang asri. Ketertiban, keamanan dan kenyamanan yang terjaga.
5. Kualitas proses KBM yang dilaksanakan. Misalnya, sekolah mempromosikan bahwa status akreditasinya adalah A, pendidik 85%, berijazah S2, berkompetensi, dll.

Hal yang unik dalam studi ini adalah objek penelitian yang masih berstatus swasta (bukan negeri) dan masih terakreditasi B. Namun, banyak diminati oleh masyarakat. Jumlah siswa empat tahun terakhir meningkat, yaitu pada tahun 2013 ini mencapai +- 576 siswa. Dapat dilihat dari tabel di bawah ini,

Data Siswa Tiga Tahun Terakhir

Tahun Ajaran	Kelas 1		Kelas 2		Kelas 3		Jumlah (kelas 1+2+3)	
	Jml siswa	Jml Rombel	Jml Siswa	Jml Rombel	Jml Siswa	Jml Rombel	Jml Siswa	Jml Rombel
2010/2011	192	5	143	4	139	4	474	13
2011/2012	219	6	187	5	126	4	532	15
2012/2013	171	5	211	6	179	5	561	16
2013/2014	219	6	159	5	190	6	576	17

Sumber: Dokumentasi MA Mu'allimin Mu'allimat Jombang

Dari observasi awal yang dilakukan yaitu dengan berkomunikasi dengan salah satu guru MA Mu'allimin Mu'allimat, Bapak Rif'an Nashir pada tanggal 30 November 2013, mengatakan bahwa meningkatnya jumlah siswa/i MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang salah satunya adalah strategi promosi yang mapan dalam menarik siswa. Sehingga banyak orang tua yang percaya untuk menyekolahkan anaknya di MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang.

Perencanaan strategi promosi yang digunakan yaitu dengan mengadakan komunikais dengan pihak internal maupun eksternal madrasah dan kemudian waka humas menawarkan kepada kepala sekolah, waka kesiswaan, dll terkait strategi apa yang akan digunakan.

Pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan di MA Mu'allimin Mu'allimat Jombang minitikberatkan kepada alumni sebagai sarana sasaran/ audiensnya dikarenakan prosenatse siswa yang amsuk di tahun ajaran baru banyak mendapatkan informasi tertang MA Mu'allimin Mu'allimat Jombang dari para alumni. Sedangkan evaluasi strategi promosi yang digunakan yaitu dengan melakukan pengecekan jumlah siswa di awal tahun pelajaran apakah jumlah siswa MA Mu'allimin mu'allimat meningkat atau bahkan menurun.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini mencakup tiga hal yakni: 1) Bagaimana perencanaan strategi promosi yang diterapkan oleh MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang dalam meningkatkan jumlah siswa?; 2) Bagaimana pelaksanaan strategi promosi yang berjalan di MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang dalam meningkatkan jumlah siswa?; 3) Bagaimana Evaluasi strategi promosi MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang dalam meningkatkan jumlah siswa?

B. Hasil dan Pembahasan

1. Sejarah Berdirinya MA Mu'allimin Mu'allimat Jombang

Berdiri tahun 1956 yang tujuannya adalah menyiapkan kader guru (mu'allim). Gedung MA Mu'allimin Mu'allimat berada di depan Rumah KH. Abdul Fattah, pendiri sekaligus pimpinan madrasah ini. Madrasah Mu'allimin demikian beliau menyebut lembaga tersebut Pendidikan di madrasah ini selama empat tahun dan siswanya khusus putra.

Pada tahun 1958 Madrasah Mu'allimat didirikan, yakni madrasah untuk putri. Dengan tempat atau gedung yang tidak berbeda, namun para siswa masuk pagi dan para siswi masuk siang. Sejak itu madrasah ini menjadi Madrasah Muallimin Mu'allimat denga masa belajar 4 tahun. Menggunakan kitab kuning pada pelajaran-pelajaran agama. Pimpinan Madrasah secara formal belum ada. KH. Abdul Fattah sebagai pendiri menunjuk Bapak Mamas dari Kalimantan untuk mengelola MA Mu'allimin Mu'allimat.

Di tahun 1964 kurikulum yang digunakan oleh MA Mu'allimin Mu'allimat adalah 6 tahun karena menyesuaikan kurikulum PGA disempurnakan menjadi 6 tahun. Ketua MA Mu'allimin Mu'allimat adalah Abdurahman Wahid (Gus Dur) sampai tahun 1966. Dan dilanjutkan oleh KH. Abdul Fattah.

Tahun 1969 Madrasah berubah status menjadi MTsAIN untuk kelas 1-3 dengan kepala Madrasah Drs. H. Moh Syamsul Huda dan MAAIN untuk kelas 4-6 dengan kepala madrasah KH. Achmad Al Fatih AR. Atas prakarsa KH. Wahab Chasbulloh turun SK Menteri Agama Nomor :23/1969 tanggal 4 Maret 1969 yang waktu itu dijabat oleh KH. Muhammad Dahlan.

Tahun 1972 KH. Abdul Fattah mendirikan kembali Madrasah Mu'allimin Mu'allimat yang mandiri dengan menggabungkan kurikulum pesantren, PGA 6 tahun dan sedikit pelajaran umum. Beliau memulai dari nol kembali untuk menjaga kemandirian dan kemurnian kurikulum tersebut. Kepala madrasah saat itu adalah KH. Achmad al Fatih AR yang merangkap jabatan sebagai kepala MAAIN. Sementara itu kedua madrasah negeri tersebut yakni MTsAIN dan MAAIN, dan sekarang telah berkembang menjadi MTsN Tambakberas dan MAN Tambakberas yang berlokasi di Tambakberas.

Tahun 1982 berdiri Sekolah Persiapan MMA (SP MMA) dengan jenjang pendidikan 2 tahun. Sekolah ini diperuntukkan bagi siswa yang belum pernah mengenal pendidikan madrasah. SP MMA pada tahun 1992 akhirnya menjadi madrasah yang mandiri di lingkungan Bahrul Ulum.

Tahun pelajaran 1983/1984 MMA mengikuti akreditasi madrasah. Dengan adanya akreditasi ini MMA secara formal memiliki 3 lembaga yakni MMA 6 tahun (kelas 1-6), MMP (kelas 1-3) setingkat Tsanawiyah, MMA (kelas 4-6) setingkat Aliyah. Dengan adanya akreditasi ini siswa kelas 3 yang belum memiliki ijazah setingkat MTs/SMP bisa mengikuti ujian negara dan mendapatkan ijazah formal secara sah dan siswa kelas 6 dapat mengikuti ujian negara setingkat Aliyah dengan jurusan IPS secara sah pula. Tetapi realitasnya kurikulum yang digunakan MMA mencakup kurikulum agama 75 % dan 25 % kurikulum umum.

Tahun pelajaran 1993/1994 MMA kembali mengikuti akreditasi formal dengan nama MMA BU (Madrasah Menengah Atas Bahrul Ulum) setingkat Aliyah untuk kelas 4-6 dengan status diakui dan MMP BU (Madrasah Menengah Pertama Bahrul Ulum) setingkat MTs untuk kelas 1-3 juga dengan status diakui. Mata

pelajaran keagamaan tetap menggunakan kitab-kitab salaf dengan prosentase 75 % agama dan 25 % umum.

Tahun 2001 Madrasah Mu'allimin Mu'allimat Bahrul Ulum Tambakberas Jombang dengan lama pendidikan 6 tahun semakin mengkokohkan diri sebagai madrasah yang mempunyai ciri khas pendidikan salaf. Madrasah Mu'allimin Mu'allimat ini diakui oleh pemerintah dan mendapat akreditasi B dengan tanpa merubah muatan kurikulum agama pada madrasah ini. Ujian negara dapat dilaksanakan di Madrasah Mu'allimin Mu'allimat ini tanpa bergabung dengan madrasah lain yakni MAN Tambakberas seperti yang dilakukan selama ini. Siswa kelas 6 yang lulus mendapat 2 ijazah, satu ijazah Aliyah jurusan IPS/Bahasa dan satu ijazah Madrasah Mu'allimin Mu'allimat dengan 29 mata pelajaran gabungan antara kurikulum pesantren, PGA dan Aliyah Jurusan IPS. Ijazah Madrasah Mu'allimin juga sudah muadalah (diakui) oleh Universitas al Azhar Kairo. Lulusan madrasah ini dapat menggunakan kedua ijazahnya untuk melanjutkan belajar ke luar negeri.

Tahun 2003 Madrasah ini kembali berbenah diri dalam bidang administrasi pendidikan dan kurikulum. Dengan adanya UU nomor 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan Nasional bahwa pendidikan formal jenjangnya adalah SD/MI, SMP/MTs dan SMA/MA/SMK, maka madrasah ini untuk formalitas menjadi MTs Mu'allimin Mu'allimat dan MA Mu'allimat Mu'allimat dengan jurusan Bahasa. Bahasa asing yang digunakan yakni *Arabic*. Kurikulumnya tetap menggunakan kitab-kitab salaf menjadi referensi utama. Kurikulum KTSP memberikan peluang besar kepada madrasah ini untuk tetap bertahan. Muatan lokal yang ada menjadi nilai plus yang harus tetap dipertahankan.

Pada tanggal 22 Juli 2011, untuk meningkatkan kualitas dan mempertahankan status Akreditasi Madrasah, maka Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat di akreditasi oleh Badan Akreditasi Propinsi (BAP) dan Alhamdulillah hasilnya terakreditasi B (Diakui) dengan nilai 78.00⁶.

2. Identitas Sekolah

- a. Nama Sekolah : MA MU'ALLIMIN MU'ALLIMAT BAHRUL ULUM
- b. No Pokok Sekolah : 20579979
- c. No Statistik Sekolah : 131 235 170 046

⁶ Data berupa File yang didapat dari Bagian Tata Usaha MA Mu'allimin Mu'allimat,

- d. Status Sekolah : Sekolah Swasta
- e. Alamat Sekolah : Jl. KH. Wahab Hasbullah No.28 Dsn. Tambakberas
Tengah Ds. Tambakrejo Kec. Jombang Kab. Jombang
- f. Telepon/ HP/ Email : 0321-865280 (madrasatuna.1953@gmail.com)
- g. Luas Lahan : 1500 m²
- h. Luas Bangunan : 1315 m²
- i. Jumlah Rombel : 17
- j. Kepala Madrasah : H. Abd. Rohim

3. Visi dan Misi

a. Visi

MADRASAH YANG UNGGUL DALAM BIDANG BAHASA, FIKIH, TAFSIR, HADITS, BERBUDI LUHUR DAN MAMPU BERKIPRAH DI MASYARAKAT

b. Misi

- 1) Mengembangkan pendidikan dan pengajaran yang berorientasi mutu;
- 2) Mengembangkan keahlian siswa bidang Bahasa Indonesia, Arab, Inggris dan keterampilan penunjang;
- 3) Mengembangkan keahlian siswa bidang Hukum Islam dengan Literatur Islam;
- 4) Mengembangkan keahlian siswa bidang Tafsir dan Hadits;
- 5) Mengintegrasikan kurikulum pendidikan umum ke dalam kurikulum keagamaan

4. Data Kepegawaian, Guru dan Siswa

No	Komponen	Jumlah	Kelas X		Kelas XI		Kelas XII		Rincian Jumlah	
			L	P	L	P	L	P	L	P
1.	SISWA	576	113	106	61	98	92	98	265	302
2.	GURU	49							45	4
3.	STAFF	12							12	-
4.	KELAS	17	3	3	2	3	3	3		
5.	ROMBEL	17	3	3	2	3	3	3		

Tabel 1

Sumber: *Dokumentasi MA Mu'allimin Mu'allimat Tambak Beras Jombang*

5. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang ada di MA Mu'allimin Mu'allimat Tambak beras Jombang ini sekaligus menunjang kegiatan belajar mengajar dan menunjang kreativitas siswa yang terdiri dari :

No	Jenis Prasarana	Jumlah ruang	Jml Ruang kondisi baik	Jml Ruang kondisi rusak	Kategori kerusakan		
					Rusak Ringan	Rusak Sedang	Rusak Berat
1	Ruang Kelas	17	17				
2	Perpustakaan	1	1				
3	R. Lab. IPA						
4	R. Biologi						
5	R. Lab. Fisika						
6	R. Lab. Kimia						
7	R. Lab. Komputer	1	1				
8	R. Lab. Bahasa	1	1				
9	R. Pimpinan	1	1				
10	R. Guru	1	1				
11	R. Tata Usaha	1	1				
12	R. Pertemuan						
13	R. Konseling	1	1				
14	Tempat beribadah	1	1				
15	R. UKS						

16	Kamar mandi	5	4	1	√		
17	Gudang						
18	R. Sirkulasi						
19	Tempat Olah raga						
20	R. OSIS	1	1				
21	Alat Transportasi	2	2				

Tabel 2

Sumber: Dokumentasi MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang

C. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Perencanaan strategi promosi yang diterapkan oleh MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang

Berbicara mengenai perencanaan strategi promosi yang diterapkan oleh MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang maka dalam hal ini peneliti mencoba mencari informasi secara langsung dari Wakil kepala sekolah Bagian Humas. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Waka Humas ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi tentang perencanaan strategi promosi di lembaga tersebut serta bagaimana prosesnya dan melibatkan siapa saja. Wawancara yang dilakukan pada jam istirahat sekolah ini berjalan cukup santai, dikarenakan peneliti tidak memberikan pertanyaan melainkan meminta Waka Humas untuk menceritakan proses perencanaan strategi pemasaran madrasah mulai dari awal. Berikut hasil wawancara dengan Waka Humas yang sudah menjabat +- 4 tahun di madrasah tersebut :⁷

Biasanya ya, selama beberapa tahun ini proses perencanaan strategi pemasaran itu dilakukan pada awal tahun sebelum sekolah itu masuk, dan pada perencanaan strategi pemasaran itu saya juga melibatkan para pemangku kebijakan diantaranya, Kepala Madrasah, Waka Kesiswaan, dan Waka kurikulum dan lain-lain. Hal itu dikarenakan, agar saya bisa mendapatkan masukan yang akurat terkait program-program madrasah dan segala sesuatu yang saya butuhkan untuk nantinya akan saya komunikasikan

⁷ Hasil wawancara dengan Waka Humas pada hari Sabtu, 30/11/2013. jam 9.30 di Ruang Guru Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat Tambak beras Jombang.

dengan masyarakat melalui langkah-langkah yang akan saya ambil. Hasil dari pertemuan dengan para pemangku kebijakan itulah yang saya jadikan landasan untuk menyusun strategi promosi sekolah ini kepada masyarakat. ketika saya sudah mendapatkan informasi yang akurat terkait program-program Madrasah, kemudian saya menawarkan beberapa strategi kepada para pemangku kebijakan. Seperti contoh ya,,, kemaren itu Madrasah membuat program khusus (PK) yang disitu materinya 100% Agama yang diintegrasikan dengan pelajaran umum pada tahun berikutnya. Program itu diperuntukkan untuk lulusan-lulusan sekolah umum seperti SMP atau sederajat yang sebelumnya belum pernah sama sekali mempelajari Agama, program yang ditawarkan meliputi dasar-dasar ilmu agama yang mencakup ilmu tata bahasa arab, penulisan arab jawa (pego) dan lain-lain. Hal ini sangat langka ditemukan di sekolah-sekolah lainnya yang menyediakan program ini di jombang saja baru ada di sekolah ini. Pada awal tahun pelajaran tahun ini saya merencanakan strategi untuk mempromosikan program itu, karna Kepala Madrasah menginstruksikan lebih memprioritaskan program itu terlebih dahulu dengan alasan itu nantinya akan menjadi sarana promosi bagi para siswa yang sebeumnya berbasis umum yang ingin mempelajari agama. Dari situ saya mencoba untuk memahami secara detail program-program yang ditawarkan oleh Madrasah dan setelah itu saya menyusun rencana strategis untuk mempromosikannya kepada masyarakat dan mensosialisasikan kepada para alumni Madrasah, perencanaan strategis itu meliputi koordinasi dengan bagian kesiswaan untuk menyiapkan senjata promosi.

Dari pemaparan Waka Humas MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang terkait dengan perencanaan strategi Madrasah untuk mempromosikan program-programnya, disini peneliti menangkap adanya keterlibatan beberapa pemangku kebijakan dalam memantau kondisi masyarakat saat ini yang membutuhkan Madrasah yang berorientasi untuk lebih memahami Agama akan tetapi tidak meninggalkan ilmu-ilmu umum. Sehingga MA Mu'allimin Mu'allimat membuat suatu program Khusus yang didalamnya terdapat program yang bermaterikan 100% Agama yang terintegrasi dengan materi-materi umum. Peneliti juga menemukan adanya perumusan perencanaan strategi-strategi yang akan di ambil oleh Waka

Humas dalam hal mempromosikan Madrasah yang berkoordinasi dengan Bagian kesiswaan terkait tindak lanjut dari perencanaan strategi tersebut, tindak lanjut yang dimaksud disini adalah langkah-langkah yang akan diambil selanjutnya dalam mempromosikan Madrasah.

2. Pelaksanaan Strategi Promosi yang berjalan di MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang

Untuk pelaksanaan strategi promosi di MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang peneliti masih tetap melakukan wawancara dengan Waka Humas Madrasah tersebut. Karena Waka Humas Madrasah disini sebagai penanggung jawab atas pelaksanaan strategi yang sebelumnya sudah direncanakan. Berikut hasil wawancara peneliti dengan Waka Humas Madrasah Mu'allimin Mu'allimat:⁸

Setelah melakukan pertemuan dengan beberapa pemangku kebijakan, dan melakukan koordinasi dengan bagian kesiswaan, selanjutnya mas saya mulai menyusun program untuk pelaksanaan strategi. Pelaksanaannya meliputi menyiapkan keperluan promosi, diantaranya dengan menyeleksi siswa-siswa potensial yang mempunyai kemampuan khitobah (pidato), mempersiapkan slide untuk presentasi pada para wali murid dan alumni pada pertemuan wali murid dan para alumni. Menurut saya yang paling besar perannya untuk mempromosikan madrasah, karna para alumni merasa dampak madrasah terhadap dirinya begitu besar sehingga para alumni yang sudah berkiprah di masyarakat biasanya merekomendasikan kepada masyarakat untuk melanjutkan di Madrasah ini. Disamping itu image dari pendiri Madrasah juga sangat berperan, karna para santrinya Kyai Fattah (pendiri Madrasah) sangat terkesan dengan kepemimpinannya, beliau sangat dekat dengan para murid-muridnya sehingga dari para murid-muridnya itulah pemasukan siswa begitu banyak. Dari situlah, saya membuat perencanaan strategi untuk mengirim para siswa-siswa madrasah yang kompeten untuk melakukan bakti sosial di daerah alumni-alumni Madrasah, sehingga secara tidak langsung menunjukkan kepada masyarakat bahwa siswa madrasah memang mempunyai kepedulian sosial. Selain itu juga

⁸ Hasil wawancara dengan Waka Humas pada hari Sabtu, 30/11/2013. jam 9.30 di Ruang Guru Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat Tambak beras Jombang.

mengirimkan delegasi madrasah untuk menjadi Khotib Jum'at, itu dilakukan setiap satu bulan sekali di daerah-daerah para alumni, sebelum pengiriman memang saya melakukan komunikasi dengan meminta data para alumni kepada bagian Tata Usaha sehingga saya bisa melakukan komunikasi dengan beberapa alumni yang memang membutuhkan tenaga Khotib Jum'at di daerahnya. Itu baru salah satu strategi, kemudian ada lagi, yaitu dengan mensosialisasikan kepada para alumni mengenai program-program madrasah, selain itu juga mas mbak, di madrasah itu ketika ujian kelulusan itu ada baca kitab kuning, dan pengujinya adalah kyai-kyai sepuh, di antara strategi saya, saya mengusulkan kepada kepala madrasah untuk mengundang para wali murid untuk menyaksikan ujian baca kitab tersebut, keuntungannya sangatlah banyak, selain hal itu bisa mendorong siswa untuk lebih semangat dan tertantang karna disaksikan oleh orang tuanya, masak ya dilihat orang tuanya kemudian gak bisa? Selain itu juga itu adalah salah satu strategi promosi, ketika para siswa ternyata mampu melaksanakan ujian baca kitab dengan baik, para wali murid akan merasa puas dan para penguji juga akan merasa puas, hal itu secara tidak langsung akan membentuk image bahwa memang madrasah takhosusnya (jurusan agama) memang dalam bidang agama. Masih banyak strategi yang saya laksanakan di madrasah ini di antaranya seperti yang saya sebutkan tadi.

Dari pemaparan Waka Humas MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang penulis dapat menangkap beberapa poin yang terkait dengan pelaksanaan strategi promosi Madrasah dalam upaya meningkatkan jumlah siswa, pendekatan yang digunakan adalah meyakinkan masyarakat dengan menunjukkan kualitas siswa madrasah kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat lebih mempercayai bahwa Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat memang fokus pada materi-materi Agama. Selain itu pendekatan yang digunakan Madrasah dalam mempromosikan adalah komunikasi yang intens dan sosialisasi yang aktif kepada para alumni Madrasah.

Strategi yang digunakan untuk mempromosikan lembaga pendidikan di MA Mu'allimin Mu'allimat Jombang selain yang disebutkan di atas adalah

- a. Sosialisasi Program kepada para wali murid, dan para alumni setiap awal tahun sebelum madrasah itu masuk.
- b. Melakukan pendelegasian ke beberapa daerah, diantaranya daerah para alumni. Pendelegasian ini seperti khitobah, khutbah dan bakti sosial.

- c. Menggunakan website dan Brosur.
- d. Pendelegasian untuk mengikuti lomba di luar⁹

Secara garis besar hanya itu saja yang selalu dilakukan karna memang ketika pihak humas merumuskan strategi dengan melibatkan kepala madrasah dan beberapa waka. Semuanya lebih condong pada strategi seperti itu. karna memang yang dibutuhkan seperti itu.

3. Evaluasi strategi promosi MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang

Sedangkan untuk Evaluasi pelaksanaan strategi promosi, disini peneliti mendapatkan informasi tidak hanya dari Waka Humas saja, melainkan peneliti juga mendapatkan informasi dari Waka kesiswaan dan mendapatkan informasi dari bagian tata usaha, berikut adalah hasil wawancara pada Waka Humas, dan waka Kesiswaan :¹⁰

Ketika saya ditanya terkait dengan bagaimana mengevaluasi dan mengontrol pelaksanaan strategi promosi Madrasah kepada para Alumni dan pada masyarakat secara umum, tentunya saya selalu melakukan pendampingan, seperti minggu kemaren, saya mendampingi siswa kelas 4 (satu aliyah) yang diberi tugas untuk menjadi Khotib Jum'at di daerah Wonosalam Jombang karna memang diminta oleh Alumni yang berada disana. Pendampingan saya ini bisa dikatakan adalah proses kontrol atau evaluasi, karna saya ingin memastikan, apakah siswa ini nanti menjalankan tugasnya dengan baik atau tidak, selain hal ini berdampak positif bagi siswa tersebut, hal itu juga berdampak positif bagi Madrasah karna hal itu akan memberikan image positif Madrasah di kalangan masyarakat, ini saya kira juga bagian promosi Madrasah. Sejak 2 tahun ini, Madrasah memang rutin mengirim siswa di berbagai daerah, karna itu merupakan bagian dari strategi saya untuk mengenalkan bahwa siswa-siswa kita selain diberi materi tentang agama juga di latih untuk mempraktekkannya. Selain itu juga, baru-baru ini siswa Madrasah juga di kirim untuk mengikuti lomba di malang, alhamdulillah Madrasah kita menjadi Juara Umum, ketika mengirim siswa

⁹ Hasil wawancara dengan salah satu guru di MA Mu'allimin Mu'allimat Jombang pada hari Sabtu, 30/11/2013

¹⁰ Hasil wawancara dengan Waka Humas dan Waka Kesiswaan pada hari Sabtu, 30/11/2013. jam 11.30 di Ruang Guru Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat Tambak beras Jombang.

untuk mengikuti lomba, dari pihak madrasah pasti akan mendampingi siswa yang didelegasikan untuk mengikuti lomba, hal itu juga bagian dari Evaluasi, karna mengikuti lomba diluar juga bagian dari promosi, biar madrasah kita ini lebih dikenal diluar.

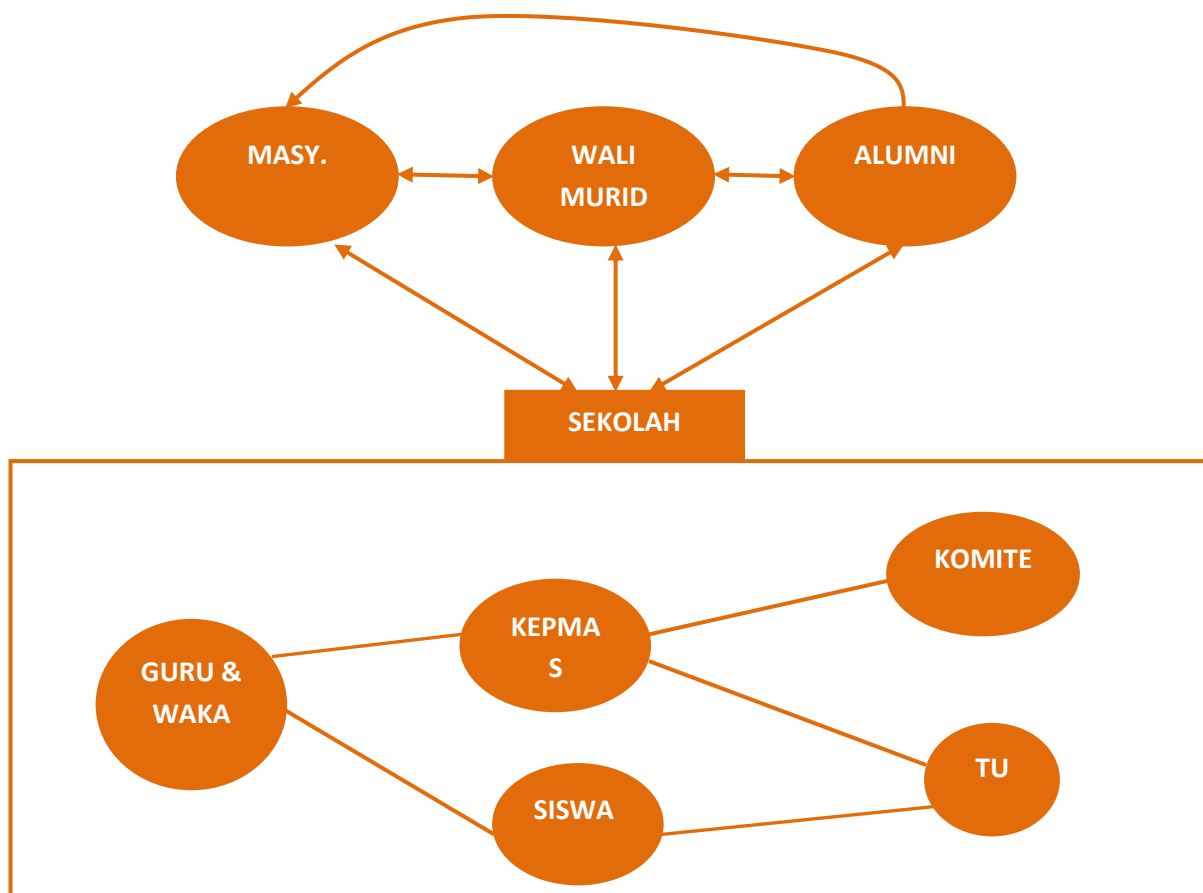
Setelah beberapa saat peneliti melakukan wawancara terhadap Waka Humas, peneliti melihat ada Waka Kesiswaan di Ruang guru, dan kesempatan ini tidak peneliti sia-siakan, peneliti kemudian menghampiri dan meminta waktu untuk melakukan wawancara pada beliau (Waka Kesiswaan). Peneliti juga melakukan wawancara seperti pada Waka humas, yaitu meminta beliau untuk menceritakan proses Evaluasi pelaksanaan strategi promosi dan peran beliau dalam hal itu, berikut adalah hasil wawancaranya :

Saya hanya memfasilitasi para siswa yang memang membutuhkan fasilitas, misalnya terkait dengan pelatihan khitobah, dan pelatihan untuk mengikuti lomba, dan itu memang mendukung siswa untuk meningkatkan kemampuannya, sehingga ketika kompetensi siswa ini meningkat otomatis berdampak positif pada bagian humas untuk mempromosikan madrasah.

Sedangkan untuk cara mengukur apakah promosi itu sukses atau tidak. Waka humas meminta data kepada bagian tata usaha terkait dengan pemasukan siswa di awal tahun. *“Selama ini pemasukan siswa melebihi bayangan kita, pasti lebih banyak dari perkiraan kita dan itu memang rata-rata yang membawa siswa siswa baru dari para alumni”¹¹*

Dari pemaparan penelitian di atas, bahwasanya MA Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang kaitannya dengan perencanaan strategi promosi adalah melakukan komunikasi. Baik itu komunikasi yang dilakukan dengan pihak internal Madrasah dan komunikasi yang dilakukan dengan pihak eksternal Madrasah. Komunikasi dalam tinjauan humas berarti adanya hubungan timbal balik antar pihak sekolah dan masyarakat yang bersifat idealogis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi tersebut dapat tergambar sebagai berikut:

¹¹ Hasil wawancara dengan Waka Humas dan Waka Kesiswaan pada hari Minggu, 01/12/2013. jam 09.00 di Ruang Guru Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat Tambak beras Jombang.



Ada beberapa hal yang menjadikan MA Mu'allimin Mu'allimat Jombang mampu menarik perhatian masyarakat, diantaranya yaitu:

1. Lulusan mampu membaca kitab kuning (Kitab Ghoyah wat Taqrib dan Kitab Tahrir bi Syarhi Tuhfah at Thullab)
2. Lulusan mampu terjun ke masyarakat di bidang sosial keagamaan
3. Hafal dan Faham ilmu alat (Alfiah Ibnu Malik ; minimal 250 baits)
4. Ujian Akhir meliputi ; Ujian Baca Kitab, Ujian Praktek Mengajar, Ujian Tulis

Langkah-langkah strategi yang digunakan oleh MA Mu'allimin Mu'allimat Jombang dalam meningkatkan jumlah siswa, yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi Sasaran

Identifikasi sasaran merupakan hal pertama kali yang harus dilakukan. Adapun sasaran yang dimaksud adalah khalayak atau masyarakat yang diinginkan lembaga. Yang menjadi sasaran ini dapat bersifat perseorangan, kelompok, masyarakat tertentu atau masyarakat umum.

2. Menetapkan tujuan Promosi

Lembaga pendidikan menetapkan tujuan promosi, setelah sasaran promosi sudah diidentifikasi, lembaga menetapkan tujuan promosi yang ingin dicapai. Penetapan tujuan promosi ini akan memudahkan lembaga untuk memilih alat promosi

3. Merancang Pesan

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam merangkai pesan promosi antara lain: a) isi pesan; b) struktur pesan; c) format pesan; dan d) sumber pesan. Pembuat isi pesan untuk khalayak adalah waka kurikulum.

4. Memilih Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi digunakan sebagai jalur komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan. Saluran komunikasi di bagi dua, yaitu personal dan non personal.

5. Menentukan Anggaran Promosi

Penentuan anggaran promosi yang harus dikeluarkan oleh lembaga merupakan keputusan sulit yang dihadapi lembaga. dikarenakan promosi memegang peranan yang sangat penting bagi lembaga, maka promosi harus dilakukan.

6. Evaluasi

Evaluasi dilakukan guna mengetahui apakah strategi yang digunakan sudah berjalan sukses atau tidak.

Berdasarkan dokumentasi MA Mu'allimin Mu'allimat Jombang yang menunjukkan bahwa jumlah siswa setiap tahunnya di MA Mu'allimin Mu'allimat Jombang mengalami peningkatan. Pada tahun pelajaran 2010/2011 jumlah siswa mencapai 474, tahun pelajaran 2011/2012 mencapai 532, tahun pelajaran 2012/2013 mencapai 561, dan tahun pelajaran 2013/2014 mencapai 576 siswa, hal ini tidak terlepas dari strategi promosi yang digunakan.

Sebagaimana yang penulis baca dalam slide yang dibuat oleh Salim Al-Idrus dengan judul Pemasaran Pendidikan, adapun Cara-cara yang dapat dilakukan dalam promosi: Komunikasi personal dan interpersonal, Periklanan, Publisitas/hubungan masyarakat, Peralatan instruksional, dan Corporate Design.

Komunikasi dalam tinjauan humas berarti adanya hubungan timbal balik antar pihak sekolah dan masyarakat yang bersifat idealogis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Apabila sekolah dipandang sebagai suatu organisasi maka komunikasi yang terjadi dibedakan atas komunikasi internal dan komunikasi eksternal.

1. Komunikasi Internal, komunikasi yang terjadi di dalam sekolah yakni:

- a. Kepsek dengan pendidik;

- b. Kepsek dengan peserta didik;
 - c. Kepsek dengan TU (Tata Usaha);
 - d. Pendidik dengan pendidik;
 - e. Pendidik dengan peserta didik;
 - f. Pendidik dengan TU (Tata Usaha);
 - g. Peserta didik dengan TU (Tata Usaha).
2. Komunikasi Eksternal, komunikasi yang terjadi antara sekolah dengan masyarakat yakni orang tua atau wali siswa dan masyarakat.¹²

Periklanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Media periklanan humas yang asasi adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, surat, poster, transportasi, dan bioskop.¹³ Dalam memilih media, hal-hal yang perlu dipertimbangkan adalah khalayak yang akan dicapai, dana yang tersedia untuk periklanan, dan kesanggupan media dalam menjangkau khalayak yang diinginkan.

Promosi penjualan adalah suatu kegiatan yang dilakukan sebagai perangsang langsung atau menggerakkan orang untuk membeli/ memakai produk/ jasa.

Publisitas adalah penyebaran informasi secara sistematis tentang lembaga atau perorangan.¹⁴ Lain halnya dengan periklanan, publisitas dilakukan untuk kepentingan pihak yang menyebarkan informasi dalam hal ini *publicity-man* atau PRO. PRO tidak perlu mengeluarkan biaya, media massa akan menyiarkannya dengan senang hati asal memenuhi syarat.

Di Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat Jombang, media yang digunakan selain komunikasi dengan pihak internal dan eksternal madrasah yaitu hanya menggunakan brosur dan website. Promosi madrasah tidak menggunakan media radio/ televisi dan pamflet/ banner, karena dinyatakan tidak efektif.

D. Strategi Promosi Perspektif Al-Qur'an dan Al-Hadist

Ketika kita membicarakan strategi, dalam pandangan kita biasanya hanya terdapat pada dunia umum saja tanpa melihat apakah strategi itu terdapat dalam al-Qur'an atau tidak. Apalagi ketika hal itu berkaitan dengan strategi promosi, dalam benak kita akan

¹² Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta, : Aditya Media 2012,) hal. 276

¹³ Frazier Moore, *loc.cit*, hal. 290.

¹⁴ Onong Uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations* (Bandung : Mandar Maju, 1993,) , hal. 183.

merasa kesulitan untuk mencari materi strategi promosi yang terdapat di dalam al-Qur'an. Disini penulis akan mencoba menganalisa apakah terdapat ayat yang secara tidak langsung membahas mengenai strategi promosi. Setelah peneliti melakukan penelusuran, ternyata terdapat beberapa ayat yang secara tidak langsung mempunyai kandungan yang berkaitan dengan strategi promosi, yaitu mempromosikan hukum yang dibawa Nabi Muhammad kepada umatnya, hal itu penulis fahami dari ucapan Muhammad Khudhori Bik, dalam bukunya yang berjudul *Tarikhu al-Tasyri' al-Islami* beliau mengatakan :¹⁵

Ketika nabi Muhammad dikirim kepada bangsa Arab, kondisi bangsa Arab pada saat itu sangat memprihatinkan, mereka mempunyai kebiasa-kebiasaan yang jauh dari kata baik, dan ketika Nabi Muhammad datang kepadanya diantara tujuan diutusnya beliau adalah untuk menyempurnakan akhlak manusia, akan tetapi syari'at yang dibawa oleh Muhammad tidak serta merta diterima oleh para ummatnya dengan tangan terbuka, melainkan terdapat berbagai penolakan-penolakan karna mereka belum mengenal baik ajaran yang dibawa oleh Muhammad, maka Allah menurunkan Syariat kepada Muhammad dengan *Tadrij* (mengenalkan dengan bertahap), hal tersebut dapat dilihat dari beberapa ayat berikut yang menjelaskan tentang proses pengenalan hukum diharamkannya Arak dan berjudi :

Ada seseorang bertanya kepada nabi mengenai Arak (*khamr*) dan perjudian (*maysir*), dan keduanya adalah kebiasaan bangsa arab jahili, setelah Nabi mendengarkan pertanyaan tersebut Nabi kemudian menjawab dengan menggunakan ayat Al-Qur'an :

Artinya: "*Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: "yang lebih dari keperluan." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir"* (QS. Al-Baqarah: 219)

Dari ayat ini kita bisa memahami bahwa Allah tidak langsung mengharamkan Arak dan judi kepada umat Muhammad, melainkan hanya sebatas memberi tahu bahwa di dalam keduanya terdapat dosa yang sangat besar dari pada manfaatnya, ini berarti sebelum Allah mengharamkan Arak dan Judi Allah terlebih dahulu menjelaskan terkait dampak dari keduanya, Allah mengenalkan dampak dari keduanya, karna ketika hukum haramnya arak seketika itu langsung diterapkan maka dimungkinkan umat muhammad akan berontak karna kebiasaan orang arab dengan arak dan judi sudah mendarah daging.

¹⁵ Muhammad Khudori Bik, *Tarikhu al-Tasyri' al-Islami*, (Surabaya : al-Hidayah),hal.20

Kemudian setelah itu dilanjutkan dengan ayat yang lain yang menjelaskan mengenai larangan bagi orang yang mabuk untuk melaksanakan solat :

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu shalat, sedang kamu dalam Keadaan mabuk, sehingga kamu mengerti apa yang kamu ucapkan, (jangan pula hampiri mesjid) sedang kamu dalam Keadaan junub, terkecuali sekedar berlalu saja, hingga kamu mandi. dan jika kamu sakit atau sedang dalam musafir atau datang dari tempat buang air atau kamu telah menyentuh perempuan, kemudian kamu tidak mendapat air, Maka bertayamumlah kamu dengan tanah yang baik (suci); sapulah mukamu dan tanganmu. Sesungguhnya Allah Maha Pema'af lagi Maha Pengampun.”* (QS. An Nisa': 43)

Lagi-lagi Allah juga tidak serta merta mengharamkan Arak kepada Umat Muhammad, melainkan Allah melarang bagi orang-orang yang beriman untuk tidak melakukan solat dalam keadaan mabuk sebelum di sadar dengan apa yang diucapkannya, ini memberi pengertian bahwa ada unsur strategi agar supaya orang arab pada waktu tidak serta berontak ketika apa yang menjadi kebiasaan mereka kemudian di haramkan begitu saja tanpa adanya pengenalan dampak terhadap kebiasaan tersebut. Allah ketika melarang sesuatu yang disitu terdapat kebiasaat tidak serta merta kemudian di larang dengan seketika itu juga, melainkan menggunakan strategi yaitu denngan melihat kondisi lingkungan sehingga cara pengenalan hukumnya menggunakan tahap-tahap seperti di atas.

Setelah kedua ayat di atas sudah disosialisasikan dan diperkenalkan oleh Nabi Muhammad kepada Umatnya, barulah Allah kemudian menurunkan ayat yang melarang manusia yang beriman untuk meminum arak dan melakukan perjudian :

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah Termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.”*(QS. Al-Maidah: 90)

Hal ini jelas bisa kita fahami, bahwa kata *Ijtanibu* dalam ayat tersebut adalah bermakna larangan secara langsung untuk meminum Arak atau sesuatu yang memabukkan dan berjudi. Ini menunjukkan ketika memang sudah dirasa cukup sosialisasi terkait dampak buruk yang ditimbulkan oleh Arak dan berjudi kemudian Allah baru menurunkan ayat yang melarang manusia yang beriman untuk meminum Arak dan berjudi. Hal ini yang penulis anggap menjadikan refleksi bagi strategi promosi yang ada saat ini pada dunia bisnis ataupun yang lainnya.

Jadi secara garis besar, bisa kita fahami dalam al-Qur'an pun ada strategi khusus untuk mengenalkan hukum kepada Manusia yang beriman dengan mempertimbangkan kondisi dan lingkungan yang akan dijadikan obyek hukum tersebut, hal itulah yang seyogyanya dijadikan landasan teori promosi, yaitu memahami kondisi dan lingkungan sekitar terlebih dahulu baru kita bisa menggunakan strategi yang pas untuk mempromosikannya.

Ternyata dari penelusuran penulis, tidak hanya ayat-ayat al-Qur'an yang berhubungan dengan strategi promosi saja yang penulis temukan, melainkan dalam penelusuran penulis menemukan Hadis yang secara tidak langsung mempunyai kandungan yang berkaitan dengan strategi promosi walaupun disini penulis memahami strategi promosi yang terdapat pada hadis adalah strategi promosi yang berbeda dengan ayat yang penulis paparkan di atas, berikut adalah ulasannya :

عَنْ أَبِي قَتَادَةَ الْأَنْصَارِيِّ أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم يَقُولُ :
إِيَّاكُمْ وَكَثْرَةَ الْحَلْفِ فِي الْبَيْعِ فَإِنَّهُ يُنْفِقُ ثُمَّ يَمَحَقُ . (رواه مسلم والنسائي)¹⁶

Artinya :

Dari Abi Qotadah al-Anshori dia mendengar Rasulullah SAW bersabda : “jauhkan dirimu dari banyak bersumpah dalam berjualan karena sesungguhnya ia memanipulasi (iklan dagangan) kemudian menghilangkan keberkahan.

Dari Hadis di atas kita bisa memahami pentingnya kejujuran dalam mempromosikan suatu produk, substansi dari hadis ini adalah kejujuran dalam mempromosikan suatu produk yang sesuai dengan fakta dan kenyataan, karna jika kita mempromosikan suatu produk dengan menggunakan bahasa-bahasa yang terlalu mengumbar janji ataupun sumpah justru itu nantinya akan mengurangi keberkahan barang yang dipromosikan. Dari hadis ini ketika kita korelasikan dengan beberapa teori promosi jelas sangat ada keterkaitannya, sebelum kita mempromosikan suatu produk hendaknya kita melihat situasi dan kondisi sekitar untuk menyusun strategi yang pas untuk mempromosikan, kemudian materi atau bahan yang digunakan untuk promosi sudah barang tentu diambil dari masukan-masukan pemangku kebijakan, contohnya ketika

¹⁶Mausuah al-Hadis : http://library.islamweb.net/hadith/display_hbook.php?hflag=1&bk_no=1809&pid=905823. Diakses Pada tgl :7-12-2013. Jam 10. Pm

dalam dunia pendidikan yang memberi masukan kepada kordinator promosi adalah kepala sekolah, waka kurikulum, dan pemangku kebijakan lainnya, dan masukan inipun harusnya memang benar-benar masukan yang sesuai dengan fakta yang ada dilapangan, sehingga ketika masukan itu sudah sesuai dengan kenyataan yang ada maka ketika mempromosikannyapun sudah pasti tidak akan menggunakan bahasa-bahasa atau janji-janji yang tidal sesuai dengan kenyataan, karna memang itulah yang faktanya berdasarkan masukan-masukan tadi.

Dari pemaparan penulis di atas terkait dengan adanya ayat-ayat al-Qur'an dan Hadis yang berkaitan dan mempunyai korelasi dengan strategi promosi, hendaknya para akademisi lebih bisa menggali lagi kandungan yang terdapat didalam al-Qur'an dan Hadis sehingga stigma tentang pandangan bahwa al-Qur'an dan hadis tidak pernah membahas mengenai dunia umum lama kelamaa akan luntur dengan adanya penulusuran mendalam tentang korelasi ayat al-Qur'an dengan teori-teori ilmu pengetahuan yang ada saat ini.

E. Kesimpulan

1. Perencanaan Strategi Promosi Lembaga Pendidikan di Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang
 - a. Berkomunikasi dengan melibatkan kepala sekolah, dll terkait dengan program-program sekolah yg nantinya akan dikomunikasikan dengan masyarakat
 - b. Menawarkan strategi kepada para pemangku jabatan
2. Pelaksanaan Strategi Promosi Lembaga Pendidikan di Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang
 - a. Sarana sasaran lebih banyak kepada para alumni
 - b. Mengirim para siswa-siswa madrasah yang kompeten untuk melakukan bakti sosial di daerah alumni-alumni Madrasah
 - c. Mensosialisasikan kepada para alumni, wali murid dan masyarakat sekitar terkait program-program Madrasah
 - d. Mengundang para wali murid untuk menyaksikan ujian baca kitab
 - e. Media promosi meliputi penyebaran brosur dan website
3. Evaluasi Strategi Promosi Lembaga Pendidikan di Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat Tambakberas Jombang
 - a. Melakukan pendampingan
 - b. Melakukan pengecekan jumlah murid di awal tahun pelajaran

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Idrus, Salim. *Handout. Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam Pemberdayaan Masyarakat*. 2013. Malang: UIN Malang
- Arikunto, Suharsimi dan Lia Yuliana. 2012. *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta, : Aditya Media
- Basu Swastha DH. 1984. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Human Relations dan Public Relations*. 1993. Bandung : Mandar Maju
- Khudori, Muhammad. tt. *Tariku al-Tasyri' al-Islami*. Surabaya : Al-Hidayah
- Moore, Frazier. 2005. *Humas; Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mausuah al-Hadis :,
http://library.islamweb.net/hadith/display_hbook.php?hflag=1&bk_no=1809&pid=905823.
- Nasution, Zulkarnain. 2010. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena, dan Aplikasinya*. Malang : UMM Press
- Philip Kotler. 1983. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka