
JURNAL PENDIDIKAN DAN PEMIKIRAN

Halaman Jurnal: <http://jurnal-stainurulfalahairmolek.ac.id/index.php/ojs>
Halaman UTAMA Jurnal : <http://jurnal-stainurulfalahairmolek.ac.id/index.php/ojs>

**STRATEGI HUMAS UNTUK PROMOSI PENERIMAAN PESERTA DIDIK
BARU DI SMP ISLAM AL IRSYAD GANDRUNGMANGU**

Sarjono^a, Muh. Hanif^b

^a Johnsarjono2019@gmail.com, UIN SAIZU Purwokerto
^b muh.hanif@uinsaizu.ac.id, UIN SAIZU Purwokerto

Abstrak

Humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Salah satu strategi Upaya membina hubungan baik dengan public eksternal humas SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu adalah dengan mengadakan sosialisasi ke beberapa sekolah, yang bertujuan untuk mencari calon siswa baru yang berkualitas. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang menggambarkan suatu situasi proses dan gejala-gejala atau objek yang sedang diamati, wawancara dilakukan penulis beserta observasi untuk menjawab pertanyaan penelitian. Hasil riset menunjukkan keberhasilan Humas SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu dalam meningkatkan kualitas calon siswa baru melalui beberapa strategi yang terdiri atas melakukan kompetisi, bersosialisasi ke sekolah, yang dilakukan setiap tahunnya. Kegiatan ini mendapat respon positif dari semua sekolah dan calon siswa baru SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu.

Kata kunci: Strategi Humas, Promosi Sekolah, Penerimaan Peserta Didik Baru, SMP Islam, Al Irsyad Al Islamiyyah

PENDAHULUAN

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) merupakan salah satu proses yang ada di instansi Pendidikan seperti TK, SD, SMP/MTs, dan juga SMA/SMK yang berguna untuk menyaring calon siswa baru yang terpilih sesuai kriteria yang ditentukan oleh sekolah tersebut. Pada umumnya proses penerimaan siswa baru dilakukan melalui tahapan pendaftaran, seleksi berkas, dan pengumuman penerimaan siswa. Kegiatan yang berulang setiap tahunnya bisa dikatakan sebagai titik awal proses pencarian sumber daya manusia yang berkualitas. Dengan menerima calon peserta didik baru yang berkompeten maka bisa menunjang mutu dan kualitas sekolah atau Lembaga itu sendiri. Penerimaan siswa baru swasta dan negeri dapat ditemukan dalam beberapa sumber. Sosialisasi penerimaan peserta didik baru dengan pendekatan manajemen humas (Muspawi & Rindhi, 2019). Strategi penerimaan peserta didik baru studi kasus di SMA Negeri 1 Merangin melibatkan pemasaran spanduk/baliho, sosialisasi ke SMP/ sederajat, dan pemberitahuan melalui media sosial seperti facebook dan WhatsApp. Namun, pelaksanaan pelaksanaan strategi manajemen humas belum sepenuhnya tercapai.

Indonesia memiliki banyak sekolah baik swasta maupun negeri, visi dan misinya pun tidak jauh berbeda yaitu untuk mencapai suatu tujuan tertentu demi keberhasilan

dalam membentuk siswa atau peserta didik yang unggul dan berkualitas. Tujuan pada setiap sekolah pun beragam, ini menyebabkan timbulnya persaingan antar sekolah dalam menarik minat calon peserta didik baru. Diakui atau tidak Lembaga Pendidikan swasta di beberapa daerah sampai saat ini bahwa Masyarakat kerap menomorduakan sekolah swasta dengan berbagai faktor. Hal ini dapat dilihat pada masa penerimaan siswa baru, sebagian besar masyarakat mendaftarkan putra-putrinya ke sekolah umum, khususnya sekolah negeri. Tantangan utama yang ditemukan dalam Strategi humas dalam penerimaan siswa baru melibatkan barbagi Langkah yang dilakukan oleh Lembaga pendidikan untuk meningkatkan kesadaran dan minat Masyarakat terhadap sekolah mereka. Strategi ini melibatkan penggunaan berbagai media untuk mempromosikan sekolah dan meningkatkan kesadaran Masyarakat. Studi kasus di SMK PGRI 1 Porong Sidoarjo kurang menggunakan media internet untuk mempromosikan sekolah, sehingga Masyarakat tidak mengetahui dengan mudah tentang sekolah tersebut. Strategi yang melibatkan Kerjasama antar Lembaga Pendidikan dengan berbagai pihak, seperti Masyarakat, stakeholder, dan organisasi lainnya. Tujuan dari strategi ini adalah untuk meningkatkan citra organisasi dan membangun hubungan yang baik dengan berbagai kalangan.

Fenomena ini dapat dirasakan oleh SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu. Sekolah yang berbasis Islam merasakan bahwa Sebagian besar lulusan Sekolah Dasar yang ada di Gandrungmangu memilih untuk sekolah umum (SMP Negeri). Sehingga strategi dan pengelolaan Humas harus diterapkan dengan baik apabila SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu ingin diminati para calon siswa baru.

Tabel 1
Data Peserta Didik SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu

Jumlah Peserta Didik					
2022		2023		2024	
L	P	L	P	L	P
45	53	43	50	40	47
98		93		87	

(sumber dari: <https://dapo.kemdikbud.go.id>)

Dari data tersebut bahwa jumlah Peserta didik baru menurun di tahun 2022 sejumlah 98 siswa, tahun 2023 sejumlah 93 siswa, tahun 2024 sejumlah 87 siswa. Keadaan tersebut menunjukkan adanya ketidakstabilan mengenai jumlah siswa baru per tahun. Menurut Kepala Sekolah SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu, Ustadzah Titi Sudiarti, S.Pd tantangan utama dalam penerimaan siswa baru adalah sekolah negeri menjadi prioritas bagi Masyarakat Gandrungmangu. Banyak persaingan menjadi permasalahan. Sekolah swasta bersaing ketat dengan sekolah negeri. Faktor ekonomi orangtua yang kurang mampu cenderung menyekolahkan anaknya kesekolah negeri karena mahal biaya sekolah swasta (Trianto, 2020). Sehingga evaluasi dan pemantauan terhadap kegiatan humas untuk meningkatkan efektivitas strategi dan memperbaiki Langkah-langkah yang tidak efektif. Tujuan dari strategi ini adalah untuk meningkatkan kualitas kegiatan humas dan mencapai tujuan sekolah.

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses kerja Humas SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu dalam melaksanakan strategi pada Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Humas

Menurut Sagala (2007:147) Strategi merupakan sebuah rencana yang mengandung cara komprehensif dan integratif yang dijadikan pegangan untuk bekerja berjuang dan berbuat guna memmenagkan kompetisi (Hariati & Ranu, 2014). Hubungan Masyarakat (humas) adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya memberikan pengarahan kepada pimpinan instansi/lembaga melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait (Syamsuddin, 2018). Strategi ini melibatkan humas dalam mempromosikan sekolah untuk menarik minat calon siswa baru dan meningkatkan citra sekolah (Zachrofi et al., 2021). Hal ini dilakukan melalui berbagai macam strategi dalam pengelolaan humas yang tepat, sehingga sekolah akan dikenal dan diminati. Menurut Cutlip (dalam Center dan Broom, 1985,1994:6) Strategi humas (*public relations*) adalah bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dan semua khalayak. Adapun proses strategi humas mengacu kepada pendekatan manajerial dan meliputi beberapa Langkah seperti: membuat Keputusan mengenai sasaran dan tujuan program; Menentukan masalah dan mengawasi pengetahuan, pendapatan, sikap, dan tingkah laku khalayak; Perencanaan dan penyusunan program; Melakukan Tindakan dan berkomunikasi; Evaluasi program.

Strategi humas yang efektif dalam penerimaan siswa baru antara lain: Penggunaan media sosial seperti membuat akun media sosial yang aktif dan memposting tentang sekolah, program-program yang tersedia, serta kegiatan yang dilakukan oleh siswa dan guru; kampanye Promosi, membuat kampanye promosi yang efektif melalui berbagai media, seperti poster, brosur, iklan di media massa; Penggunaan Video, membuat video yang menarik dan informatif tentang sekolah, program-program sekolah yang tersedia, serta kegiatan yang dilakukan oleh siswa dan guru. Penggunaan influencer marketing, membuat Kerjasama dengan influencer yang memiliki jaringan luas dan mempromosikan sekolah melalui akun media sosial mereka; Penggunaan Event, membuat acara-acara yang menarik dan informatif, seperti open house, pameran, dan lain-lain; Penggunaan Referral Program, membuat referral program yang memberikan reward kepada siswa yang berhasil mereferensikan teman-teman mereka untuk masuk ke sekolah; Penggunaan Content Marketing, membuat konten yang menarik dan informatif tentang sekolah, program-program yang ada, serta kegiatan yang dilakukan Bersama siswa dan guru; Penggunaan *Search Engine Optimization* (SEO), membuat situs web sekolah yang SEO-Friendly dan mudah diakses oleh Masyarakat; Penggunaan Public Relations, membuat kerja sama dengan media massa dan membuat berita tentang kelebihan sekolah. Hal tersebut diatas dapat membantu meningkatkan kesadaran Masyarakat tentang kelebihan sekolah dan menarik minat calon siswa baru (Anggil Risnawati Akmal, Haryati, 2023).

Promosi Sekolah

Promosi sekolah adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pihak sekolah untuk meningkatkan kesadaran dan minat Masyarakat terhadap sekolah tersebut (Nurmalasari et al., 2024). Tujuan dari promosi sekolah adalah untuk memperkenalkan sekolah kepada Masyarakat, meningkatkan kesadaran tentang kelebihan dan keunggulan sekolah, serta meningkatkan jumlah siswa yang mendaftar disekolah. Promosi sekolah dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti membuat brosur, baliho, poster, serta menggunakan media digital seperti website dan sosial media. Selain itu promosi sekolah juga dapat dilakukan

dengan cara mengadakan acara-acara yang menarik, seperti even pasar sembako murah dan pentas seni keislaman, serta mengundang penceramah yang populer. Dengan demikian, promosi sekolah dapat membantu meningkatkan popularitas sekolah dan meningkatkan jumlah siswa yang mendaftar di sekolah.

Strategi promosi sekolah yang paling efektif meliputi beberapa Langkah yang harus dilakukan oleh pengurus sekolah. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat membantu meningkatkan kesadaran dan minat calon siswa baru terhadap sekolah (Tyagita, 2016):

1. Pemetaan Target Siswa
Pemetaan ini harus dilakukan secara terus menerus dan dievaluasi secara berkala untuk memperoleh data yang up-to date.
2. Kenalkan Sekolah
Memperkenalkan sekolah kepada target, baik calon siswa langsung atau orang tua calon siswa.
3. Promosikan Sekolah
Pada tahap ini, sekolah harus mempromosikan kelebihan yang ditawarkan, seperti profil guru dan tenaga kependidikan, fasilitas unggulan, program unggulan, kultur atau lingkungan sekolah, suasana dan kreativitas KBM, serta prestasi akademik dan non-akademik.
4. Teknik Promosi Offline dan Online
Teknik promosi offline meliputi penggunaan media fisik seperti brosur, baliho, dan poster, serta promosi melalui mulut ke mulut. Teknik promosi online meliputi penggunaan website sekolah, media sosial, youtube, tiktok, instagram dan facebook.
5. Strategi Pemasaran
Strategi ini harus dilakukan secara kreatif, kritis, dan inovatif, serta mempertahankan keunggulan yang dimiliki sekolah.
6. Membangun Citra yang Baik
Melalui pemasaran dan promosi yang efektif akan membantu meningkatkan visibilitas sekolah dan meningkatkan jumlah siswa yang mendaftar.
Dengan menggunakan strategi-strategi ini, sekolah dapat meningkatkan kesadaran dan minat calon siswa baru terhadap sekolah dan meningkatkan proses penerimaan siswa baru.

Dalam promosi sekolah ada beberapa kelebihan yang harus di tonjolkan meliputi (Van Gobel et al., 2023): Kelebihan Guru dan Tenaga Kependidikan yang memiliki kualitas tinggi dan pengalaman yang luas harus dipromosikan; Fasilitas Unggulan seperti laboratorium, perpustakaan, dan infrastruktur lainnya; Program unggulan seperti program kreativitas, olahraga, dan kegiatan ekstrakurikuler lainnya; Kultur dan lingkungan sekolah yang mendukung kreativitas; Prestasi akademik dan non-akademik siswa harus dipromosikan untuk menarik minat calon siswa; Kesadaran dan minat siswa untuk meningkatkan jumlah pendaftar dan meningkatkan kualitas siswa yang masuk; Kualitas Pendidikan untuk menarik minat calon siswa; Kesadaran dan minat orang tua terhadap sekolah; Kesadaran dan minat Masyarakat; Kesadaran dan minat alumni. Dengan demikian hal tersebut dapat meningkatkan kesadaran minat calon siswa terhadap sekolah. Menurut Ratih Hurriyati, promosi adalah salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran (Tyagita, 2016).

Penerimaan Peserta Didik Baru

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) adalah proses proses pengelolaan penerimaan siswa baru di berbagai jenjang Pendidikan, seperti SD, SMP, SMA, dan SMK. PPDB dilakukan secara online dan melibatkan berbagai jalur, seperti akses daring, jalur afirmasi, perpindahan tugas orangtua/wali, prestasi hasil lomba, prestasi nilai akademik, dan jalur Zonasi. Dalam beberapa provinsi di Indonesia, seperti DKI Jakarta, Jawa Timur, Sumatera Utara, dan Jawa Tengah, PPDB dilakukan melalui situs web resmi yang disediakan oleh Dinas Pendidikan masing-masing provinsi. Situs-situs ini memberikan informasi tentang syarat, ketentuan, prosedur PPDB, serta memungkimkan orang tua untuk melakukan pendaftaran dan verifikasi data siswa. (sumber: ppdb.jakarta.go.id) Pada tahun 2024, beberapa provinsi telah mengumumkan jadwal prosedur PPDB. Misalnya, di Jawa Timur, pendaftaran PPDB SMK/SMK Negeri Jawa Timur Tahun Pelajaran 2024/2025 dimulai pada bulan Januari dan berakhir pada bulan Mei (sumber: ppdbjatim.net). Sementara itu, di Sumatera Utara, pendaftaran PPDB SMA/SMK Tahap I dibuka pada tanggal 15 s.d 20 Mei 2024 (sumber: ppdb disdik.sumutprov.go.id).

Dalam beberapa kasus, seperti di Jawa Tengah, situs web PPDB online digunakan sebagai portal arsip dan informasi pelaksanaan PPDB tahun sebelumnya, dan orang tua harus menghubungi panitia pelaksana PPDB Online Jawa Tengah untuk mendapatkan informasi lebih lanjut terkait dengan pelaksanaan PPDB tahun ini (sumber: jateng.siap.ppdb.com). Dalam keseluruhan, penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) adalah proses yang kompleks dan melibatkan berbagai jalur dan prosedur yang berbeda-beda di setiap provinsi. Orang tua harus memperhatikan informasi yang diberikan oleh Dinas Pendidikan setempat dan mematuhi syarat-syarat yang diperlukan untuk mendaftar PPDB. Pendaftaran peserta didik baru (PPDB) Offline dan Online adalah proses yang dilakukan oleh Lembaga Pendidikan untuk menerima calon siswa baru. PPDB Offline dilakukan secara manual, dimana calon siswa baru harus datang langsung ke sekolah untuk melakukan pendaftaran. PPDB Online menggunakan teknologi berbasis web dan dilakukan secara terkoneksi dengan jaringan internet (Rosalinda, 2019). Keunggulan PPDB online adalah kemudahan pendaftaran, kecepatan, transparansi, dan akuntabilitas dalam proses seleksi penerimaan peserta didik baru. Memungkinkan peserta didik mendaftar dimana saja dan hasil seleksi dapat langsung dilihat di internet. Bahwa perbandingan PPDB offline dan online memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing. Sedangkan implementasi PPDB online telah dilakukan di 29 kabupaten/kota pada tahun 2014/2015 (Warsita, 2015).

SMP Islam Terpadu

SMP Islam Terpadu adalah sebuah Lembaga Pendidikan yang berfokus pada pengintegrasian Pendidikan agama dan umum dalam kurikulumnya (Lubis, 2019). Dalam konteks Indonesia, SMP Islam Terpadu muncul sebagai bentuk respon terhadap ketidakpuasan para aktivis Gerakan Islam terhadap sistem Pendidikan nasional yang dikotomis. Sistem Pendidikan nasional dianggap melanggengkan dualism dalam pengelolaan Pendidikan antara Pendidikan agama dan umum (Fauzan Ismael & Iswanti, 2022). Oleh karena itu dibutuhkan sebuah model Lembaga Pendidikan alternatif yang mampu menghapus adanya praktek Pendidikan yang dikotomis. SMP Islam Terpadu memiliki tujuan yang tidak hanya mengembangkan ilmu pengetahuan dan melengkapi siswa dengan kemampuan dan keahlian yang beriringan dengan penanaman moral keagamaan dan memperkuat keyakinannya terhadap agama Islam sehingga mereka

berkomitmen berdakwah. Implementasi kurikulum Sekolah Islam Terpadu juga menitikberatkan kepada ketrampilan dalam perguruan tinggi.

Dalam konteks Implementasi, SMP Islam Terpadu di Indonesia memiliki beberapa ciri yang membedakannya dari madrasah atau sekolah umum. Salah satu ciri tersebut adalah penggunaan nama “sekolah” yang menunjukkan bahwa Lembaga Pendidikan ini secara kelembagaan lebih dekat kepada ciri sekolah umum, bukan madrasah maupun pesantren (Lubis, 2019). Hal ini dikarenakan bahwa selama ini sekolah lebih diminati oleh para peserta didik dari berbagai kalangan di Indonesia daripada madrasah maupun pesantren. Implementasi konsep Pendidikan Islam terpadu di SMP terpadu dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsep dasar Pendidikan Islam terpadu dan penerapan di SMP Islam terpadu. Pendidikan Islam terpadu adalah model Pendidikan yang utuh, integral, dan syumuliyah, bukan parsial atau juz'iyah. Keterpaduan meliputi tiga aspek: keterpaduan pola asuh, materi, dan ranah. Ketiga aspek ini adalah unsur penting dalam Pendidikan Islam terpadu. Implementasi Pendidikan Islam terpadu juga memadukan tiga aspek kurikulum: Kurikulum Diknas, Kurikulum Pendidikan Islam, dan pengembangan diri (Mainuddin, 2020).

Al-Irsyad Al-Islamiyah

Al-Irsyad Al-Islamiyah adalah organisasi Islam penting yang memainkan peran penting dalam membentuk lanskap Pendidikan di Indonesia. Fokus utama organisasi ini adalah Pendidikan Islam, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran dan nilai-nilai Islam di kalangan Masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan keturunan Muslim Arab, namun juga meluas ke umat Islam asli Indonesia (Effendi, 2019). Organisasi ini didirikan oleh Syekh Ahmad Surkati, seorang ulama dan pendidik Islam terkemuka. Visi Surkati terhadap Al-Irsyad berakar pada keinginannya untuk mereformasi Pendidikan Islam agar lebih mudah diakses dan relevan dengan kebutuhan Masyarakat Indonesia (Thalib & Thalib, 2018). Secara keseluruhan, Al-Irsyad Al-Islamiyah merupakan tonggak penting dalam perkembangan Pendidikan Islam di Indonesia, yang mencerminkan komitmen organisasi terhadap kemajuan Pendidikan dan kemajuan nilai-nilai Islam di tanah air.

Al-Irsyad Al-Islamiyah memiliki latar belakang dan tujuan untuk mereformasi praktik Islam dan mewujudkan kesetaraan dalam kehidupan sesama muslim berdasarkan pemikiran Syekh Ahmad Surkati (Fauzi, 2013). Organisasi ini juga bertujuan untuk mengembalikan Masyarakat ke pemurnian ajaran Islam yang benar dan mewujudkan keridhoan Allah SWT. Struktur dan fungsi yang dilakukan dengan dikordinasikan oleh beberapa peran pembantu yang disebut lajnah. Lajnah (Lembaga) ini memiliki lima kordinator dan bagian-bagian tiap jalannya. Al-Irsyad Al-Islamiyah perannya dalam Masyarakat adalah sebagai agen perubahan sosial yang berkembang dalam Masyarakat Arab, mengevaluasi terus menerus perubahan sosial dan memberikan Pendidikan, kegiatan agama, dan kegiatan sosial untuk membantu pergerakan dalam merubah Masyarakat (Fauzi, 2013).

Al-Irsyad Al-Islamiyah mempengaruhi perubahan sosial melalui berbagai cara diantaranya: Pendidikan dan dakwah, perubahan adat istiadat, bantuan sosial, posko bantuan, pengembangan program Pendidikan. Bahwa perannya di bidang Pendidikan dan dakwah, serta memiliki program yang sejalan dengan program Departemen Agama (Depag) sejak 2005 (Afriani & Kumalasari, 2021).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memperoleh data yang valid. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang diamati. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Zachrofi et al., 2021), penelitian kualitatif adalah suatu prosedur yang menghasilkan data deskriptif dari kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku orang yang diamati.

Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan perilaku yang diamati dari individu, kelompok, Masyarakat, atau organisasi. Metode ini memberikan pemahaman yang lebih rinci dan mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti.

Salah satu Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode wawancara. Wawancara dilakukan dengan cara bertatap langsung kepada responden atau narasumber untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara mendalam dan memperoleh perspektif yang lebih luas dari responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Humas yang Efektif Dapat Meningkatkan Kesadaran dan Minat Peserta Didik Terhadap SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu

Strategi humas yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan minat peserta didik melibatkan berbagai pendekatan dan teknologi yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan minat Masyarakat terhadap kegiatan Pendidikan. Berikut adalah beberapa strategi humas yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat peserta didik yang dilakukan oleh SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu:

1. Promosi, strategi promosi yang baik dapat memberikan dampak terhadap minat siswa untuk mendaftarkan diri ke sekolah. Promosi dilakukan melalui berbagai media, seperti sosial media, brosur, facebook, baliho.
2. Dokumentasi, dokumentasi yang tepat dapat membantu meningkatkan kesadaran Masyarakat tentang Pendidikan (Alifia Citra Resti, 2023). Dokumentasi juga dilakukan berupa laporan, foto, atau video yang menampilkan kegiatan pendidikan dan hasilnya.
3. Pengelolaan Hubungan Sekolah dengan Masyarakat, pengelolaan hubungan yang baik antara sekolah dengan Masyarakat dapat meningkatkan kesadaran tentang kegiatan Pendidikan (Prabandari et al., 2022). Hal ini dilakukan dengan mengadakan kegiatan sosialisasi dan menginformasikan kegiatan sekolah.
4. Strategi Hubungan Masyarakat, strategi hubungan Masyarakat yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan minat Masyarakat terhadap kegiatan Pendidikan (Musfiroh Hidayati, Rivo Nugroho, 2023). Strategi ini melibatkan berbagai pendekatan, seperti mengadakan kegiatan sosialisasi, menginformasikan kegiatan di sekolah, dan memberikan kesempatan bagi Masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan pendidikan.
5. Manajemen Humas, manajemen humas yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan minat peserta dengan mengadakan kegiatan promosi yang tepat dan mengelola hubungan Masyarakat (Wahyunia et al., 2024). Manajemen humas juga dilakukan untuk membantu meningkatkan citra sekolah dan meningkatkan kesadaran Masyarakat tentang kegiatan Pendidikan.

Dalam sintesis, strategi humas yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat peserta didik SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu melibatkan berbagai pendekatan dan teknologi yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan minat Masyarakat terhadap kegiatan Pendidikan. Strategi ini melibatkan promosi, dokumentasi, pengelolaan hubungan sekolah dengan Masyarakat, strategi hubungan Masyarakat, dan manajemen humas yang efektif.

Strategi humas yang efektif dalam penerimaan siswa baru meliputi berbagai Langkah yang dilakukan oleh Lembaga Pendidikan untuk meningkatkan citra dan minat Masyarakat terhadap sekolah (Hasdiana, 2018). Strategi yang dilakukan oleh humas SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu adalah: Strategi publik internal, strategi ini berfokus pada komunikasi internal di dalam sekolah, seperti guru, tenaga administrasi, dan siswa; Strategi publik eksternal strategi ini melibatkan komunikasi dengan Masyarakat luas melalui cara, seperti promosi, sosialisasi, dan penggunaan media sosial; Strategi Pencitraan, berfokus pada meningkatkan citra sekolah melalui cara seperti penggunaan media sosial, brosur, dan kalender; Penggunaan media internet seperti website dan media sosial; Peningkatan konsep humas, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian internal terhadap keberhasilan dan keunggulan sekolah. Dengan menggabungkan beberapa strategi diatas, berharap SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu dapat meningkatkan efektivitas strategi humas dalam penerimaan siswa baru.

Faktor-faktor kualitas dan Harga yang Dapat Mempengaruhi Keputusan Keputusan Peserta Didik

Faktor-faktor kualitas dan harga yang dapat mempengaruhi Keputusan peserta didik dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB) di SMP Al Irsyad Gandrungmangu yaitu:

1. Kualitas Pendidikan; Kualitas Pendidikan yang diperoleh suatu sekolah dapat mempengaruhi Keputusan peserta didik dalam memilih sekolah (Nabila, 2023). Faktor-faktor seperti kualitas guru, fasilitas, kurikulum dapat mempengaruhi Keputusan ini.
2. Harga; Harga yang dikenakan oleh sekolah, seperti biaya Pendidikan. Biaya yang terjangkau dapat menjadi faktor penting dalam mengambil Keputusan (Efferi, 2019).
3. Lokasi; Lokasi sekolah yang strategis dan mudah diakses. Faktor lokasi dapat mempengaruhi kenyamanan dan keselamatan peserta didik.
4. Produk; Produk yang ditawarkan oleh sekolah, seperti program beasiswa dan fasilitas. Produk yang menarik dapat meningkatkan kesempatan penerimaan peserta didik baru.
5. Kharisma Pendiri Yayasan; Kharisma pendiri Yayasan dapat mempengaruhi dan meningkatkan penerimaan peserta didik baru.
6. Domisili; Faktor domisili, seperti lokasi rumah, jauh, dekat.
7. Prinsip Penerimaan Siswa Baru; Prinsip ini seperti seleksi, hal ini mempengaruhi kualitas siswa yang diterima.
8. Faktor Internal; Faktor internal seperti keadaan jasmani dan Rohani siswa, hal ini dapat mempengaruhi kualitas belajar siswa (Kiswanto, 2014).

Dalam penerimaan peserta didik baru, faktor-faktor ini dapat digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas siswa yang diterima.

Faktor kualitas dan harga terdapat beberapa aspek. Menurut Parasuraman, Zeithami, dan Berry dalam Tjiptono (2012), kualitas layanan Pendidikan terdiri dari lima dimensi: berwujud (tangible), empati (empathy), keandalan (reliability), koresponsifan

(responsiveness), dan keyakinan (assurance). Akreditasi kegiatan yang dilakukan oleh Badan Akreditasi Nasional (BAN) untuk mengakreditasi atau menentukan kelayakan program dan satuan Pendidikan (Hasdiana, 2018). Faktor harga menurut Supriadi (2006), bahwa biaya pendidikan terdiri dari 17 komponen, termasuk biaya pangkal, biaya rutin, biaya buku, dan lain-lain (Kristiani, 2016).

Interaksi langsung dengan Pihak Sekolah Dapat Mempengaruhi Keputusan Peserta Didik

Interaksi langsung di lakukan juga oleh SMP Islam Al Irsad Gandrungmangu, pihak sekolah dapat mempengaruhi Keputusan peserta didik dalam penerimaan siswa baru. Berikut beberapa hal yang dapat mempengaruhi Keputusan tersebut:

1. Promosi Sekolah; adanya promosi dari sekolah dapat mempengaruhi Keputusan siswa dalam memilih sekolah. Sekolah yang memiliki citra baik dapat dengan mudah menarik kepercayaan Masyarakat dan siswa.
2. Faktor Sosial dan Psikologi; Faktor sosial dan psikologo juga mempengaruhi Keputusan siswa memilih sekolah. Faktor sosial seperti pendapat teman dan anggota keluarga serta faktor psikologo seperti kepercayaan diri dan motivasi.
3. Keterlibatan Siswa: Keterlibatan siswa dalam proses evaluasi diri sekolah juga mempengaruhi Keputusan siswa. Siswa terlibat langsung dalam proses evaluasi dapat memiliki pengalaman yang baik.
4. Sistem Pendukung Keputusan: Dalam penerimaan siswa baru dapat membantu pihak sekolah dalam pengambilan Keputusan yang tepat dan akurat. Sistem ini menggunakan metode perangkangan dengan *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk menentukan alternatif yang optimal (Puput Giovanni et al., 2020).

Interaksi langsung dengan pihak sekolah dapat mempengaruhi Keputusan siswa dalam penerimaan siswa baru melalui berbagai faktor, termasuk promosi sekolah, sosial dan psikologo, keterlibatan siswa, dan sistem pendukung Keputusan yang digunakan. Memikirkan dan menentukan arah perkembangan sekolah adalah proses yang kompleks dan memerlukan perencanaan dengan hati-hati, seperti contoh : Tujuan Pendidikan Nasional, berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta membentuk generasi yang akan mewujudkan cita-cita negara; karakter anak, Pendidikan harus menumbuhkan karakter anak, seperti kedisiplinan, yang perlu diingat bahwa tujuan akhir dari disiplin adalah agar anak memahami perilaku mereka sendiri, mengambil inisiatif, menjadi bertanggung jawab atas pilihan mereka, dan menghargai diri mereka sendiri dan orang lain.

Kekuatan sekolah, Pengembangan Sekolah Berbasis Asset (PSBA) berfokus pada kekuatan atau potensi yang dimiliki oleh sekolah. PSBA menggunakan paradigma inkuiri apresiatif untuk membangun budaya positif di sekolah dan menumbuhkan karakter anak; Kurikulum, pengembangan kurikulum tidak lepas dari berbagai aspek yang mempengaruhi, seperti cara berpikir, sistem nilai, proses pengembangan, kebutuhan peserta didik, kebutuhan Masyarakat, dan arah program Pendidikan. Strategi Pengembangan sekolah, harus mempertimbangkan prestasi baik lokal maupun nasional, Kerjasama dengan sekolah-sekolah/Lembaga maju., serta memiliki keunggulan tertentu. Peran orang tua juga terlibat dan bekerja sama dengan baik dalam pengembangan anak, serta memastikan bahwa anak-anak berada di jalan yang benar dan tidak tersesat. Membangun budaya positif di sekolah sangat penting untuk menumbuhkan karakter anak. Guru harus menggunakan Tindakan yang tepat, seperti bertanya dan membuat kesepakatan, untuk mendorong motivasi intrinsik (Indrayani et al., 2020).

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, sekolah dapat menentukan arah pengembangan yang sesuai dengan tujuan Pendidikan nasioonal dan membangun generasi yang sejaya-jayamya dan sebagahia-bahagianya.

Pembahasan

Hasil penerimaan siswa baru SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu menurun. Meskipun proses pendaftaran dibuka semenjak bulan Februari s.d Juli 2024 jumlah pendaftaran siswa baru di SMP Islam Al Irsyad masi belum memenuhi quota untuk dua kelas. Baru 21 orang yang mendaftar semenjak pendaftaran dibuka jauh dari target 40 siswa untuk membuka dua rombel. Kepala SMP Islam Al Irsyad Titi Sudiarti, mengakui bahwa biasanya jumlah pendaftaran mulai ramai setelah proses pendaftaran di SMP negeri selesai. Hal ini juga dirasakan sekolah swasta lainnya seperti SMP Nurul Huda Gandrungmangu, SMP Muhammadiyah Gandungmangu.

Sekolah swasta dapat menarik perhatian orang tua dalam pilihan sekolah dengan bebrapa strategi, hal ini sudah dilakukan oleh Humas SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu diantaranya :

1. Kualitas Guru, SMP Islam Al Irsyad memiliki guru yang lebih baik dalam prestasi akademik dan keterampilan. Bahwa guru yang berkompeten dan berdeikasi dapat meningkatkan kepercayaan orang tua terhadap sekolah.
2. Pembelajaran Agama, SMP Islam Al Irsyad menawarkan program pembelajaran agama yang lebih luas dan beragam, sehingga bisa menjadi pilihan yang lebih menarik bagi orang tua yang menginginkan Pendidikan agama yang intesif.
3. Inovasi Pembelajaran, SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu memiliki inovasi dalam metode pembelajaran, seperti penggunaan teknologi dan simulasi virtual, untuk membuat proses belajar lebih menarik dan intensif.
4. Promosi Sekolah, SMP Islam Al Irsyad Gandrungmagu gencar dalam promosi sekolah melalui berbagai media, sehingga orang tua lebih banyak mendapatkan informasi tentang sekolah dan kelebihanannya.
5. Keterlibatan Orang Tua, keterlibatan orang tua, dilakukan dalam proses Pendidikan, seperti pertemuan orang tua-guru atau kegiatan keluarga, untuk meningkatkan komitmen mereka terhadap sekolah.
6. Fasilitas Unggulan, Fasilitas unggulan yang ada di SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu, seperti infrastruktur, peralatan, dan program ekstrakurikuler, untuk minat siswa dan orang tua.
7. Kultur Sekolah, SMP Islam Al Irsyad Gandrungmagu memiliki kultur atau lingkungan sekolah yang lebih positif dan kreatif, sehingga siswa dan orang tua merasa nyaman dan senang berada disana.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu dapat meningkatkan kesadaran dan kepercayaan orang tua terhadap sekolah, sehingga meningkatkan pendaftaran siswa dan menjadi pilihan utama bagi orang tua.

Tabal 2.
Data Sekolah SMP di Kecamatan Gandrungmangu Tahun 2024

No	Nama Sekolah	Status	Jumlah Siswa
1	SMP Negeri 3 Gandrungmangu	Negeri	452
2	SMP Negeri 1 Gandrungmangu	Negeri	751
3	SMP Negeri 2 Gandrungmangu	Negeri	427

4	SMP Negeri Satu Atap 1 Gandrungmangu	Negeri	284
5	SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu	Swasta	87
6	SMP Kristen Gandrungmangu	Swasta	12
7	SMP Miftahul Falah Gandrungmangu	Swasta	26
8	SMP Muhammadiyah Gandrungmangu	Swasta	47
9	SMP Nurul Huda Gandrungmangu	Swasta	288
10	SMP PGRI 5 Gandrungmangu	Swasta	19
11	SMP PGRI 6 Gandrungmangu	Swasta	50
12	SMP Purnama Gandrungmangu	Swasta	83
13	SMP Yos Soedarso Sidaupur Gandrungmangu	Swasta	70

(sumber: dapodik.kemdikbud.go.id)

Melihat dari data tersebut bahwa sekolah negeri secara umum lebih unggul di wilayah Gandrungmangu. Meski kedua jenis sekolah memiliki kelebihan dan kekurangan yang berbeda. Disinilah peran humas dalam penerimaan siswa baru sangat penting untuk melakukan tugasnya secara signifikan.

Strategi Humas dalam penerimaan peserta didik baru di SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu belum memuaskan. Karena jumlah siswa baru yang diterima pada dua tahun terakhir menurun secara rata-rata, dan tidak stabil. Meskipun strategi humas yang diterapkan sudah meliputi berbagai Langkah diantaranya: Strategi publik internal yaitu kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan warga sekolah, seperti guru, tenaga administrasi, dan siswa, terhadap sekolah; strategi publik eksternal, yaitu dengan metode langsung maupun metode tidak langsung; Strategi promosi, hal ini ditangani oleh waka kesiswaan yang bekerja sama dengan waka humas dan panitia penerimaan siswa baru; Strategi kerja sama, seperti dengan mengundang tokoh Masyarakat dalam acara-acara sekolah; Strategi sosialisasi kepada Masyarakat untuk mengubah mindset mereka tentang sekolah swasta.

Keberhasilan strategi humas dalam penerimaan siswa baru di SMP Islam Al Irsyad dapat diukur dari beberapa cara diantaranya: Jumlah siswa baru, yang diterima oleh sekolah sebagai indikator keberhasilan strategi humas. Semakin banyak siswa baru yang diterima, maka strategi humas dapat dianggap lebih efektif; Kualitas siswa baru, seperti prestasi akademis, kemampuan, dan minat, dapat diukur sebagai indikator keberhasilan humas. Semakin baik kualitas baru, maka strategi humas bisa dikatakan efektif; Citra sekolah, bahwa tingkat citra sekolah yang meningkat dapat diukur sebagai indikator keberhasilan humas; Partisipasi Masyarakat, tingkat partisipasi Masyarakat dalam kegiatan sekolah; Evaluasi yang sistematis dan terstruktur dapat membantu dalam mengukur keberhasilan strategi humas. Dengan mengukur keberhasilan strategi humas dengan cara-cara diatas, dapat mengetahui seberapa efektif strategi humas SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu yang digunakan dan meningkatkan strategi yang kurang efektif untuk meningkatkan penerimaan siswa baru.

Matrik yang efektif mengukur *audience coverage* dalam strategi humas seperti : Audience coverage, mention, website traffic, jumlah pengguna media sosial, pengguna online, pengguna offline. Selain itu dilakukan juga Langkah-langkah yang dilakukan humas dalam mengukur *audience coverage* yaitu: Jumlah pengguna media sosial, pengguna situs web, pengguna media cetak, pengguna online, pengguna offline, pengguna yang mengomentari, pengguna yang membagikan, jumlah yang mengunduh konten media sosial, pengguna yang mengikuti akun media sosial. Dengan mengukur *audience*

coverage dengan cara tersebut, strategi humas dapat dinilai secara efektif dan diperbaiki untuk meningkatkan penerimaan siswa baru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dapat ditarik beberapa sumber: Efektivitas dalam mewujudkan pemerataan Pendidikan, terutama dalam menghilangkan mindset sekolah favorit dan non-favorit dimasyarakat, namun masih terdapat dari Masyarakat yang belum puas dengan kebijakan tersebut. Efisiensi PPDB masih menunjukkan bahwa Implementasi website PPDB online menyatakan belum efisiensi. Ketepatan PPDB ada yang memberikan dampak positif kepada Masyarakat. sistem zonasi berjalan dengan baik, walaupun masih terdapat permasalahan. Sistem informasi dapat meningkatkan kinerja pihak sekolah dalam memproses data, efisiensi, dan efektivitas kerja, serta memperkecil kemungkinan terjadi kesalahan.

Dalam rangka memastikan kesuksesan strategi humas dalam penerimaan siswa baru, bisa memberikan komitmen untuk: Meningkatkan kesadaran Masyarakat tentang kelebihan dan kualitas Pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah; Meningkatkan partisipasi Masyarakat dalam proses penerimaan siswa baru melalui berbagai aktifitas dan program; Meningkatkan kualitas komunikasi dengan Masyarakat melalui berbagai saluran informasi; Meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada siswa dan orang tua siswa; meningkatkan kualitas sistem informasi untuk memantau dan mengelola data siswa. Dengan demikian, sebagai penulis berharap dapat meningkat kualitas penerimaan siswa baru dan meningkatkan kesadaran Masyarakat tentang kelebihan Pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, R., & Kumalasari, D. (2021). Lembaga Pendidikan Al-Irsyad Al-Islamiyyah Pekalongan dalam Penanaman Nasionalisme Keturunan Arab Tahun 1918-1942. *Risalah*, 3(9), 1–15.
- Alifia Citra Resti. (2023). Manajemen humas dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru (studi kasus di mi al-amin dempelen madiun). https://etheses.iainponorogo.ac.id/22791/1/206190002_ALIFIA%20CITRA%20RESTI_%20MANAJEMEN%20PENDIDIKAN%20ISLAM.Pdf.
- Anggil Risnawati Akmal, Haryati, Z. (2023). Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Organisasi. *Jrpp*, 6(1), 4139–4142. <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/mmp/article/view/13574>
- Effendi, M. N. (2019). Pendidikan Al-Irsyad dan Kontribusinya terhadap Pendidikan Islam. *Jurnal Darussalam*, 20(2), 93–106.
- Efferi, A. (2019). Strategi Rekrutmen Peserta Didik Baru Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di MA Nahdlotul Muslimin Undaan Kudus. *Edukasia*, 14(1), 25–48. https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Edukasia/article/download/4844/pdf_1
- Fauzan Ismael & Iswantir. (2022). Konsep Pendidikan Sekolah Islam Terpadu. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia*, 1(2), 127–134. <https://jpion.org/index.php/jpi/article/view/30>
- Fauzi, A. A. bin. (2013). Dinamika Gerakan Al Irsyad dalam Mempengaruhi Perubahan Sosial Warga Keturunan Arab Kampong Ampel Surabaya Utara. *AntroUnairDotNet*, 2(1), 222–231.
- Hariati, P., & Ranu, E. (2014). Strategy Management of Public Relations in New Admission at SMK (SMEA) PGRI Ploso Jombang Academic Year 2014/2015. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 2(2), 1–15. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jpap/article/view/9332/9247>
- Hasdiana, U. (2018). Strategi Humas dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik SMK PGRI 1 Porong Sidoarjo. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978->

- 0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/
- Indrayani, I., Nurdyansyah, N., & Ruchana, S. (2020). School Development Strategies in Improving the Quality of Human Resources at Elkisi High School: Strategi Pengembangan Sekolah Dalam Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia di SMA Elkisi. *Proceedings of The ICECRS:Conference of Management of Islamic Education Leadership in The Era of Revolution 4.0*, 6(20), 1–8.
- Kiswanto, H. (2014). *Pengaruh Hasil Seleksi Penerimaan Peserta Didik Baru (Ppdb), Minat Memilih Jurusan, Dan Perilaku Belajar Terhadap Prestasi Akademik Peserta Didik Di Smk Negeri 2 Wonosari Tahun Ajaran 2012/2013*. 51(1), 51.
- Kristiani, N. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua Siswa Memilih Sd Kasatriyan Surakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(1), 91–118.
- Lubis, A. (2019). Sekolah Islam Terpadu Dalam Sejarah Pendidikan Islam Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 4(2), 1077–1095. <https://doi.org/10.36424/jpsb.v4i2.60>
- Mainuddin. (2020). Implementasi konsep pendidikan Islam Terpadu di SMP Islam Terpadu Sumbawa. *AL-MUNAWWARAH: JURNAL PENDIDIKAN ISLAM*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/https://doi.org/10.35964/al-munawwarah.v12i1.3902>
- Musfiroh Hidayati, Rivo Nugroho, M. P. (2023). STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM UPAYA MENARIK MINAT MASYARAKAT DI SEKOLAH FULLDAY (Study Kasus di SD Muhammadiyah Manyar). <https://Ejournal.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Inspirasi-Manajemen-Pendidikan/Article/Download/17236/15673>, 1–10.
- Muspawi, M., & Rindhi, G. (2019). Sosialisasi Penerimaan Peserta Didik Baru dengan Pendekatan Manajemen Humas. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 19(3), 608. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v19i3.768>
- Nabila, N. S. (2023). Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru SDIT Al-Muddatsirriyah Jakarta Pusat. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 85. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/74800%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74800/1/11190182000021_NASYWA_SARAH_NABILA_WATERMARK.pdf
- Nurmalasari, P., Yusmawati, Y., & Novianita, R. (2024). Pemanfaatan Instagram SMK Sejahtera Sebagai Media Promosi Sekolah. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 4(2), 67–73. <https://doi.org/10.31294/jpr.v4i2.2718>
- Prabandari, D. A., Supriyanto, A., Sobri, A. Y., & Fadhli, R. (2022). Strategi Humas Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan: Jurnal Ilmiah Administrasi, Manajemen Dan Kepemimpinan Pendidikan*, 3(2), 179–191. <https://doi.org/10.21831/jump.v3i2.45799>
- Puput Giovani, A., Haryanti, T., & Kurniawati, L. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Penerimaan Siswa Baru dengan Metode Simple Additive Weighting (SAW) pada SMP Islam Al-Azhar 6 Jakapermai Bekasi. *SATIN - Sains Dan Teknologi Informasi*, 6(1), 70–79. <https://doi.org/10.33372/stn.v6i1.611>
- Rosalinda, T. N. (2019). Sistem penerimaan peserta didik baru berbasis online dan offline di sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Kajian Teori Dan Praktik Kependidikan*, 4(2), 93–101.
- Syamsuddin. (2018). Membangun Pelayanan Public Yang Prima: Strategi Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Sekolah. *Journal of Islamic Education Management*, Vol. 4, 160–170.
- Thalib, M. D., & Thalib, M. D. (2018). Peranan Lembaga Keagamaan Al-Irsyad Dalam Pendidikan Di Indonesia. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan Islam*, 16(1), 1–10. <https://doi.org/10.35905/alishlah.v16i1.731>
- Trianto, R. (2020). Aktifitas Hubungan Masyarakat (humas) dalam Pemasaran SD Luqman al-Hakim Surabaya. *An-Nida': Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 21–40.

- Tyagita, B. P. A. (2016). Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama Di Kabupaten Semarang 1. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(1), 67. <https://doi.org/10.24246/j.jk.2016.v3.i1.p67-79>
- Van Gobel, L., Akili, A. A., Talango, R., Rahmat, A., Studi, P., Guru, P., Dasar, S., & Pendidikan, I. (2023). Media Promosi Sekolah Berbasis Tiktok. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2014–2020. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/6119>
- Wahyunia, R., Ardiansyahb, M., & Mus, S. (2024). Peran Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SMK Negeri 3 Bone. *Jurnal Administrasi, Kebijakan, Dan Kepemimpinan Pendidikan*, 1(1), 1–13.
- Warsita, B. (2015). EVALUASI SISTEM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB) Online UNTUK PENINGKATAN KUALITAS PEMBELAJARAN. *Jurnal Kwangsan*, 3(1), 27. <https://doi.org/10.31800/jtp.kw.v3n1.p27--44>
- Zachrofi, S. S., Fatimah, T., & Munthe, W. (2021). Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MTsS Al-Washliyah Simpang Marbau, Labuhanbatu Utara). *Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 276–283.