

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di MTsN 6 Blitar” ditulis oleh Putri Nur Azizah, NIM. 126207213135 Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Bapak Labib Muzaki Shobir, S. Hum., M. Pd. I.

Kata Kunci: Strategi Promosi Pendidikan, Minat Peserta Didik,

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi promosi sebagai bagian dari upaya lembaga pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru, terutama di tengah persaingan yang semakin kompetitif antar sekolah. MTsN 6 Blitar sebagai salah satu madrasah negeri perlu menerapkan strategi promosi yang terencana dan berkelanjutan agar dapat menjangkau masyarakat secara luas dan meningkatkan jumlah pendaftar setiap tahunnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan: 1) perencanaan strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik di MTsN 6 Blitar; 2) Pengorganisasian promosi pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di MTsN 6 Blitar; 3) pelaksanaan promosi pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di MTsN 6 Blitar dan; 4) evaluasi promosi pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di MTsN 6 Blitar.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan utama: kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) perencanaan strategi promosi dilakukan secara sistematis dengan melibatkan kepala madrasah, guru, wakil kepala, dan komite madrasah, melalui pembentukan tim, penyusunan anggaran, penentuan target sasaran, serta pemilihan media promosi; 2) Pengorganisasian promosi pendidikan dilakukan secara sistematis melalui pembentukan struktur organisasi promosi yang ditetapkan melalui Surat Keputusan (SK) kepala madrasah, dilanjutkan dengan rapat koordinasi dan pembagian tugas kepada semua unsur yang terlibat agar tidak terjadi tumpang tindih peran; 3) pelaksanaan promosi dilakukan oleh seluruh warga madrasah dengan memanfaatkan media online seperti *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, *YouTube*, dan *WhatsApp*, serta media offline berupa banner, brosur, kunjungan ke SD/MI, dan penyelenggaraan event olimpiade. Strategi ini juga dilengkapi dengan pemberian beasiswa dan pembebasan tes seleksi bagi siswa berprestasi; 4) evaluasi dilakukan setelah PPDB selesai sebagai bahan refleksi terhadap efektivitas promosi, mengidentifikasi kendala, serta merumuskan perbaikan strategi untuk tahun berikutnya.

ABSTRACT

Thesis titled “Promotional Strategies for Education in Enhancing the Interest of New Students at MTsN 6 Blitar” written by Putri Nur Azizah, Student ID No. 126207213135 Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Bapak Labib Muzaki Shobir, S. Hum., M. Pd. I.

Keywords: *Educational Promotion Strategies, Student Interest*

This study is motivated by the importance of promotion strategies as part of educational institutions' efforts to attract new students, especially in the face of increasing competition among schools. MTsN 6 Blitar, as one of the state madrasahs, needs to implement planned and sustainable promotion strategies to reach a wider audience and increase the number of applicants each year.

This study aims to identify and describe: 1) the planning of educational promotion strategies to increase student interest at MTsN 6 Blitar; 2) Organizing educational promotions to increase interest among new students at MTsN 6 Blitar; 3) the implementation of educational promotion to increase the interest of new students at MTsN 6 Blitar; and 4) the evaluation of educational promotion to increase the interest of new students at MTsN 6 Blitar.

This study employs a descriptive qualitative method, with data collection techniques including observation, in-depth interviews, and documentation. Data is analyzed using the interactive analysis model by Miles and Huberman, which includes three main stages: data reduction, data presentation, and drawing conclusions and verification.

The results of the study indicate that: 1) promotional strategy planning is carried out systematically by involving the school principal, teachers, public relations team, PPDB committee, and school committee, through the formation of a team, budget preparation, target setting, and selection of promotional media; 2) The organization of educational promotion is carried out systematically through the establishment of a promotional organizational structure as stipulated in a decree issued by the head of the madrasah, followed by coordination meetings and the division of tasks among all parties involved to avoid overlapping roles. 3) promotion was carried out by the entire madrasah community using online media such as Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, and WhatsApp, as well as offline media such as banners, brochures, visits to elementary schools/MI, and the organization of Olympic events. This strategy is also complemented by the provision of scholarships and exemption from selection tests for high-achieving students; 4) evaluation is conducted after the PPDB is completed as a means of reflecting on the effectiveness of the promotion, identifying obstacles, and formulating improvements to the strategy for the following year.

الملخص

أطروحة بعنوان "استراتيجية النهوض بالتعليم في زيادة اهتمام الطلاب الجدد في المدرسة المتوسطة الحكومية الستة بليتار" كتبها فوتري نور عزيزة، رقم الطالب ١٢٦٢٠٧٢١٣١٣٥ بالقسم إدارة التربية الإسلامية، الكلية التربية والمعلمين ، جامعة الإسلامية الحكومية سيد علي رحمة الله تولونج أجونج ، المشرف لأستاذ لبيب مزكي شويير، س. هوم ، ماجستير في التربية الدينية الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية الترويج للتعليم و اهتمام الطلاب.

تستند هذه الدراسة إلى أهمية استراتيجية الترويج كجزء من جهود المؤسسات التعليمية في جذب اهتمام الطلاب الجدد، خاصة في ظل المنافسة المتزايدة بين المدارس. وتحتاج ي المدرسة المتوسطة الحكومية الستة بليتار، باعتبارها إحدى المدارس الحكومية، إلى تطبيق استراتيجية ترويجية مخططة ومستدامة حتى تتمكن من الوصول إلى المجتمع على نطاق واسع وزيادة عدد المسجلين كل عام.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة ووصف: (١) تخطيط استراتيجية الترويج التعليمي في زيادة اهتمام الطلاب في المدرسة المتوسطة الحكومية الستة بليتار (٢) تنفيذ الترويج التعليمي في زيادة اهتمام الطلاب الجدد في المدرسة المتوسطة الحكومية الستة بليتار و (٣) تقييم الترويج التعليمي في زيادة اهتمام الطلاب الجدد في المدرسة المتوسطة الحكومية الستة بليتار.

هذا البحث يستخدم المنهج النوعي الوصفي، مع تقنيات جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات المعمقة والتوثيق. يتم تحليل البيانات باستخدام نموذج التحليل التفاعلي لميلز وهوبيرمان، الذي يشمل ثلاث مراحل رئيسية: تخفيض البيانات، عرض البيانات، واستخلاص الاستنتاجات والتحقق منها.

نتائج البحث تظهر أن: (١) تخطيط استراتيجية الترويج يتم بشكل منهجي بمشاركة مدير المدرسة، والمعلمين، وفريق العلاقات العامة، ولجنة القبول والتسجيل، ولجنة المدرسة، من خلال تشكيل فريق، ووضع الميزانية، وتحديد الأهداف، واختيار وسائل الترويج؛ (٢) تنظيم الترويج للتعليم يتم بشكل منهجي من خلال إنشاء هيكل تنظيمي للترويج يتم تحديده بموجب قرار مدير المدرسة، يليه اجتماع تنسيقي وتوزيع المهام على جميع العناصر المعنية لتجنب تداخل الأدوار؛ (٣) تنفيذ الترويج يتم من قبل جميع أفراد المدرسة باستخدام وسائل الإعلام الإلكترونية مثل و إنستغرام و

فيس بوك و تيك توك و يوتيوب و واتساب ، بالإضافة إلى وسائل الإعلام التقليدية مثل اللافتات والكتيبات وزيارات المدارس الابتدائية أو الإسلامية وتنظيم فعاليات الأولمبياد. تُكَمَّل هذه الاستراتيجية بمنح المنح الدراسية وإعفاء الطلاب المتفوقين من اختبار القبول ٤) تُجرى التقييمات بعد انتهاء عملية القبول كأساس للتفكير في فعالية الترويج، وتحديد العقبات، وصياغة تحسينات الاستراتيجية للعام التالي.