

**STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA PENDIDIKAN DALAM
MENUMBUHKAN MINAT CALON PESERTA DIDIK BARU**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada SMP Negeri 2 Ketanggungan)



Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Muhammad Afandi Helmi

NIM : 20107030061

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Muhammad Afandi Helmi

Nomor Induk Mahasiswa : 20107030061

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Skripsi saya ini adalah hasil karya dan atau penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan penuh kesadaran agar dapat diketahui oleh anggota dewan pengaji.

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 12 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Muhammad Afandi Helmi

NIM. 20107030061

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama	:	Muhammad Afandi Helmi
NIM	:	20107030061
Prodi	:	Ilmu Komunikasi
Judul	:	

STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA PENDIDIKAN DALAM MENUMBUHKAN MINAT CALON PESERTA DIDIK BARU (Studi Deskriptif Kualitatif pada SMP NEGERI 2 Ketanggungan)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 11 Juli 2024
Pembimbing

Dr. Mokhamad Makhfud, M Si
NIP. 19770713 200604 1 002

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1131/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA PENDIDIKAN DALAM MENUMBUHKAN MINAT CALON PESERTA DIDIK BARU (Studi Deskriptif Kualitatif pada SMP Negeri 2 Ketangungan)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD AFANDI HELMI
Nomor Induk Mahasiswa : 20107030061
Telah diujikan pada : Kamis, 01 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Mokhamad Mahfud, S.Sos.I. M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66b30a3423cf



Pengaji I

Achmad Zuhri, M.I.Kom.
SIGNED



Pengaji II

Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom.
SIGNED



Yogyakarta, 01 Agustus 2024

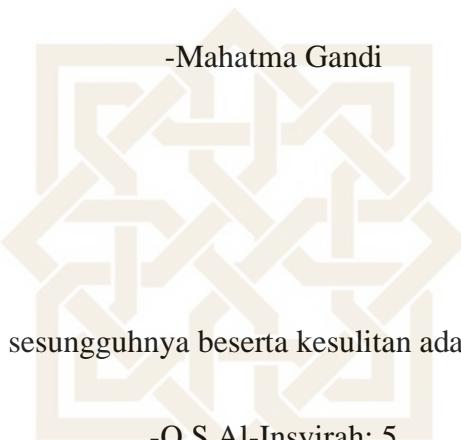
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66c2e903a3472

MOTTO

“Hiduplah seakan akan kamu kamu akan mati besok, belajarlah sesakan-akan
kamu akan hidup selamanya.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada :

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Atas ridha dari Allah Swt., peneliti sampai pada tahap untuk menyelesaikan penelitian ini. Penyusunan skripsi ini merupakan kajian yang akan membahas mengenai “STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA PENDIDIKAN DALAM MENUMBUHKAN MINAT CALON PESERTA DIDIK BARU (Studi Deskriptif Kualitatif pada SMP Negeri 2 Ketanggungan)”. Peneliti menyadari bahwa dalam pelaksanaan skripsi ini tidak akan bisa terwujud untuk menyelesaiakannya tanpa adanya bimbingan, dukungan serta bantuan dari banyak pihak. Oleh sebab itu, melalui ini peneliti ingin memberikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya sebagai bentuk apresiasi kepada:

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing skripsi.
3. Ibu Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik

4. Bapak Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos.I. M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing, meluangkan waktu, dan memberikan dukungan serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Achmad Zuhri, M.I.Kom selaku Pengaji 1 serta Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom. selaku Pengaji 2 yang memberikan masukan dan saran yang sangat membantu dalam penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan serta pengalaman yang berharga kepada peneliti selama menjalani perkuliahan
7. Kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan doa, dan motivasi serta kakak peneliti yang juga senantiasa memberikan semangat dan dukungan.
8. Bapak Agus Puji Setiyyono, S.Pd. selaku Kepala Sekolah SMP Negeri 2 Ketanggungan dan Bapak Syamsul Bakhri selaku ketua PPDB SMP Negeri 2 Ketanggungan sebagai informan.
9. Bapak Andreanus Satrio Baskoro, S.I.Kom. selaku triangulasi ahli serta Diah Novuta Sari dan Sabrina Nur Sabiya selaku triangulasi narasumber dalam penelitian ini.
10. Rekan-rekan Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 yang bersama-sama peneliti dalam suka dan duka menempuh pendidikan, memberikan inspirasi, dorongan, dan pelajaran yang berharga.
11. Rekan dan sahabat peneliti yaitu Viecri Piyik, Risang PSIM, Dhafin Khaki, Sani Cendol, Adit Kambil, Alam OT, Fadhil Sibob, Irfat OTW dan terutama

Erlina Shinta Wati yang selalu menyemangati dan memberi dukungan peneliti selama proses persiapan, seminar proposal, hingga penyelesaian penyusunan skripsi ini.

12. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah berjasa dalam membantu peneliti.

Peneliti sangat bersyukur dan berterimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti. Semoga Allah Swt. senantiasa membalas kebaikan semua pihak, Aamiin Ya Rabalalamin.

Yogyakarta, 10 Juli 2024

Penyusun,



Muhammad Afandi Helmi

NIM. 20107030061

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Daftar Isi

COVER	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	10
C. TUJUAN PENELITIAN	10
D. MANFAAT PENELITIAN	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis.....	10
E. TINJAUAN PUSTAKA	11
F. LANDASAN TEORI	16
1. Strategi Komunikasi	16
2. Minat.....	22
G. KERANGKA PEMIKIRAN	25
H. METODE PENILAIAN	26
1. Jenis Penelitian	26
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	27
3. Metode Pengumpulan Data	27
4. Metode Analisis Data	29
5. Keabsahan Data	30

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Profil SMP Negeri 2 Ketanggungan.....	32
B. Visi dan Misi	34
C. Tujuan SMP Negeri 2 Ketanggungan	38
D. Struktur Organisasi.....	40
E. Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru.....	41
F. Alamat SMP Negeri 2 Ketanggungan	42
G. Jumlah Siswa SMP Negeri 2 Ketanggungan.....	42
H. Landasan Kurikulum SMP Negeri 2 Ketanggungan	43
I. Program SMP Negeri 2 Ketanggungan	45

BAB III

PEMBAHASAN

A. Sasaran Komunikasi dalam Menumbuhkan Minat Calon Peserta Didik Baru .	50
B. Strategi Pesan dalam Menumbuhkan Minat Calon Peserta Didik Baru.....	58
C. Penetapan Metode dalam Menumbuhkan Minat Calon Peserta Didik Baru.....	64
D. Penggunaan Media dalam Menumbuhkan Minat Calon Peserta Didik Baru....	71
E. Strategi Komunikator dalam Menumbuhkan Minat Calon Peserta Didik Baru77	
F. Relevansi Q.S Al-Mujadalah ayat 11 dalam Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan dalam Menumbuhkan Minat Calon Peserta didik Baru	81

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA**87**

LAMPIRAN-LAMPIRAN**90**

Daftar Tabel

TABEL 1. Tinjauan Pustaka	14
TABEL 2. Kerangka Pemikiran	25
TABEL 3. Panitia PPDB	41



Daftar Gambar

Gambar 1. Penjaringan SMP Negeri 2 Ketanggungan.....	8
Gambar 2. Struktur Organisasi.....	40
Gambar 3. Para Pemenang Gebyar Spenduket	52
Gambar 4. Brosur SMP Negeri 2 Ketanggungan.....	63
Gambar 5. Sosialisasi SMP Negeri 2 Ketanggungan ke SD	66
Gambar 6. Kerja sama dengan SD	69
Gambar 7. Akun Instagram SMP Negeri 2 Ketanggungan.....	72



ABSTRACT

The decline in student interest occurs at Junior High School 2 Ketanggungan every year, this occurs due to various factors such as the number of competing schools and so on, for this reason the school takes quick steps by implementing communication strategies. This research aims to analyze the communication strategies of educational institutions in cultivating the interest of prospective new students at Junior High School 2 Ketanggungan. The method used in this research is descriptive qualitative with data collection methods such as observation, interviews and documentation. The results of this research show that Junior High School 2 Ketanggungan has implemented several communication strategies such as spenduket festivals, outreach to elementary schools, collaboration with the school environment, taking the ball to residents' homes, distributing brochures and selecting the right communicator. Therefore, the communication strategy implemented is quite effective, as can be seen from the increase in the number of students every year. It has been proven that over the last 3 years there has been an increase in the number of new students with an average annual increase of around 48 students from the total number of students.

Keywords : communication strategies, interest, implementation, educational institution, student.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam proses pembelajaran, komunikasi merupakan salah satu faktor penting yang harus ada, karena komunikasi dapat menyampaikan informasi kepada khalayak luas, dalam hal ini komunikasi berperan menyampaikan materi pembelajaran dari seorang guru kepada peserta didik. Dalam ilmu pengetahuan maupun teknologi, juga memerlukan komunikasi dalam menyampaikan pesan, begitu juga dalam proses pembelajaran. Komunikasi dalam pendidikan dan pembelajaran berfungsi untuk mentransfer ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan akhlak, dan ketrampilan serta pengembangan potensi yang di perlukan dalam kehidupan. (Pandiangan et al., 2018)

A.W. Widjaja dalam bukunya menjelaskan bahwa peranan komunikasi tidak hanya sebagai penyalur informasi dan pesan saja, melainkan sebuah kegiatan untuk saling menukar data, fakta dan gagasan. Dengan begitu peserta calon didik dapat menerima pesan yang disampaikan melalui komunikasi dan informasi yang diberikan. (Zainuri, 2018)

Fungsi komunikasi sebagai alat komunikasi sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia, karena dengan berkomunikasi kita dapat memperoleh informasi. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau prilaku seseorang. Komunikasi juga dapat

disebut sebagai proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih, baik disampaikan secara langsung maupun melalui media. Proses komunikasi pun dapat berlangsung dimana saja dan kapan saja contohnya seperti pada orang tua dan anak, sesama teman, dan seorang guru dengan muridnya, karena pada saat orang merenung pun dia sedang menjalankan proses komunikasi dengan dirinya sendiri.(Napitulu, 2019)

Strategi komunikasi merupakan konsep atau upaya untuk mengerahkan potensi sumber daya kedalam rangkaian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi yang digunakan dalam proses belajar mengajar dalam lembaga pendidikan merupakan alat yang efektif untuk mensukseskan proses belajar, maka sangat diperlukan komunikasi yang baik dan tepat sebagai strategi komunikasi untuk menumbuhkan semangat belajar para siswanya. Guru sebagai (komunikator) siswa sebagai (komunikant) selalu bertatap muka serta berkomunikasi dengan baik guna mencapai tujuan untuk membentuk pribadi yang baik dan berakhlaql karimah.(Wulan et al., 2023)

Strategi komunikasi dalam lembaga pendidikan adalah kunci untuk memastikan pesan dan informasi tersampaikan dengan efektif antara pendidik, siswa, dan pemangku kepentingan lainnya. Tanpa adanya peserta didik seorang komunikator tidak dapat menjalankan komunikasi karena kunci komunikasi yang efektif terletak pada komunikator yang mana dalam hal ini adalah peserta didik.(Napitulu, 2019)

Peserta didik adalah salah satu komponen yang sangat penting dalam sistem pendidikan. Peserta didik adalah orang atau individu yang mendapatkan

pelayanan pendidikan sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuannya agar tumbuh dan berkembang dengan baik serta mempunyai kepuasan dalam menerima pelajaran yang diberikan oleh gurunya.(Napitulu, 2019)

Dalam buku panduan Panduan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yang diterbitkan oleh Dinas Pendidikan Kabupaten Brebes, Pendidikan merupakan modal dasar bagi bangsa dan generasi bangsa dan merupakan suatu kewajiban bagi bangsa untuk mencerdaskan kehidupan bangsanya sendiri. Hal ini sesuai dengan amanat Undang-undang Dasar 1945 yang tercantum dalam Pembukaan UUD '45. Dalam sudut pandang agama, pendidikan dianggap sebagai modal dasar yang sangat penting bagi setiap individu. Islam mendorong umatnya untuk mencari ilmu pengetahuan, baik pengetahuan agama maupun pengetahuan dunia, sebagai bentuk pengembangan diri dan untuk menghadapi tantangan hidup dengan lebih baik. Al-Quran memberikan petunjuk dan penekanan yang kuat terhadap pentingnya mencari ilmu dan belajar. Seperti contohnya Firman Allah Swt. dalam Alquran Surat Al-Mujadalah Ayat 11

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَلِسِ فَاقْسِحُوا يَقْسِحَ اللَّهُ أَكْمَمْ وَإِذَا قِيلَ اشْرُرُوا فَاقْشُرُوا يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أَوْتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

11

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan, “Berdirilah,” (kamu) berdirilah. Allah niscaya akan mengangkat orang-orang yang beriman di

antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa, jika umat Islam ingin mencapai kejayaan dan diangkat derajatnya oleh Allah Swt sebagaimana umat Islam terdahulu, maka sudah suatu keharusan bagi umat Islam saat ini untuk meningkatkan ilmu pengetahuan dalam segala bidang agar umat Islam tidak tertinggal dengan umat-umat yang lainnya. Salah satu cara untuk mengejar ketinggalan umat Islam pada saat ini meningkatkan dengan kualitas lembaga pendidikan yang ada. Strategi komunikasi menjadi faktor penting dalam dunia Pendidikan, sebab lembaga pendidikan adalah tulang punggung kemajuan ilmu pengetahuan bagi umat Islam pada saat ini khususnya di Indonesia.(Tafsir Al-Mishbah M. Quraish Shihab, 2007)

Dunia pendidikan saat ini harus diperlakukan dan dikelola secara profesional, karena semakin ketatnya persaingan. Lembaga pendidikan akan ditinggalkan konsumen atau masyarakat jika dikelola seadanya. Sekolah merupakan lembaga pendidikan yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan. Dengan persaingan yang semakin ketat, mau tidak mau setiap sekolah harus melakukan pengelolaan yang baik agar memberikan layanan yang terbaik karena jika tidak demikian maka konsumen atau masyarakat akan dengan mudah mencari lembaga lain yang lebih menguntungkan dan menjanjikan. Di samping itu, sekolah pun dituntut untuk dapat memosisikan diri dengan melakukan strategi komunikasi yang jitu demi mempertahankan eksistensinya.(Syafi et al., 2022)

Persaingan antar sekolah yang terjadi sekarang ini begitu atraktif. Lembaga pendidikan yang merupakan penyedia layanan pendidikan berusaha untuk memikirkan bagaimana cara yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta memenuhi kebutuhan para pelanggan yaitu para siswa dengan meningkatkan mutu pendidikan di sekolah. Mutu pendidikan adalah gambaran dan karakteristik menyeluruh pelayanan pendidikan secara internal ataupun eksternal yang menunjukkan kemampuannya memuaskan kebutuhan yang diharapkan. Oleh karena itu tiap sekolah perlu untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan di sekolahnya melalui strategi- strategi komunikasi yang tepat demi tercapainya kepuasan siswa. Satuan pendidikan dituntut untuk senantiasa memperbarui strateginya, guna menjamin kesesuaian tuntutan lingkungan dan persaingan dengan kekuatan internal yang dimilikinya. Ketidakmampuan suatu satuan pendidikan dalam merespon peluang dan ancaman eksternal, akan mengakibatkan menurunnya daya saing atau terhambatnya pencapaian kinerja satuan pendidikan. Jika hal ini dibiarkan, maka akan mengancam kelangsungan satuan pendidikan yang bersangkutan.(Turmudi & Fatayati, 2021)

Berkaitan dengan hal tersebut SMP Negeri 2 Ketanggungan sebagai lembaga pendidikan formal harus selalu melayani masyarakat yang ingin mengenyam pendidikan formal. Untuk itu setiap tahun ajaran baru SMPN 2 Ketanggungan harus dapat menampung calon peserta didik baru yang akan melanjutkan sekolah. Tentu saja penerimaan peserta didik baru harus dibatasi jumlahnya sesuai dengan kemampuan dan fasilitas yang dimiliki sekolah.

Sementara itu, SMP Negeri 2 Katanggungan yang notabene adalah sekolah negeri justru mengalami penurunan jumlah peserta didik setiap tahunnya. Sekolah negeri yang sedari dulu selalu dicap sebagai sekolah yang tidak akan kekurangan murid, pada kenyataanya mengalami penurunan jumlah peserta didik setiap tahunnya antara 2018 sampai 2021 dengan rata-rata penurunan sekitar 50 peserta didik setiap tahunnya, hal ini tidak terlepas dari beberapa faktor seperti banyaknya persaingan dengan sekolah swasta di sekitar Kecamatan Ketanggungan. Dewasa ini, sekolah swasta menawarkan banyak keunggulan seperti pemberian seragam, alat tulis dan perlengkapan sekolah secara gratis, membuat orang tua tertarik untuk bersekolah disana, walau kenyataannya seiring berjalananya waktu biaya SPP di sekolah swasta cenderung sangat mahal, namun rendahnya sumber daya manusia tidak menjadikan orang tua berpikir panjang mengenai resiko dan kekurangan apabila mereka menyekolahkan anaknya di sekolah swasta.(Ilham et al., 2022)

Sebenarnya SMP Negeri 2 Ketanggungan memiliki beberapa keunggulan yang bisa menarik calon peserta didik dan orang tua calon peserta didik. Adapun beberapa hal yang menjadikan SMP Negeri 2 Ketanggungan mampu menarik perhatian orang tua siswa, adalah karena sekolah tersebut adalah sekolah negeri. SMP Negeri 2 Ketanggungan meonjolkan program-program sekolah, kedisiplinan, sikap dan etika. Sekolah memiliki kegiatan ekstrakurikuler yang mampu mengembangkan minat dan bakat siswa- siswinya terutama dalam hal berkomunikasi seperti komunikasi antarperibadi, komunikasi organisasi. serta fasilitas sekolah yang cukup lengkap dan memadai. (Ilham et al., 2022)

Menurut informasi awal yang peneliti dapat, setidaknya dalam 4 tahun terakhir jumlah peserta didik di SMP Negeri 2 Ketanggungan ini mengalami kenaikan. Kecenderungan kenaikan jumlah peserta didik ini diantaranya strategi komunikasi yang digunakan efektif menaikkan jumlah peserta didik di sekolah tersebut. Sekolah ini memiliki sarana prasarana yang cukup lengkap: yaitu mempunyai ruang kelas, ruang perpustakaan, mushollah, lapangan olahraga, kantin sekolah. Keunggulan yang dimiliki sekolah ternyata masih belum bisa menarik minat peserta didik untuk masuk ke sekolah tersebut.

Strategi komunikasi diperlukan karena suatu sekolah selalu mengalami perubahan yang membutuhkan penyesuaian atas kegiatannya. Demikian pilihan strategi komunikasi yang tepat dalam suatu sekolah akan menetukan keberhasilan mencapai tujuan yang telah direncanakan.. Strategi Komunikasi yang dilakukan SMP Negeri 2 Ketanggungan adalah dengan meningkatkan kualitas peserta didik. Meningkatkan kualitas peserta didik merupakan Langkah sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didiknya. Apabila peserta didik yang ada di sekolah tersebut mempunyai kualitas yang bagus, maka masyarakatpun akan tertarik dengan sekolah tersebut. Selain itu, penerapan program unggulan juga dilakukan sebagai strategi komunikasi yaitu sosialisasi dan kelas hybrid.(Napitulu, 2019)

Adapun terdapat beberapa strategi komunikasi yang dilakukan SMP Negeri 2 ketanggungan sebagai upaya dalam menumbuhkan minat calon peserta didik baru. Strategi komunikasi dengan menyasar eksternal dilakukan sebagai salah satu dari bentuk komunikasi pemasaran untuk menarik calon peserta didik. SMP

Negeri 2 Ketanggungan, ini berupaya membangun kerjasama yang baik dengan seluruh pihak melalui strategi komunikasi guna kemajuan sekolah karena secara bersamaan sekolah juga dapat melakukan penjaringan peserta didik baru dengan mendata anak-anak yang sekiranya berminat untuk melanjutkan pendidikannya di SMP Negeri 2 Ketanggungan. Berdasarkan data penjaringan yang diperolah melalui sistem jemput bola ini terdapat 184 anak yang berminat untuk bersekolah di SMP Negeri 2 Ketanggungan, serta 162 diantaranya juga sudah mengumpulkan akta kelahiran sebagai bentuk keseriusan mereka dalam melanjutkan sekolah di SMP Negeri 2 Ketanggungan.

Gambar 1. Penjaringan SMP Negeri 2 Ketanggungan

**DAFTAR PENJARINGAN SISWA/SISWI SD/MI
KE SMP NEGERI 2 KETANGGUNGAN
TAHUN PELAJARAN 2023/2024**

NO	ASAL SEKOLAH	JUMLAH	AKTE ASLI	KET.
1	SDN BULAKELOR 01	23	22	V
2	SDN BULAKELOR 02	17	15	V
3	SDN BULAKELOR 03	23	19	V
4	SDN LUWUNGGEDE 01	11	11	V
5	SDN LUWUNGGEDE 02	10	10	V
6	SDN LUWUNGGEDE 03	15	15	V
7	SDN LUWUNGGEDE 04	11	10	V
8	SDN KUBANGSARI 03	11	-	V
9	SDN SLATRI 01	15	15	V
10	SDN SLATRI 02	3	3	V
11	SDN SITANGGAL 06	3	3	V
12	SDN SLATRI 03	1	1	V
13	MI NURIS SLATRI	12	11	V
14	SDN KTG 05	1	1	V
15	SDN KTG 10	13	11	V
16	MI DUKUH TENGAH	1	1	V
17	SDN CIDUWET 01	11	11	V
18	MIN 1 BREBES	1	1	V
19	SD LUAR KOTA	2	2	V
JUMLAH SEMENTARA		184	162	

Ketanggungan, 28 April 2023
Tertanda

NB : SDN KUBANGSARI 03 AKTE FC (11)

Petugas Data

Sumber : Arsip SMP Negeri 2 Ketanggungan

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti, didapat penjelasan bahwa pada saat sekarang ini jumlah peserta didik mengalami kenaikan jumlah. Sekolah diharapkan mampu bersaing dengan sekolah lain yang ada di kecamatan Ketanggungan khususnya. Hal ini karena sekolah telah melakukan inovasi-inovasi dan strategi-strategi baru terutama dalam peningkatan jumlah peserta didik, terbukti pada tahun ajaran 2022/2023 tercatat ada 463 peserta didik yang terdiri dari 255 peserta didik laki-laki dan 208 peserta didik perempuan yang belajar di SMP Negeri 2 Ketanggungan. Jumlah peserta didik yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, hal ini tidak terlepas dari usaha yang dilakukan kepala sekolah dan jajaran guru dalam melakukan sosialisasi dan inovasi terhadap sekolahnya. (*Panduan PPDB Online*, n.d.)

Untuk itu berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dibutuhkan strategi komunikasi secara efektif yang dilakukan untuk menarik calon peserta didik baru melalui beberapa cara dan tahapan yang dilakukan oleh sekolah. Sehingga, diharapkan nantinya akan menumbuhkan minat calon peserta didik baru.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan terkait strategi komunikasi Guru SMP Negeri 2 Ketanggungan untuk menumbuhkan minat calon peserta didik baru maka terumuskan sebuah masalah yaitu Bagaimana strategi komunikasi lembaga pendidikan untuk menumbuhkan minat calon peserta didik baru di SMP Negeri 2 Ketanggungan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di rumuskan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai bagaimana strategi komunikasi lembaga pendidikan untuk menumbuhkan minat calon peserta didik baru di SMP Negeri 2 Ketanggungan.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang komunikasi, khususnya komunikasi pendidikan mengenai strategi komunikasi lembaga pendidikan untuk menumbuhkan minat calon peserta didik di SMP Negeri 2 Ketanggungan melalui teori strategi komunikasi dan minat yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Praktis

Secara praktis penelitian ini di harapkan dapat menjadi sebuah masukan yang membangun untuk meningkatkan kualitas Lembaga Pendidikan yang ada, khususnya para tenaga pendidik di SMP Negeri 2 Ketanggungan dalam menumbuhkan minat calon peserta didik baru.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi, bahan informasi dan bahan acuan serta pembanding dari hasil penelitian yang telah di temukan. Beberapa telaah pustaka yang digunakan peneliti, diantaranya :

1. Jurnal Penelitian (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta) yang ditulis oleh Rina Emilia Nawandari dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Calon Peserta didik Di SMP Islam Al Syukro Universal”.

Penelitian ini menjelaskan SMP Islam Al Syukro Universal telah melakukan pemasaran dengan meningkatkan kualitas produknya. Dapat dilihat dari program yang berjalan seperti ICE (International Culture Exchange Camp), pesantren ramadhan, field trip, Outing Class Day, Tahfidz, Mukhoyyam (Pembinaan Karakter), dan Live In. Program tersebut menjadi pembeda antara SMP Islam Al Syukro Universal dengan sekolah competitor lainnya lainnya.

Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama sama menggunakan komunikasi persuasif dalam menarik calon peserta didik baru dengan menggunakan berbagai program unggulan yang ada. Namun terdapat juga perbedaan, yaitu sasaran dari komunikasi persuasi di penelitian tersebut lebih sempit yaitu hanya SD Islam Al Syukro Universal.

2. Jurnal Penelitian (*Jurnal Pendidikan Dan Manajemen Islam*, 13(01)) yang ditulis oleh Mat Bahri dengan judul “Strategi Komunikasi dalam Pemasaran Mutu Pendidikan di MTS Negeri 2 Pamekasan”.

Penelitian ini menjelaskan Pola komunikasi dalam pemasaran mutu pendidikan di MTs Negeri 2 Pamekasan Dalam sistem pemasarannya sekolah ini mengadakan sosialisasi, penyebaran brosur dan pemasangan banner di beberapa tempat. Tidak hanya itu di MTs Negeri 2 Pamekasan ini dalam penyebaran informasi juga menggunakan media online seperti website sekolah yang sudah tersedia dan sekolah masih melibatkan alumni untuk komunikasi pemasaran mutu pendidikan.

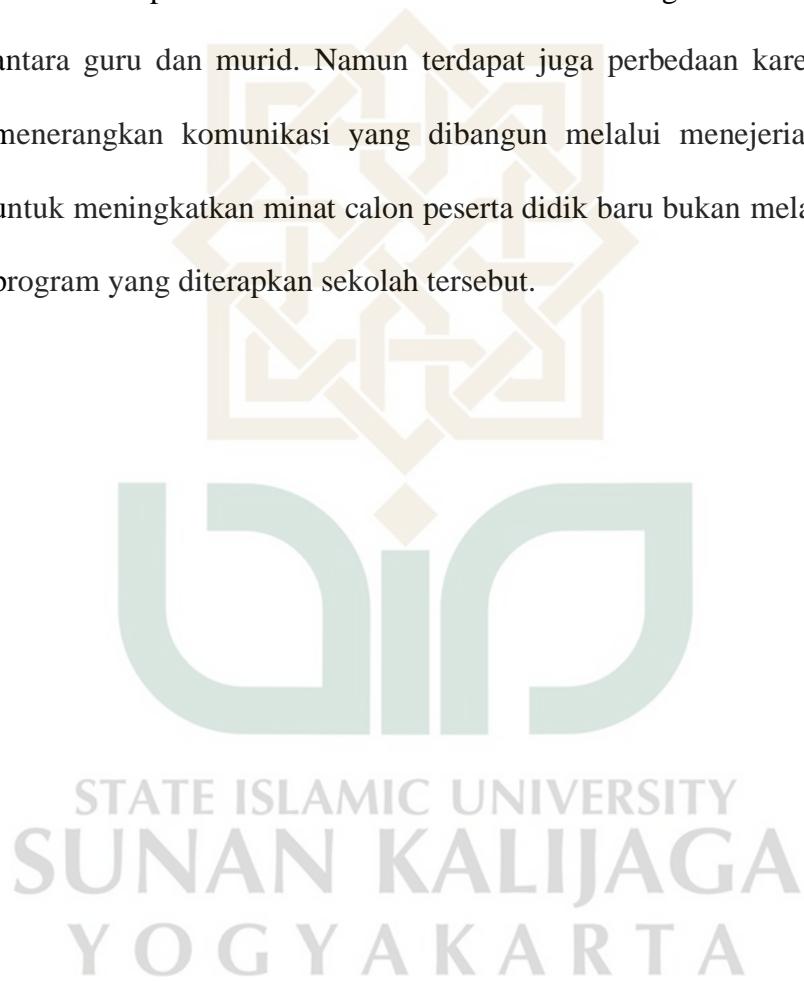
Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama sama membahas komunikasi pemasaran di dalam dunia Pendidikan guna untuk mencapai tujuan tertentu yaitu meningkatkan minat calon beserta didik baru. Namun terdapat juga perbedaan karena jurnal ini hanya membahas komunikasi pemasaran yang dilakukan secara umum, namun tidak dibahas secara spesifik program apa yang dijalankan.

3. Jurnal Penelitian (*Faidatuna*, 2(2), 102-112.) yang ditulis Alfian Syafi'ullah, Achmad Qosim, Sudarsono dengan judul “Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru Di Madrasah Aliyah Raudlotul Huffadz Kediri Tabanan Tahun Pelajaran 2021/2022”.

Penelitian ini menjelaskan penggunaan Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Menumbuhkan Minat Calon Peserta Didik Baru yang

diterapkan Kepala Madrasah, tentang perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi/pengawasan dan pengendalian di Madrasah Aliyah Raudlotul Huffadz Kediri Tabanan.

Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama sama menjelaskan komunikasi pemasaran dalam dunia Pendidikan dengan komunikasi persasif antara guru dan murid. Namun terdapat juga perbedaan karena jurnal ini menerangkan komunikasi yang dibangun melalui menejerial pendidikan untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru bukan melalui program-program yang diterapkan sekolah tersebut.



Tabel 1.

Tinjauan Pustaka

No	Peneliti	Judul Jurnal/ Penelitian	Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Kritik
1.	Rina Emilia Nawan	Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Calon Peserta didik Di SMP Islam Al Syukro Universal	https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/61583	Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama sama menggunakan komunikasi persuasive dalam menarik calon peserta didik baru dengan menggunakan berbagai program unggulan yang ada	Penelitian ini memiliki perbedaan yaitu sasaran dari komunikasi 14asrat14an14 di penelitian tersebut lebih sempit yaitu hanya SD Islam Al Syukro Universal.	Sasaran dari komunikasi 14asrat14an14 di penelitian tersebut lebih sempit yaitu hanya SD Islam Al Syukro Universal	Upaya dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru terlalu luas pembahasannya, harusnya bisa lebih dispesifikan lagi
2.	Mat Bahri	Strategi Komunikasi dalam Pemasaran Mutu Pendidikan di MTS Negeri 2 Pamekasan	http://ejournal.kopertais4.0.id/madura/index.php/fikrotuna/article/view/5065	Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama sama membahas komunikasi	Penelitian ini hanya membahas komunikasi pemasaran yang dilakukan secara umum, namun tidak	Penelitian ini menjelaskan bagaimana mutu Pendidikan di MTs Negeri 2 Pamekasan sebagai Langkah	Penelitian ini hanya membahas secara umum mengenai komunikasi pemasaran dalam meningkatkan mutu Pendidikan secara umum, namun tidak menjelaskan

				pemasaran di dalam dunia Pendidikan guna untuk mencapai tujuan tertentu yaitu meningkatkan minat mutu.	dibahas secara spesifik program apa yang dijalankan.	untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru.	program-program saja yang dijalankan.
3.	Alfian Syafi'ullah, Achmad Qosim, Sudarsono	Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru Di Madrasah Aliyah Raudlotul Huffadz Kediri Tabanan Tahun Pelajaran 2021/2022	https://www.journal.staidenpasar.ac.id/index.php/ft/article/view/139	Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama menjelaskan komunikasi pemasaran dalam dunia 15asrat15an15 dengan komunikasi persasif antara guru dan murid.	Namun terdapat juga perbedaan karena penelitian ini menerangkan komunikasi yang dibangun melalui menejerial 15asrat15an15 untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru bukan melalui program-program yang diterapkan sekolah tersebut.	Penelitian ini menjelaskan penggunaan Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru tentang perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi/pengawasan dan pengendalian.	Penelitian ini hanya menjelaskan menejerialnya saja namun tidak membahas apa saja program yang dijelaskan oleh 15asrat15an15 tersebut.

Sumber : Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

Landasan teori merujuk pada dasar-dasar pengetahuan atau prinsip-prinsip yang digunakan sebagai pijakan dalam sebuah penelitian, analisis, atau pemahaman suatu konsep. Berikut landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan tersebut dapat dicapai.(Santhika et al., 2022)

Strategi secara terminologi diambil dari kata “stratos” dari Yunani dengan arti militer dan kata “agein” dengan arti memimpin. Hal ini kemudian memberi definisi strategi sebagai konsep militer yang berarti seni perang para jenderal atau perencanaan terbaik untuk mencapai kemenangan perang (Cangara, 2017) Seiring berkembangnya sains, kata strategi kerap diambil pengertiannya lalu mempunyai arti sesuai dengan bidang ilmu yang menerapkan dengan lingkup yang lebih besar. (Wahidmurni, 2022)

Dalam (Lianjani, 2018) mengutip George Steiner dan John Minner dalam bukunya yang berjudul “Strategy Of Planning” mengatakan bahwa strategi merupakan penentuan misi suatu organisasi, pemilihan target atau tujuan organisasi dengan cara meningkatkan kualitas eksternal dan internal, selain itu strategi juga dapat dikatakan sebagai proses merumuskan ketentuan serta implementasinya dengan cepat, sehingga target dan tujuan organisasi akan

lebih mudah tercapai. Menyelam lebih dalam dari kata strategi, adapun definisi strategi komunikasi menurut Rogers dan Middleton yang dikutip dalam (Cangara, 2017), Rogers mempunyai pandangan bahwa strategi komunikasi mempunyai definisi sebagai suatu rangkaian rencana yang bertujuan untuk membuat perubahan pada tingkah atau sikap manusia dengan ukuran yang lebih besar dengan proses penyampaian pesan atau ide-ide baru. Berkaitan dengan itu Middleton menerangkan definisi strategi komunikasi merupakan koalisi terbaik dengan mengandung unsur-unsur komunikasi di dalamnya, yaitu komunikator, pesan, saluran (media), penerima, serta pengaruh (efek) yang dipadukan untuk menraih sesuatu yang dituju dalam proses komunikasi secara maksimal. Sementara itu, menurut Onong Uchjana Effendy (Effendy, 2011) dalam bukunya yang berjudul strategi komunikasi adalah kombinasi dari komunikasi yang terencana dan komunikasi yang diatur untuk menjangkau khalayak yang menjadi target. Namun dalam rangka menjangkau sasaran tersebut, strategi komunikasi harus mengemukakan bagaimana teknis fungsionalnya perlu diaplikasikan. Artinya adalah pendekatan (approach) bisa saja berbeda sewaktu-waktu bisa dilihat dari kondisi atau situasi yang ada.(Wahidmurni, 2022)

Terdapat lima elemen dalam strategi komunikasi yang saling berkaitan Arifin Anwar dalam (Ricky Aditya, 2019). kelima unsur tersebut antara lain sasaran komunikasi, strategi pesan, penetapan metode, penggunaan media dan strategi komunikator.

Menurut Anwar Arifin untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu:

a) Sasaran Komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi perlu mempelajari siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun khalayak, mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa persamaan kepentingan, komunikasi tidak akan mungkin berlangsung. Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan kerangka referensi khalayak secara tepat dan saksama, yang meliputi:

- a. Kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak yang terdiri dari:
 1. pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan.
 2. kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan.
 3. pengetahuan khalayak terhadap perbendaharaan kata-kata yang digunakan.
- b. Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma kelompok dan masyarakat yang ada.
- c. Situasi dimana khalayak itu berada.

b) Strategi Pesan

Setelah khlayak dan situasinya jelas diketahui, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. (Milenia et al., 2021)

Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Beberapa kriteria yang dapat mendukung suksesnya sebuah pesan dalam berkomunikasi, antara lain:

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat mempengaruhi dan menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama dapat dimengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- d. Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat mereka digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

c) Penetapan Metode

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari 2 aspek:

- a. Menurut cara pelaksanaannya, yaitu semata-mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya.
- b. Menurut bentuk isi yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung. Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk.

Oleh karena itu yang pertama (menurut pelaksanaannya), dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu metode redundancy (repetition) dan canalizing.

Sedangkan yang kedua (menurut bentuk dan isinya) dikenal dengan metode: informatif, persuasif, edukatif, dan kursif.

d) Penggunaan Media

Menurut Onong Uchjana Effendy (2007:37), untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan sebab masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

Penggunaan media merupakan alat penyalur ide dalam rangka memberikan informasi kepada khalayak. Dalam penyampaian pesan penerapan metode komunikasi harus didukung dengan pemilihan media

secara selektif artinya pemilihan media menyesuaikan dengan keadaan dan kondisi khalayak, secara teknik dan metode yang diterapkan.

e) Strategi Komunikator

Dalam penyampaian pesan diperlukan komunikator. Peranan komunikator merupakan unsur penting dan dominan bagi keseluruhan proses komunikasi yang efektif. Komunikator dianggap berhasil apabila mampu mengubah, sikap, opini, dan perilaku komunikasi dengan segala daya tarik yang dimilikinya.(Munggaran & Putri, 2021)

Perencanaan strategi komunikasi merupakan bagian dari manajemen secara umum manajemen harus memahami arah organisasi yang diinginkan sebelum mulai melangkah ke arah tersebut. Menurut Onong Uchjana Effendy, beliau mengemukakan bahwa strategi komunikasi memiliki fungsi ganda, yaitu:

1. Pertama, menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif,persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Kedua, menjembatani “kesenjangan budaya” (cultural gap) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. Demikian beberapa uraian tentang urgensinya strategi komunikasi khususnya dalam proses komunikasi antara pemerintah dan masyarakat.

2. Minat

Minat merupakan suatu ketertarikan individu terhadap suatu obyek tertentu yang membuat individu itu sendiri merasa senang dengan obyek tersebut. Minat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. (Khairani, 2014)

Menurut Sukardi (1994) bahwa minat merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting dalam mengambil keputusan masa depan. Minat mengarahkan individu terhadap suatu obyek atas dasar rasa senang atau rasa tidak senang. Perasaan senang atau tidak senang merupakan dasar suatu minat. Minat seseorang dapat diketahui dari pernyataan senang atau tidak senang terhadap suatu obyek tertentu. Menurut Sutjipto (2001), minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, orang, masalah, atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya. Menurut Ahmadi, minat adalah sikap jiwa seseorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (Kognisi, Konasi, dan Emosi), yang tertuju pada sesuatu, yang dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat. (Permadhi, 2021)

Menurut Crow and Crow (1984), minat dapat menunjukkan kemampuan untuk memberi stimuli yang mendorong kita untuk memperhatikan seseorang, suatu barang atau kegiatan, atau sesuatu yang

dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimuli oleh kegiatan itu sendiri.

Menurut Mappiare (1994), mengemukakan minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, atau kecenderungan kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Menurut Hurlock (1999), minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan, bila kepuasan berkurang dan minatpun berkurang.(Abdul Rahman Shaleh, n.d.)

Minat pada hakekatnya minat merupakan sebab akibat dari pengalaman. Minat berkembang sebagai hasil daripada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama. Menurut Crow and Crow dalam Susilowati (2010) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut :

a. Faktor internal

Rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat seseorang berminat untuk mempelajari ilmu mekanik, melakukan penelitian ilmiah, atau aktivitas lain yang menantang. Faktor internal merupakan persepsi seseorang mengenai diri sendiri, harga diri, harapan pribadi, kebutuhan, keinginan, kepuasan dan prestasi yang diharapkan.

b. Faktor motif sosial

Faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktifitas demi memenuhi kebutuhan sosial, seperti contoh kebutuhan Hunting Foto demi memenuhi tugas pameran, dan sebagainya.

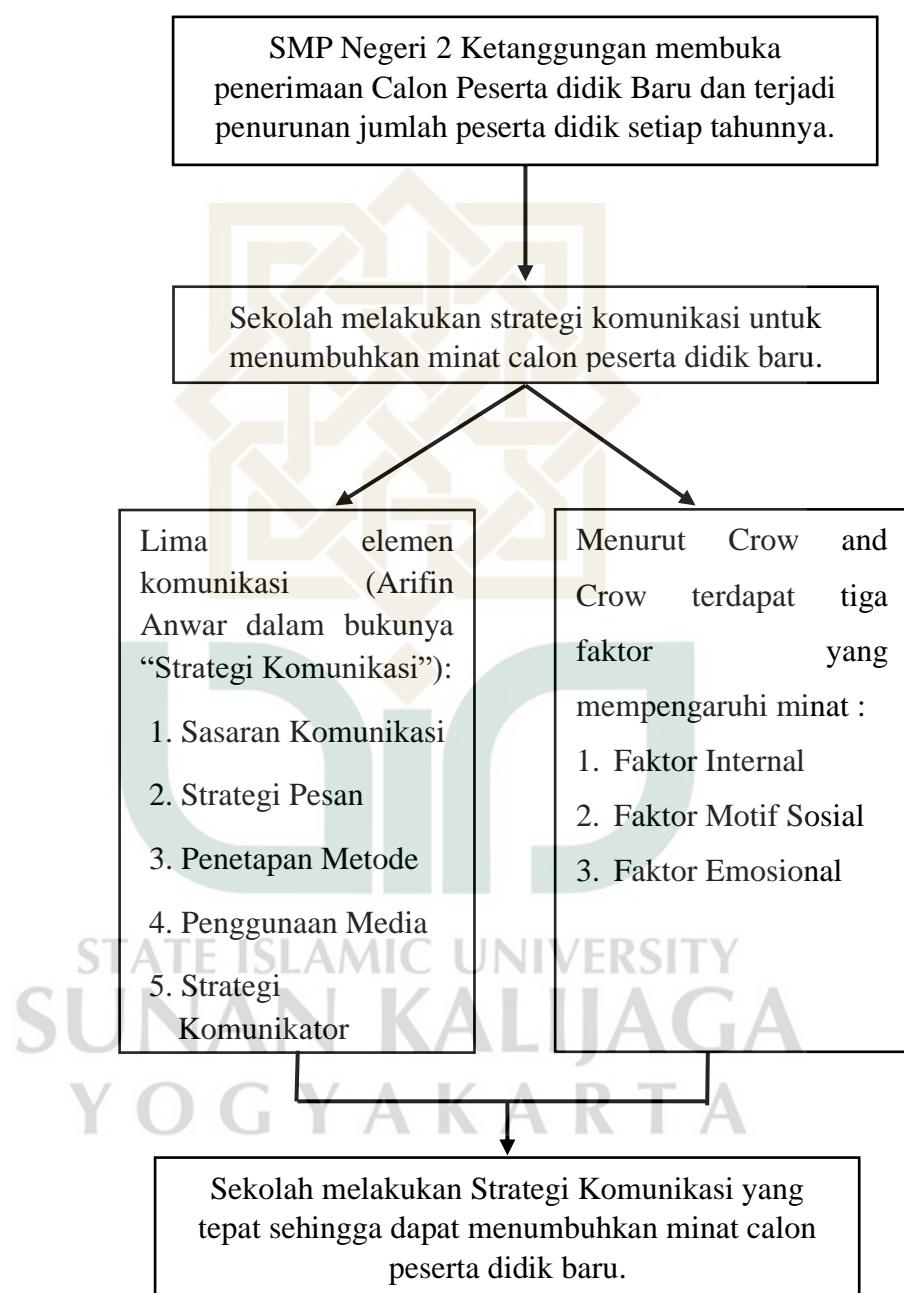
c. Faktor emosional

Minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan meningkatkan minat, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang.(Farwitawati & Masirun, 2021)

Berdasarkan pengertian menurut beberapa ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa minat merupakan sikap seseorang yang mempunyai keinginan yang tinggi terhadap sesuatu atau suatu rasa kemauan yang kuat untuk suatu hal untuk mencapai tujuan tertentu. Atau dengan kata lain bahwa minat merupakan suatu rasa suka/senang, dorongan atau ketertarikan dari dalam diri seseorang yang mengarahkannya pada obyek yang diminatinya.

G. Kerangka Berpikir

Tabel 2.
Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

H. Metode Penelitian

Metode penelitian merujuk pada langkah-langkah sistematis yang diambil dalam merancang, melaksanakan, dan menganalisis suatu penelitian. Berikut metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dimana menurut Kriyantono (2009: 56) penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data secara mendalam. Fokus riset deskriptif adalah perilaku yang sedang terjadi dan terdiri dari satu variabel. Selanjutnya deskriptif adalah jenis metode untuk menggambarkan atau mendeskripsikan populasi yang sedang di teliti. Ciri deskriptif kualitatif ialah observasi dan terjun langsung ke lapangan bertindak sebagai pengamat (Ardianto, 2010: 60). Penelitian Kualitatif bersifat deskriptif dan berfokus pada proses, bukan hanya produk atau hasil, penelitian kualitatif juga lebih menekankan untuk memahami makna secara mendalam dari sebuah fenomena.(Sugiyono & Lestari, 2021)

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menggambarkan dan mendeskripsikan strategi komunikasi Lembaga Pendidikan untuk menumbuhkan minat calon peserta didik di SMP Negeri 2 Ketanggungan.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang menjadi narasumber dalam mendapatkan informasi dalam penelitian. Subjek berperan memberikan informasi berkaitan dengan data yang di perlukan oleh peneliti. Dalam menentukan objek, menggunakan teknik purposive sampling, dimana subjek akan dipilih merupakan orang-orang yang telah diseleksi atas dasar 32 kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyanto, 2009: 156).

Subjek dalam penelitian ini adalah Kepala Sekolah dan Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru serta guru di SMP Negeri 2 Ketanggungan.

b. Objek penelitian

Objek penelitian adalah apa yang akan diteliti dalam sebuah penelitian. Objek penelitian pada penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan lembaga pendidikan dalam menumbuhkan minat calon peserta didik baru di SMP Negeri 2 Ketanggungan.

3. Metode Pengumpulan Data

Terdapat dua jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama yang dibutuhkan dalam penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dan observasi partisipan dengan Kepala Sekolah dan Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru melalui studi kepustakaan dan dokumentasi sebagai data pelengkap untuk melengkapi data yang telah terkumpul.

Terdapat beberapa metode pengumpulan data yang berkaitan dengan pokok yang di kaji dalam penelitian ini. Adapun metode tersebut antara lain:

a. Observasi

Observasi merupakan kegiatan dimana peneliti mengamati secara langsung dengan cara melihat dari dekat, dengan tujuan guna memahami kegiatan yang dilakukan oleh objek. (Kriyanto dalam Firqoh, 2017: 22-23). Observasi yang dilakukan penulis yaitu mengenai Strategi Komunikasi yang dilakukan SMP Negeri 2 Ketanggungan untuk menumbuhkan minat calon peserta didik baru.

b. Wawancara mendalam (Depth Interview)

Wawancara mendalam adalah sebuah teknik pengumpulan data atau informasi dengan cara bertatap muka dengan informan agar mendapat data lengkap dan mendalam. Caranya bisa melalui tanya jawab dengan tatap muka yang dilakukan antara pewawancara dengan informan. Dimana dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan Agus Puji Setiyono S. Pd. selaku Kepala Sekolah dan Syamsul Bakhri, S. Pd. selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru dimana yang bersangkutan memiliki data relevan dengan tujuan penelitian.

c. Studi Kepustakaan

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data-data terkait penelitian baik itu dari buku maupun sumber lainnya seperti : jurnal, website, arsip dan situs internet yang berkaitan dengan penelitian.

d. Dokumentasi

Menurut Guba dan Lincoln (1981: 228) dalam (Moleong, 2017) penggunaan dokumen didefinisikan sebagai pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan dan melengkapi data primer yang di peroleh sebelumnya. Beberapa dokumentasi tersebut adalah foto-foto yang diperoleh langsung oleh peneliti saat melakukan penelitian di SMP Negeri 2 Ketanggungan.

4. Metode Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (dalam Ardianto, 2010 :223) ada 3 jenis kegiatan dalam analisis data :

a. Reduksi

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Reduksi terjadi secara berkelanjutan hingga laporan akhir. Bahkan sebelum data secara aktual dikumpulkan. Sebagaimana pengumpulan data berposes, terdapat beberapa bagian, selanjutnya dari reduksi data seperti: membuat rangkuman, membuat gugus-gugus, membuat pemisahan-pemisahan, menulis memo-memo.

b. Penyajian Data

Data yang telah tersusun akan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Adapun bentuk yang biasa digunakan pada data kualitatif terdahulu yakni dalam bentuk naratif

c. Penarikan / Verifikasi kesimpulan

Dari permulaan pengumpulan data, peneliti mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, penjelasan, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi. (Ardianto, 2010 :223).

5. Keabsahan Data

Menurut (Moleong, 2017) keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep validitas dan realibilitas, kemudian disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria, dan paradigmanya sendiri. Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan, dimana terdapat empat kriteria yang dapat digunakan seperti, derajat kepercayaan (credibility), keteralihan (transferability), kebergantungan (dependability), dan kepastian (confirmability). Pengujian keabsahan data dilakukan dengan cara triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan data dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi dari sumber yang berbeda. (Moleong, 2017)

Dalam penelitian ini yang menjadi triangulasi ahli adalah Dosen Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Akindo Yogyakarta yaitu Andreatius Satrio Baskoro, S.I.Kom. Peneliti memilih narasumber tersebut

karena Selain sudah 24 tahun menjadi dosen Ilmu Komunikasi dan ahli dalam komunikasi pemasaran, beliau juga berkompeten sebagai tim dari Penerimaan Mahasiswa Baru selama delapan tahun berturut-turut di STIE Akindo. Sementara triangulasi sumber yang digunakan yaitu Diah Novuta Sari peserta didik kelas 7B dan Sabrina Nur Sabiya peserta didik kelas 7E. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dan studi kepustakaan.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa guru dan tenaga Pendidikan sudah melakukan strategi komunikasi dengan baik, terstruktur dan sistematis dalam menumbuhkan minat calon peserta didik baru. Meskipun, ada beberapa evaluasi yang diperbaiki agar strategi komunikasi yang dilakukan lebih tertata lagi.

Sebagai upaya menumbuhkan minat calon peserta didik baru, SMP Negeri 2 Ketanggungan sebagai lembaga sekolah melakukan berbagai strategi komunikasi seperti mengadakan lomba gebyar spenduket dengan sasaran anak sekolah dasar setiap tahunnya dengan menyisipkan komunikasi persuasi, melakukan sosialisasi ke sekolah dasar dengan komunikator yang sudah ditentukan, menggandeng alumni saat melakukan sosialisasi, kerjasama dengan eksternal seperti sekolah dasar, para alumni dan lingkungan sekitar sekolah, penyebaran brosur, penggunaan sosial media sebagai sarana penyebaran informasi, dan melakukan jemput bola ke rumah warga, serta pemilihan komunikator yang tepat sebagai sarana komunikasi dengan calon peserta didik baru.

Secara keseluruhan strategi komunikasi yang dilakukan SMP Negeri 2 Ketanggungan sudah berjalan dengan baik dan terbilang sudah cukup efektif, terlihat dari peningkatan jumlah peserta didik baru dengan rata-rata 48 peserta

didik selama empat tahun terakhir, hal itu menunjukan tren positif dari strategi komunikasi yang sudah dilakukan oleh SMP Negeri 2 Ketanggungan.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dianalisis oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan selanjutnya, yaitu :

1. Sasaran komunikasi dapat diperluas lagi dengan mengandeng orang tua calon peserta didik dengan mengadakan acara yang bisa turut menghadirkan mereka. Harapannya calon peserta didik yang berminat juga akan semakin banyak.
2. Inovasi terhadap program yang sudah dilakukan. Buat program yang memang sebelumnya belum pernah dilakukan oleh lembaga pendidikan lain seperti kegiatan menanam pohon kepada siswa sekolah dasar dan lain sebagainya.
3. Konsistensi dalam penggunaan sosial media. Buat konten dengan rentan waktu yang teratur dengan konten yang menarik dan inofatif.
4. Pilih orang yang bisa mengelola media sosial atau media sosial spesialis agar konten yang dihasilkan lebih menarik dan konsisten.
5. Berikan pelatihan dan pengembangan skil kepada guru dan tenaga pendidik, untuk menemukan komunikator yang kompeten saat melakukan sosialisasi.
6. Menambah komunikator agar proses sosialisasi sebagai penyebaran informasi semakin luas dan berkembang.

Daftar Pustaka

- Abdul Rahman Shaleh, M. A. W. (n.d.). Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam. *Jakarta : Kencana*, 40–68.
- Arsip. (2023). *KOSP SMP2 Ktg 2022 2023*.
- Farwitawati, R., & Masirun, M. (2021). Menumbuhkan Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Perpajakan. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 21–26. <https://adaindonesia.or.id/journal/index.php/comsep/article/view/38>
- Ilham, I., Akbar, M., & Karnay, S. (2022). Strategi Komunikasi Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan pada Implementasi Program e-supervisi Pengawas di Provinsi Sulawesi Barat. *Jurnal Bahana Manajemen Pendidikan*, 11(1), 71. <https://doi.org/10.24036/jbmp.v11i1.116873>
- Khairani, M. (2014). *Psikologi Belajar*. Aswaja Pressindo.
- Milenia, A., Suryawati, I. G. A. A., & Joni, I. D. A. S. (2021). Strategi Komunikasi FBI Bali Radio Dalam Meningkatkan Pendengar Program Hi Bali. *E-Journal Medium*, 01(01), 30–38.
- Moleong, L. J. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (36th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Munggaran, D. N., & Putri, Y. R. (2021). Strategi Komunikasi Pt. Media Online Bengkulu Dalam Proses Penyajian Informasi Melalui Akun Instagram@bengkuluekspressdotcom. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 73–84. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16671>

- Napitulu, D. S. (2019). Komunikasi Organisasi Pendidikan Islam. *At-Ta'dib: Jurnal Ilmiah Prodi Pendidikan Agama Islam*, 11(2), 127–136.
<http://www.ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/tadib/article/view/260>
- Pandiangan, W. M., Siagian, S., & Sitompul, H. (2018). Pengaruh Strategi Pembelajaran Dan Gaya Belajar Siswa Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa. *Jurnal Teknologi Pendidikan (JTP)*, 11(1), 86.
<https://doi.org/10.24114/jtp.v11i1.11199>
- Panduan PPDB Online*. (n.d.).
- Permadhi, D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi (Studi Kasus : Wilayah Kerja Pabrik Gula Gempolkrep , Pt Perkebunan Nusantara X) Analysis of Factors Influencing Farmer ' S Interest on Sugarcane Farming (Case Study : Gempolkrep Sugar Factory Working Area , Pt P. *Indonesian Sugar Research Journal*, 1(2), 67–77.
- Ricky Aditya. (2019). *Setrategi Komunikasi Ketua Ormas Buah Batu Cords*. 15–54.
[https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3053/8/UNIKOM_RICKY_ADITYA_S_41815125_BAB II.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3053/8/UNIKOM_RICKY_ADITYA_S_41815125_BAB%20II.pdf)
- Santhika, D. G. A., Wiradana, D. G. S., & ... (2022). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Pembelajaran Siswa Paud Dan Sd Kelas Rendah Terkait Calistung Di Kabupaten Buleleng. ... *Ilmu Komunikasi*, 101–113.
<https://www.jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/comment/article/view/2568>
<https://www.jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/comment/article/view/2568/1900>
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi* (Vol. 1, p. 320).

ALFABETA.

- Syafi, A., Qosim, A., & Hidayat, A. (2022). *DI MADRASAH ALIYAH RAUDLOTUL HUFFADZ KEDIRI TABANAN* Program Studi Manajemen Pendidikan Islam , Sekolah Tinggi Agama Islam Denpasar Bali , Indonesia .
e-mail : { *alfian , qosim , sudarsono* }@ *staid . ac . id* Pendidikan merupakan usaha membina dan kepribadi. 1–11.
- Tafsir Al- Mishbah M. Quraish Shihab. (2007). *Peran, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an* (Cetakan 9). Lentera Hati.
- Turmudi, M., & Fatayati, S. (2021). Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 69–78.
<https://doi.org/10.33367/ijhass.v2i1.1910>
- Wahidmurni. (2022). *Strategi Komunikasi dalam Tinjauan Pustaka*. 2588–2593.
- Wulan, D. J., Mustoip, S., & Hidayati, N. (2023). Strategi Komunikasi Dalam Pembentukan Organisasi Komite Sekolah di TK Negeri Sendang Kabupaten Cirebon. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 177–195.
<https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/TUTURAN/article/view/411>
- Zainuri, M. (2018). Efektivitas Komunikasi Interpersonal Di SMA IT Babul Hikmah Kalianda Lampung Selatan. *Tesis*, 1–122.
<http://repository.radenintan.ac.id/3966/>
<http://repository.radenintan.ac.id/3966/1/pdfjoiner.pdf>