

STRATEGI MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK BARU DI SMP IT AL-UTSAIMIN

Muhammad Arif¹, Ermansyah, M.M²

¹²Institut Agama Islam Imam Syafi'i Indonesia (IMSYA)

¹ariffpku2023@gmail.com, ²abi671ermansyah@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to describe the Public Relations (PR) management strategy in increasing the number of new students at SMP IT Al-Utsaimin, analyze its supporting and inhibiting factors. Employing a qualitative approach with a descriptive research design, data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation studies. The results indicate that the PR management strategy is implemented through the optimization of digital media (Facebook, Instagram, WhatsApp), direct promotion via school activities (open houses, competitions, public religious gatherings), and collaboration with community leaders and alumni. These activities are accompanied by periodic evaluations. Supporting factors include solid cooperation among the principal, foundation, staff, and the surrounding community. Conversely, the inhibiting factors involve limited human resource competencies in digital marketing, promotional budget constraints, and increasingly competitive inter-school rivalry. As a follow-up, it is recommended to improve human resource competencies, strengthen coordination among stakeholders, and develop targeted digital strategies to maintain public trust and sustain the continuous increase in new student enrollment.

Keywords: *Public Relations Management, New Students, Promotion Strategy, SMP IT Al-Utsaimin.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru di SMP IT Al-Utsaimin, menganalisis faktor pendukung dan penghambatnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen humas diimplementasikan melalui optimalisasi media digital (Facebook, Instagram, WhatsApp), promosi langsung melalui kegiatan sekolah (open house, perlombaan, pengajian umum), serta kolaborasi dengan tokoh masyarakat dan alumni. Kegiatan ini juga diiringi dengan evaluasi berkala. Faktor pendukung keberhasilan strategi ini mencakup kerja sama yang solid antara kepala sekolah, yayasan, staf, dan masyarakat sekitar. Sebaliknya, hambatan yang dihadapi meliputi keterbatasan kompetensi sumber daya manusia dalam pemasaran digital, kendala anggaran promosi, serta persaingan antarlembaga pendidikan yang semakin kompetitif. Sebagai tindak lanjut, disarankan adanya peningkatan kompetensi SDM,

penguatan koordinasi antarpihak, dan pengembangan strategi digital untuk menjaga kepercayaan publik serta mempertahankan peningkatan jumlah peserta didik baru secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Manajemen Humas, Peserta Didik Baru, Strategi Promosi, SMP IT Al-Utsaimin.

A. Pendahuluan

Pendidikan merupakan sektor strategis dalam pembangunan sumber daya manusia yang berkualitas. Lembaga pendidikan, khususnya sekolah swasta, dituntut untuk mampu beradaptasi dengan dinamika persaingan dan perubahan kebutuhan masyarakat. Salah satu tantangan utama yang dihadapi sekolah swasta adalah mempertahankan dan meningkatkan jumlah peserta didik baru setiap tahun ajaran. Kondisi ini menuntut adanya pengelolaan manajemen sekolah yang profesional, termasuk dalam aspek hubungan masyarakat (humas).

Manajemen hubungan masyarakat (humas) sekolah memainkan peranan penting dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik baru di era persaingan pendidikan yang semakin ketat. Perubahan dinamika sosial dan persaingan antar lembaga pendidikan menuntut sekolah untuk tidak hanya fokus pada aspek akademik, tetapi juga pada strategi komunikasi dan

promosi kepada masyarakat luas. Humas sekolah berfungsi sebagai jembatan antara sekolah dan publik untuk menyampaikan nilai, visi, misi, serta keunggulan lembaga pendidikan secara sistematis sehingga menciptakan citra positif di mata calon peserta didik dan orang tua (Alda, Muh. Ardiansyah, 2024).

Dalam perspektif Islam, komunikasi yang baik dan hubungan harmonis antara pemimpin dan masyarakat merupakan prinsip penting dalam pengelolaan lembaga. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah SWT dalam Surah Ali 'Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan

untuk mereka, dan bermusyawarah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.” (QS. Ali 'Imran: 159)

QS. Ali Imran ayat 159 dapat dijadikan dasar strategi manajemen humas dalam meningkatkan jumlah peserta didik karena menekankan sikap lemah lembut, memberi maaf, bermusyawarah, dan bertawakal; dalam konteks lembaga pendidikan, ini berarti humas harus membangun komunikasi yang ramah, terbuka, dan partisipatif agar masyarakat merasa dihargai sehingga kepercayaan terhadap sekolah naik dan minat untuk mendaftar ikut meningkat (Nafisah, 2022).

Ayat ini menunjukkan bahwa sikap lemah lembut, keterbukaan, dan musyawarah merupakan prinsip utama dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Dalam konteks hubungan masyarakat (humas), ayat ini menjadi landasan penting dalam pelaksanaan komunikasi dua arah antara lembaga dan publiknya.

Peran humas sekolah dalam konteks penerimaan peserta didik baru (PPDB) sangatlah penting karena kemampuan humas dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi komunikasi serta promosi sekolah secara efektif dapat memberikan dampak langsung terhadap tingkat pendaftaran peserta didik.

Gap fenomena dalam strategi manajemen humas pada lembaga pendidikan SMP IT AL-Utsaimin terlihat dari adanya perbedaan antara pelaksanaan kegiatan humas dan hasil yang diharapkan. Pada kenyataannya, kegiatan humas telah dilakukan melalui berbagai bentuk promosi dan komunikasi dengan masyarakat, namun pelaksanaannya belum selalu didukung oleh perencanaan strategis yang terstruktur dan evaluasi yang berkelanjutan.

Kajian Literatur

Penelitian dari Febryan dan Syahfitri (2024) dengan judul “Strategi Manajemen Humas Pendidikan Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Modern Taajussalam Langkat” Dalam era

kompetisi pendidikan yang semakin ketat, manajemen hubungan masyarakat (Humas) tidak lagi sekadar pelengkap, melainkan fungsi strategis.

Penelitian dari Mokhlis, Maszeri, Munawwarah, F., Nurhadi, A., & Jannah, F. (2025) dengan judul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Di Smk Al Ikhsan Blu’uren Sampang” Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, humas berperan sebagai moderator untuk mengembangkan dan memelihara hubungan antara masyarakat dan lembaga.

Penerapan manajemen humas yang efektif harus melalui tahapan manajerial yang sistematis. Merujuk pada penelitian Alhadi (2024), manajemen humas yang ideal harus mencakup fungsi manajemen Planning (Perencanaan), Organizing (Pengorganisasian), Actuating (Pelaksanaan), dan Controlling (Pengawasan).

Untuk sekolah berbasis Islam seperti SMP IT, membangun branding yang kuat sangatlah penting. Habibah & Mahmudah (2022) dengan judul “Strategi Hubungan Masyarakat

Dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru Di SMA Muhammadiyah 5 Yogyakarta” menekankan pentingnya improvement atau perbaikan berkelanjutan dalam aspek pelayanan dan komunikasi.

Pengertian Strategi Manajemen Humas

Strategi humas (public relations strategy) merujuk pada rencana yang dirancang secara sistematis dan terarah untuk mencapai tujuan komunikasi antara organisasi dan publiknya. Strategi ini mencakup langkah-langkah perencanaan, pemilihan media, pelaksanaan pesan, serta evaluasi untuk membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan berbagai pemangku kepentingan.

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) adalah kegiatan tahunan yang rutin dilaksanakan sebagai tahap seleksi bagi calon siswa baru. Proses ini diselenggarakan oleh panitia di tingkat sekolah dengan pengawasan dan koordinasi dari Dinas Pendidikan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman

mendalam mengenai strategi manajemen humas yang diterapkan di SMP IT Al-Utsaimin.

Penelitian ini menetapkan SMP IT Al-Utsaimin Bangkinang sebagai lokus kajian karena sekolah ini memiliki karakteristik manajemen humas yang relevan dengan fokus penelitian dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan Islam terpadu.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen sekolah, arsip, dan literatur yang relevan.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sumber data dengan pertimbangan dan tujuan tertentu agar data yang diperoleh lebih representative. Informan kunci (key informant) yang dipilih adalah Kepala Sekolah dan Kepala Bagian Hubungan Masyarakat (Humas) SMP IT Al-Utsaimin.

Untuk memperoleh data yang kredibel dan mendalam mengenai strategi manajemen humas di SMP IT Al-Utsaimin, pengumpulan data

dilakukan melalui tiga teknik utama: wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi.

Data kualitatif yang telah terkumpul di lapangan akan dianalisis secara terus-menerus hingga tuntas menggunakan model analisis interaktif, meliputi tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan yang telah dilakukan di SMP IT Al-Utsaimin, ditemukan bahwa pihak sekolah melalui tim Hubungan Masyarakat (Humas) telah merancang dan mengimplementasikan serangkaian strategi yang terstruktur dan komprehensif.

Strategi Pengoptimalan Media Digital

SMP IT Al-Utsaimin menerapkan strategi pengoptimalan media digital secara aktif melalui pemanfaatan berbagai platform media sosial populer seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Pihak sekolah mengidentifikasi platform-platform ini sebagai sarana utama untuk menyebarkan informasi sekolah

secara cepat, efisien, dan menjangkau sasaran yang luas.

Strategi Promosi Berbasis Acara (Event)

Selain mengandalkan ruang digital, sekolah juga secara aktif melaksanakan promosi langsung melalui penyelenggaraan berbagai acara (event) yang melibatkan publik secara luas. Beberapa agenda rutin yang diselenggarakan antara lain adalah kegiatan open house, perlombaan bagi anak-anak, hingga pengajian umum yang terbuka bagi masyarakat di sekitar sekolah.

Strategi Kemitraan Strategis

SMP IT Al-Utsaimin menyadari pentingnya membangun relasi yang kuat dengan berbagai elemen di luar sekolah melalui strategi kemitraan strategis. Humas sekolah secara aktif merangkul tokoh-tokoh masyarakat setempat, baik tokoh agama maupun tokoh pemuda, untuk mendukung berbagai program sekolah.

Strategi Evaluasi dan Koordinasi Internal

Untuk menjaga agar seluruh taktik promosi dan kehumasan tetap berjalan di jalur yang benar, sekolah menerapkan mekanisme evaluasi internal yang sangat ketat. Rapat

koordinasi diselenggarakan secara berkala dengan melibatkan seluruh anggota tim humas.

Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Manajemen Humas

Faktor pendukung internal yang menjadi fondasi utama keberhasilan humas SMP IT Al-Utsaimin adalah adanya dukungan manajemen dan struktur kelembagaan yang sangat solid. Pihak yayasan dan kepala sekolah memberikan keleluasaan serta dukungan penuh terhadap program-program kehumasan. Dari segi eksternal, keterlibatan aktif alumni dan tokoh masyarakat setempat memberikan dampak yang luar biasa.

Meskipun didukung berbagai potensi positif, tim humas SMP IT Al-Utsaimin juga menghadapi tantangan internal yang cukup signifikan, salah satunya adalah keterbatasan sumber daya manusia di bidang pemasaran digital. Di samping itu, ketatnya persaingan dengan institusi pendidikan setingkat SMP lainnya di wilayah sekitar serta keterbatasan anggaran khusus promosi menjadi tantangan eksternal dan operasional.

D. Kesimpulan

Strategi manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) SMP IT Al-Utsaimin dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru menunjukkan pendekatan yang komprehensif dan integratif dengan memadukan empat pilar utama. Sekolah ini berhasil mengoptimalkan media digital, memadukannya dengan promosi berbasis acara, menjalin kemitraan strategis, serta menjaga seluruh taktik ini melalui evaluasi dan koordinasi internal yang ketat. Keberhasilan implementasi strategi ini ditopang kuat oleh dukungan dari yayasan dan manajemen puncak.

Meskipun didukung oleh fondasi yang kuat, tim Humas SMP IT Al-Utsaimin masih dihadapkan pada tantangan keterbatasan kompetensi SDM di bidang pemasaran digital dan minimnya alokasi anggaran khusus promosi di tengah ketatnya persaingan dengan sekolah lain. Solusi jangka panjangnya adalah dengan berinvestasi pada pelatihan intensif staf humas dan merumuskan strategi alokasi dana yang lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

Alda, Muh. Ardiansyah, S. M. (2024). Strategi Manajemen Humas Dalam

Menaikkan Jumlah Siswa Di SMP Negeri 6 Satap Baraka. Mutiara Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia, 2(3), 229–248.

Anik Faseha, Nurlela, J. A. et al. (2025). Strategi Administrasi Humas Berbasis Digitalisasi. Jurnal Manajemen Pendidikan, 10(2), 247–254.

Citra, K., & Nurlizawati, N. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peserta Didik dalam Memilih Sekolah di SMA Swasta HKBP 2 Tarutung. Naradidik: Journal of Education & Pedagogy Volume 4 Nomor 2 2025, pp 218-228

Dwitarwasto, T., Pithaloka, H., Bisnis, K., Kreatif, P., Digital, B., & Kreatif, P. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Siswa Dalam Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Mode Di Jakarta. Practice Of Fashion And Textile Education Journal , 3(1), 55-62, 3(2), 55–62.

Febryan, R., & Syahfitri, D. (2024). Strategi Manajemen Humas Pendidikan Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Modern Taajussalam Langkat. JIA: Jurnal Idarah At-Ta'lim, 2(2), 179–186.

Fradito, A., Suti'ah, & Muliyadi. (2020). Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekola. Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam, 10(1), 13-22, 10(01), 13–22.

- Habibah Alifa, M. N. F. (2022). Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru Di SMA Muhammadiyah 5 Yogyakarta.
- Hartati, P. (2021). Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Meningkatkan Program Unggulan Di Hamalatul Qur'an Jombang.
- Madjan, S. N. (2023). Manajemen Humas Dalam Penerimaan Di Smk Al-Khairaat Banjar Manado.
- Makhin, M., Sukarman, S., Muyasaroh, S., & Billah, M. (2024). Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Pendaftaran Peserta Didik Baru. *Khazanah Pendidikan*, 18(2), 398.
- Mokhlis, Maszeri, Munawwarah, F., Nurhadi, A., & Jannah, F. (2025). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Di Smk Al Ikhsan Blu'uren Sampang. *AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies*, 8(2), 1097–1103.
- Nafisah, D. (2022). Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Mts Al-Ma'arif 02 Singosari Kabupaten Malang.
- Oktafiana, A., Laksanti, Y. F., & Dewi, D. S. K. (2018). Implementasi Kebijakan Pemerintah Tentang Penerimaan Peserta Didik Baru Berdasarkan Sistem Zonasi Di Indonesia.
- Permadi, M., & Risnawati, A. (2024). Baru Ditengah Persaingan Antar Sekolah Pada Era Globalisasi Sekolah Tinggi Agama Tinggi Agama Islam Kuningan , Indonesia Abstrak Pendahuluan.
- Purwanti, D. (2022). Efektivitas Perubahan Kebijakan Penerimaan Peserta Didik Baru. *Aska Pustaka*, 43–44.
- Riyanti, R. & A. (2023). Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di Sma Muhamadiyah 5 Rancaekek. *Published by Gunung Djati Conference Series*, 36, 338–350.
- Siregar, K. E. (2023). Bentuk Pengembangan Sdm Lembaga Pendidikan. *Al- Ma'lumat*, 1(1), 30–39.
- Sucik Indrawati. (2024). Manajemen humas berbasis cyber dalam meningkatkan minat peserta didi baru. *IHTIROM : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 69–85.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suyitno. (2021). Strategi Hubungan Masyarakat (Public Relation) dalam Peningkatan Pemasaran Lembaga Pendidikan. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 4138–4145.
- W.K Candira Dedi, Jono Antoni, S. et al. (2025). Optimalisasi Peran Humas Internal Dan Eksternal Dalam Membangun Citra Positif Smp Negeri Kabupaten Kepahiang. *TADBIR: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 13(01), 207–220.

Wulandari. (2023). Strategi Humas
Dalam Penerimaan Peserta Didik
Baru Di Sma Muhammadiyah
Bangkinang Kota Kabupaten Kampar.

Zachrofi, S. S., Fatimah, T., &
Munthe, W. (2021). Strategi
Manajemen Humas dalam
Penerimaan Peserta Didik Baru.