

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (Management) untuk mencapai sebuah tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹

Komunikasi adalah proses interaksi antara dua pihak atau lebih yang bertujuan mengumpulkan atau menyampaikan suatu informasi kepada atau dari lawan bicara demi terwujudnya kepentingan tertentu.² Komunikasi merupakan aspek terpenting namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama

¹ Onong Uchana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung:Remaja Rosda Karya, 2007),p.32.

² Muhammad Arifin Badri, *Cerdas Komunikasi Ala Nabi*, (Jakarta:Pustaka Imam Asy Syafi'I, 2013), p. 6.

sekali. Komunikasi memiliki peran yang sangat vital bagi kehidupan manusia..³

Komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (attitude change) pada orang lain yang bisa terlihat dalam proses komunikasi dan dapat juga memberikan kemudahan dalam memahami pesan yang di sampaikan antara pemberi informasi dan penerima informasi sehingga bahasa yang digunakan oleh pemberi informasi lebih jelas dan lengkap, serta dapat dimengerti dan dipahami dengan baik oleh penerima informasi, atau komunikasi.⁴

Komunikasi merupakan hal yang penting dalam menjalin suatu hubungan satu dengan yang lainnya. Terlebih komunikasi yang ada di dalam sebuah lembaga pendidikan seperti sekolah. Salah satu komunikasi yang penting disekolah dipegang oleh hubungan masyarakat atau yang sering disebut humas. Humas yang pada umumnya langsung terjun untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat dan mengetahui keadaan sebenarnya

³ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013), p. 1.

⁴ Muhammad Arifin Badri, *Cerdas Komunikasi Ala Nabi*, (Jakarta:Pustaka Imam Asy Syafi'I, 2013), p. 5.

dilapangan sesungguhnya memerlukan bantuan dari pihak dalam sekolah maupun luar sekolah.

Persepsi dari setiap masyarakat terhadap pendidikan tentunya penting dan memberikan nilai atau citra dari sebuah sekolah. Masyarakat yang ada disekitar sekolahpun dapat memberikan dampak bagi setiap siswa di sekolah. Antara sekolah dan masyarakat saling mempengaruhi, sekolah mempunyai pengaruh terhadap masyarakat dan masyarakat berpengaruh terhadap sekolah. Kesadaran dari setiap pihak dalam membangun pendidikan lebih maju perlu adanya perencanaan yang matang pula. Untuk itu disetiap sekolah mempunyai program masing-masing untuk membuat para anak didik berkembang dan belajar lebih dari kegiatan yang diselenggarakan. Setiap program yang direncanakan oleh pihak humas sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan sekolah⁵.

Untuk menarik minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan berbasis islam maka lembaga diperlukan sebuah humas yang harus dikelola dengan baik dan terarah, oleh karena

⁵ Rozanah Ahlam Fadiyah, Peran Humas Dalam Membangun Citra Positif Sekolah, Yogyakarta, 21 Januari 2016, <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/fipmp/article/viewFile/1036/919> (diakses pada 6 Februari 2018)

itu humas harus mempunyai strategi khusus untuk mempermudah dan menjalin komunikasi dengan masyarakat dalam rangka menarik minat orang tua untuk menyekolahkan anak mereka ke lembaga pendidikan tersebut.

Dorongan dan perubahan sosial itu sekaligus mendorong memperbaiki paradigma lamanya tentang management. Selain bahwa reputasi manajemen bukanlah sesuatu yang berdiri sendiri. Padahal membangun paradigma konstruksi sosial citra *public relation* bukan sekedar mengkritisi reputasi manajemen, namun lebih dari itu, konstruksi sosial membantu *public relation* secara luas sehingga dapat menjalankan fungsinya sebagaimana diharapkan.⁶

Saat ini sekolah sedang berhadapan pada tataran globalisasi pendidikan, Globalisasi pendidikan dengan ciri pasar bebasnya tidak hanya menjual barang produksi industri saja, melainkan juga sumber daya manusia yang siap kerja. Apalagi nanti masyarakat Indonesia harus mau tidak mau untuk menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asia), dalam dunia pendidikan bahan baku untuk memproduksi jasa adalah manusia,

⁶ Morissan, *Manajemen Public Relation, Strategi Menjadi Humas Professional*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), Hlm Xv-xvi.

dan hanya manusia yang berpendidikan dan berkompetensilah yang mampu bersaing dan menghasilkan jasa pendidikan yang berkualitas.

Model pendidikan Islam yang ideal harus membangun paradigma integratif connected, membangun pusat unggulan Islam, membangun pusat studi Islam, socio culture, sehingga negara Asean menjadi pasar, tenaga kerja, dan menjadi kualifikasi Islamic economic.⁷

Dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap pendidikan islam perlu adanya strategi komunikasi, agar masyarakat tahu dan mengerti pendidikan Islam tidak hanya mengenai tentang pelajaran agama saja namun pendidikan islam juga berbicara tentang dunia secara umum.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis perlu untuk meneliti dengan judul penelitian **STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT TERHADAP MADRASAH TSANAWIYAH.**

⁷ Syarifah Gustiawati Mukri, Opini : Pendidikan Islam Menghadapi Tantangan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), Bogor, 19 November 2015, <http://www.bogor-today.com/pendidikan-islam-menghadapi-tantangan-masyarakat-ekonomi-asean-mea> (di Akses pada 21 Agustus 2017).

B. Perumusan Masalah

Dalam sebuah penelitian terdapat rumusan masalah dan kali ini penulis memaparkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi komunikasi MTs Al-Khairiyah Pegampelan dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap Madrasah Tsanawiyah.
2. Bagaimana signifikansi strategi komunikasi di MTs Al-Khairiyah Pegampelan dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap Madrasah Tsanawiyah.
3. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi MTs Al-Khairiyah Pegampelan menarik minat masyarakat terhadap Madrasah Tsanawiyah.

C. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian tentu ada tujuan yang harus dicapai. Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui apa saja strategi komunikasi yang ada di lembaga pendidikan islam MTs Al-Khairiyah Pegampelan Kota Serang.
2. Mengetahui signifikansi strategi komunikasi di MTs Al-Khairiyah Pegampelan dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap madrasah Tsanawiyah.
3. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi MTs Al-Khairiyah Pegampelan dalam menarik minat masyarakat terhadap Madrasah Tsanawiyah.

D. Kerangka Pemikiran

1. Teori Minat

Pengertian minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, ataupun keinginan. Sedangkan menurut Agus Sujanto (2004), dalam bukunya Psikologi Umum, “minat sama dengan kemauan, yaitu kekuatan yang sadar dan hidup, atau menciptakan sesuatu

berdasarkan perasaan dan pikiran,”. Menurut Rahman Shaleh, dkk (2004, hal. 263), “secara sederhana minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.”

Hurlock (1999) juga menyatakan bahwa, “Minat yang merupakan kecenderungan secara sadar seseorang tidak muncul begitu saja, minat terbentuk melalui pertumbuhan, kematangan berpikir, proses belajar dan pengalaman. Minat dapat berubah sesuai dengan fase perkembangan dan pertumbuhan seseorang. Semakin dewasa seseorang maka semakin stabil kondisi minat dalam dirinya baik secara kuantitatif maupun kualitatif.”⁸

2. Teori Strategi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy (1984 : 35), intinya strategi adalah perencanaan atau planning dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional. Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana

⁸ Hadiyah Fitriani & Endang Ahmad Yani, Jurnal : *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Ekonomi Islam*, 2014, <http://jurnal.sebi.ac.id/index.php/jeps/article/download/23/23>, (diakses pada 09 Februari 2018).

berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif.

Public Relation secara konseptual dalam pengertiannya di Indonesia baru dikenal pada tahun 1950-an dan berkembang secara akademik sejak awal decade 1960. Dalam pengertian lain di Indonesia menggunakan istilah Hubungan Masyarakat atau sering disingkat Humas sebagai terjemahan dari Public Relation.⁹

Dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap pendidikan yang begitu penting, tentu harus adanya strategi komunikasi pemasaran agar masyarakat tahu seberapa penting pendidikan terhadap dirinya dan juga keluarganya. Strategi pemasaran merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan sebuah pendidikan dalam upaya mencari jumlah siswa/i yang dikehendaki. Sebuah Yayasan yang menggunakan pendekatan marketing (pemasaran) selalu memperhatikan hubungan dengan

⁹ Onong Uchana Efendy. *Human Relation dan Public Relation*. (Bandung : Mandar Maju, 1993). Hl. 109

konsumen yaitu siswa/i dan juga masyarakat sekitar. Yayasan tersebut berupaya memperhatikan dan menginformasikan mutu dari pelayanan fasilitas yang dimiliki supaya calon siswa/i dapat mengetahui keberadaan suatu pendidikan yang dibutuhkan.

Manusia modern yaitu manusia yang cara berfikirnya tidak spekulatif tetapi berdasarkan logika dan rasional dalam melaksanakan segala kegiatan dan aktifitasnya. Kegiatan dan aktifitasnya itu akan terselenggara dengan baik melalui proses komunikasi antar manusia. Komunikasi telah menjadi bagian dari sebuah kehidupan manusia. Untuk keberhasilan suatu komunikasi kita harus mengetahui dan mempelajari unsur-unsur apa saja yang terkandung dalam proses komunikasi adalah sumber (pembicaraan), pesan (message), saluran (chanel) dan penerima (receiver, audience).¹⁰

E. Metode Penelitian

1. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian strategi komunikasi dalam meningkatkan minat

¹⁰ Widjaja H.A.W, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008) p. 1.

masyarakat terhadap pendidikan islam adalah pendekatan kualitatif.

2. Obyek Penelitian

Objek yang diteliti peneliti adalah strategi komunikasi Madrasah Tsanawiyah Al-Khairiyah Pengampelan dalam meningkatkan minat masyarakat.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan di Madrasah Aliyah Darul Ihsan di Kelurahan Pengampelan, Kecamatan Walantaka, Kota Serang, Provinsi Banten. Proses Penelitian akan dilaksanakan selama satu bulan. Dalam mengumpulkan sebuah data penelitian sangatlah penting di dalam sebuah penelitian itu sendiri. Semakin banyak data yang diperoleh maka semakin bagus pula hasil akhir dari sebuah penelitian tersebut. Dalam hal ini ada beberapa metode atau cara yang akan saya gunakan untuk mengumpulkan data. Yaitu :

a. Wawancara

Wawancara dimaksud dengan metode wawancara adalah proses memperoleh data keterangan untuk tujuan penelitian

dengan Tanya jawab.¹¹ Metode ini tentang wawancara langsung ke narasumber yang bersangkutan guna memperoleh data yang akurat. Metode ini akan dilakukan kepada Kepala Madrasah, Guru, Pendidik, Pembina, Siswa, Wali Siswa dan Masyarakat pada umumnya. Metode ini peneliti gunakan sebagai metode primer dalam usaha mengumpulkan sebuah data yang diperlukan. Interview atau wawancara yang peneliti gunakan adalah interview bebas terpimpin atau semi structured, maksudnya peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya sesuai dengan pedoman wawancara kepada orang yang mempunyai hubungan dengan sebuah obyek yang akan peneliti teliti, kemudian hasil dari penelitian itu dikembangkan di lapangan secara bebas dan terbuka dalam menghindari kesalahan jawaban informasi selain itu peneliti juga mengharapkan dapat memberikan keterangan secara lengkap dan akurat dalam penelitian.

b. Observasi

Observasi dimaksud dengan metode observasi adalah salah satu metode penelitian dengan cara mengamati dan

¹¹ Moh Nazir, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta : Bina Aksara, 1986), p. 127.

melakukan pengamatan, pencatatan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.¹²

Metode observasi yang peneliti lakukan adalah observasi lapangan ke tempat yang akan diteliti sehingga peneliti memiliki gambaran tentang apa yg diteliti sehingga hasil penelitian jelas dan benar adanya.

Metode ini dilakukan sejak peneliti mendapatkan persetujuan judul dari Dosen dan Akademik. Terhitung sejak 02 Februari 2017 peneliti sudah melakukan observasi ke lapangan.

Tujuan penelitian dalam metode observasi ini adalah untuk membandingkan apa yang telah diperoleh melalui literature yang ada dan apa yang benar terjadi. Patton mengatakan bahwa observasi merupakan metode pengumpulan data yang sangat essensial dalam penelitian, khususnya pada penelitian kualitatif.¹³

¹² Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008), p. 32.

¹³ Suharimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta : Bina Aksara, 1991), p. 140.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari informasi dengan benda-benda tertulis seperti buku, dokumen, dan sebagainya.¹⁴

Dokumen-dokumen yang peneliti dapatkan di Madrasah yakni Akreditasi, Ijin Operasional, Buku Sejarah Yayasan Al-Ihsan

Dalam Metode Dokumentasi peneliti menemukan informasi dari buku-buku siswa seperti Buku Lembar Kerja Siswa (LKS), Buku Paket yang disediakan oleh sekolah dan buku-buku bahan bacaan yang berada di perpustakaan madrasah.

Dalam hal ini yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif deskriptif untuk menginterpretasikan hasil penelitian, baik melalui wawancara ataupun observasi langsung.

4. Analisa data Penelitian

Teknik penulisan data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

¹⁴ Suharimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta : Bina Aksara, 1991), p. 134.

a. Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan bagian integral dari sebuah kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data dalam kegiatan ini adalah dengan menggunakan wawancara dan studi dokumentasi.

b. Reduksi data

Reduksi data merupakan pemilihan, peusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

c. Display data

Display data merupakan pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

d. Verifikasi dan penegasan kesimpulan

Setelah data-data tersebut diinterpretasikan, maka dapat ditarik kesimpulannya berdasarkan apa yang telah dijelaskan.¹⁵

¹⁵ Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2003), P. 70.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dan konkrit dalam pembahasa skripsi ini, penulis susun dalam lima bab, yang masing-masing babnya dirinci secara garis besar sebagai berikut:

Bab Pertama, Pendahuluan terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, langkah-langkah penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab Kedua, Dalam bab ini penulis menjelaskan gambaran umum Pondok Pesantren Madrasah Aliyah Darul Ihsan Pengampelan Walantaka Kota Serang yang terdiri dari : Sekilas tentang Madrasah Aliyah Darul Ihsan Pengampelan Walantaka Kota Serang, Sarana dan prasarana Pondok Pesantren Madrasah Aliyah Darul Ihsan Pengampelan Walantaka Kota Serang, Keadaan Pendidik dan Siswa/Siswi Madrasah Aliyah Darul Ihsan Pengampelan Walantaka Kota Serang, Karakteristik Madrasah Aliyah Darul Ihsan Pengampelan Walantaka Kota Serang.

Bab Ketiga, kajian teoritis tentang Strategi Komunikasi; Peran Komunikasi di dalam Masyarakat, Strategi Komunikasi di Era Modern, Strategi Komunikasi Personal, Sosial dan Pemasaran.

Bab Keempat. Strategi komunikasi Madrasah Aliyah Darul Ihsan Pengampelan Walantaka Kota Serang. Pembahasan dalam bab ini meliputi tentang Strategi yang di praktikan di Madrasah Aliyah Darul Ihsan Pengampelan Walantaka Kota Serang, Signifikan Strategi komunikasi pendidik di Madrasah Aliyah Darul Ihsan Pengampelan Walantaka Kota Serang untuk menarik minat masyarakat terhadap pondok pesantren. Faktor pendukung dan faktor penghambat strategi komunikasi di Madrasah Aliyah Darul Ihsan Pengampelan Walantaka Kota Serang.

Bab Kelima, Dalam Bab ini berisi Bab penutup, yang terdiri dari: kesimpulan, saran-saran dan penutup.