

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berikut ini hasil dari observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Guna menarik minat calon siswa baru, MIS Sa'adatul Ittihadiyah Pulau Temiang merancang strategi humas yang terbagi menjadi:
 - a) Promosi Non-PPDB, seperti menggelar pertunjukan drumband berkeliling kelurahan dan aktif membagikan konten kegiatan sekolah.
 - b) Promosi Saat PPDB, meliputi perencanaan yang matang mulai dari pembentukan panitia, penentuan target, pemasangan banner, penyebaran brosur, hingga penyelenggaraan acara milad dan sosialisasi.
2. Pelaksanaan strategi Humas di MIS Sa'adatul Ittihadiyah untuk menarik calon siswa baru dilaksanakan dalam dua fase: a) Fase di Luar Masa PPDB (Awal Semester Ganjil): Kegiatan berfokus pada soft marketing dengan menampilkan praktik ibadah dan penyelenggaraan jenazah secara rutin, serta memublikasikan berbagai aktivitas madrasah melalui Instagram dan WhatsApp secara intensif dengan frekuensi dua unggahan per minggu. b) Fase Pada Masa PPDB (Awal Semester Genap): Kegiatan bersifat lebih langsung, meliputi pemasangan spanduk di lokasi strategis (jalan raya, depan madrasah, dan pasar),

penyebaran brosur secara daring dan luring, serta sosialisasi langsung ke TK/RA di sekitar Pulau Temiang bahkan hingga ke desa tetangga. Strategi kunci lainnya adalah memanfaatkan word-of-mouth (dari mulut ke mulut), program silaturahmi, dan membina hubungan yang erat dengan pihak TK/RA.

3. Untuk menilai keefektifan program humasnya, MIS Sa'adatul Ittihadiyah menerapkan mekanisme evaluasi yang komprehensif. Pada kegiatan di luar PPDB, evaluasi berlangsung secara kontinu; penampilan drumband diamati langsung di lapangan, sementara dampak unggahan media sosial dikaji dalam rapat harian. Untuk promosi selama PPDB, evaluasi dilakukan dengan metode polling opini yang hasilnya dibahas mendalam dalam sebuah rapat setelah seluruh proses PPDB berakhir. Melalui proses ini, ketercapaian tujuan—yakni peningkatan minat calon siswa—dapat diukur secara objektif. Indikator keberhasilannya tampak dari data kuantitatif, yaitu jumlah siswa yang terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun.

B. Saran

1. Bagi Madrasah

Untuk itu, madrasah perlu mengonsolidasikan dua hal utama: Pertama, menjaga hubungan yang harmonis dan sinergis dengan semua pemangku kepentingan, baik di dalam maupun luar lembaga. Hal ini menjadi fondasi untuk menjalankan program-programnya dan meraih dukungan sosial. Kedua, madrasah harus berkomitmen untuk terus

Mengoptimalkan kapasitas seluruh warga madrasah, baik siswa maupun guru dan staf. Upaya ini mutlak diperlukan agar tercipta kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan pendidikan yang diberikan.

2. Bagi Peneliti Lain

Kedepannya, temuan penelitian ini diharapkan tidak hanya berhenti sebagai sebuah kesimpulan, melainkan dapat dimanfaatkan sebagai **landasan ilmiah (literatur)** bagi peneliti lain. Fokus kajiannya adalah pada implementasi manajemen hubungan masyarakat di dunia pendidikan, dengan menyoroti secara komprehensif tiga fase kunci: **perencanaan strategi, eksekusi program, dan proses evaluasi** yang kesemuanya ditujukan untuk Mengoptimalkan daya tarik suatu lembaga pendidikan di mata calon peserta didik baru.

3. Bagi Madrasah Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi madrasah lain dalam mengimplementasikan manajemen humas yang efektif untuk menarik minat calon siswa, sesuai dengan kompetensi dan karakteristik unik setiap lembaga. Peningkatan minat calon siswa yang berhasil akan secara langsung memperkuat eksistensi madrasah. Pada gilirannya, kondisi ini akan memudahkan pelaksanaan berbagai program pendidikan berkat terciptanya kolaborasi dan dukungan yang positif dari semua pihak.