

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENERIMAAN  
SANTRI BARU  
(STUDI KOMPARATIF ANTARA MA UNWANUL  
FALAH NWDI PAOK LOMBOK DAN MA NW BAGIK  
PAYUNG)**



**Oleh**

**Lisa Asta Candra**  
**NIM 190301084**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN  
ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UIN MATARAM  
2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENERIMAAN SANTRI BARU  
(STUDI KOMPARATIF ANTARA MA UNWANUL FALAH NWDI  
PAOK LOMBOK DAN MA NW BAGIK PAYUNG)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Mataram untuk melengkapi  
persyaratan mencapai gelar Sarjana Sosial  
(S. Sos)**



**Oleh**

**Lisa Asta Candra  
NIM 190301084**

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UIN MATARAM  
2023**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Lisa Asta Candra, NIM 170301090 dengan judul “ Strategi Komunikasi Dalam Penerimaan Santri Baru (Studi Komparatif MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung)” telah memenuhi syarat dan disetujui untuk di munaqasyahkan.

Disetujui pada Tanggal: 10 Januari 2023



## NOTA DINAS

Mataram, 17 Januari 2023

Hal : **Ujian Skripsi**

**Yang terhormat**

**Dekan fakultas dakwah dan ilmu komunikasi**

**Di mataram**


*Assalamu'alaikum, Wr. Wb*

Setelah diperiksa dan diadakan perbaikan sesuai masukan pembimbing dan pedoman penulisan skripsi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara, Lisa Asta Candra NIM. 190301084 dengan judul Strategi Komunikasi Dalam Penerimaan Santri Baru (Studi Komparatif Antara MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok Dan MA NW Bagik Payung).

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang munaqasyah skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyahkan*

Perpustakaan UIN Mataram

Pembimbing I

  
**Dr. H. L. Ahmad Zaenuri Lc. MA**  
**NIP. 197608172006041002**

Pembimbing II

  
**Mohammad Alawi M. Sa**  
**NIP. 198904012020121010**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisa Asta Candra

NIM : 190301084

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Dalam Penerimaan Santri Baru (Studi Komparatif MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok Dan MA NW Bagik Payung)” ini secara langsung keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Mataram, 17 Januari 2023

Saya yang menyatakan

Perpustakaan UIN



**Lisa Asta Candra**

NIM. 190301084

## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Dalam Penerimaan Santri Baru (Studi Konparatif) MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok Dan MA NW Bagik Payung ” yang diajukan oleh Lisa Asta Candra, NIM 190301084, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram telah dimunaqasyahkan pada hari Jum’at 20 Januari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S. Sos).

### Dewan Penguji

Dr. H. L. Ahmad Zaenuri, Lc. MA  
Ketua Sidang/ Pemb. I

Mohammad Alawi, M.Sos  
Sekretaris Sidang/Pemb. II

Prof. Dr. Kadri, M.Si  
Penguji I

Gemuh Surya Wahyudi, S.IKom., M.A  
Penguji II

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MATARAM

Perpustakaan UIN Mataram

Mengetahui,

Fakultas Dakwah



Mohammad Saleh Ending, M.A

NIP. 197209121998031001

## **MOTTO**

Wahai orang-orang yang beriman bertakwalah kamu kepada allah dan ucapkanlah perkataan yang benar

**(Al-Ahzab Ayat 70)**



**Perpustakaan UIN Mataram**

## PERSEMBAHAN

*Dengan penuh syukur skripsi ini kupersembahkan unntuk :*

*Kedua orang tuaku tercinta. Bapaku (Drs. H. Abdul Kadir) dan Ibuku (Hj. Badriah). Terimakasih atas semua jasa dan pengorbanan kalian selama ini yang tak kan pernah bisa kubalas sampai kapanpun. Kalian adalah segala galanya, demi melihat putrimu ini melanjutkan pendidikan kalian banting tulang kerja disawah tak kenal panas dan hujan kalian tetap bekerja.*

*Almamater kebanggaanku Universitas Islam Negeri Mataram. Saya merasa bangga menjadi bagaian dari ladang pendidikan ini, karya ini saya dedikasikan semoga bisa bermanfaat untuk adik-adik mahasiswa selanjutnya.*

*Keluarga besar H. Munir, saudara tercinta kak Edy Mujtahidul Islami S.H dan Adek saya Ripa Jati Rupawan Seluruh guru Ponpes Unwanul Falah, ustadz dan ustadzah di Ma'had Al-Jami'ah UIN Mataram, Press Muhammad Arifil Zohdi M.E dan teman-teman Asrama Tahfidz AN-Nahl Mataram, Organisasi PMKS, Organisasi ESC, Organisasi PUSPA yang saya miliki, terimakasih tak terhingga karena telah memberiku motivasi dan menjadi alasanku tetap semangat menuntut imu di segala tempat.*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa meneliti, menulis dan menyusun skripsi ini hingga selesai. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Baginda Rasullaah SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya dan kepada ummatnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini adalah karya terbesar yang saya pernah tulis sepanjang tapak dunia pendidikan yang telah saya tempuh, dan tentunya penulis menyadari dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut.

1. Dr. H. L. Ahmad Zaenuri Lc. MA pembimbing 1 dan Mohammad Alawi M. Sos Sebagai pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi mendetail, terus-menerus, dan tanpa bosan di tengah kesibukannya dalam suasana keakraban menjadikan skripsi ini lebih matang dan cepat selesai;
2. Najamuddin, M.Si sebagai Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Athik Hidayatul Ummah M.Pd sebagai Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang tanpa bosan memberikan motivasi dan bimbingan selama perkuliahan.
3. Dr. Muhammad Saleh Ending MA. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan fasilitas untuk kelancaran kuliah penulis.
4. Prof. Dr. H. Masnun Tahir Selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberi

bimbingan serta peringatan untuk tidak lama-lama di kampus tanpa pernah selesai.

5. Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram yang telah membimbing dan melayani penulis selama masa perkuliahan
6. Kepala sekolah MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung yang telah membantu peneliti dan memberi izin meneliti sehingga skripsi ini dapat di selesaikan.
7. Orang tuaku tercinta dan seluruh keluarga besarku, yang tanpa henti dan tidak kenal putus asa memberikan dukungan baik moril, materil, dan do'a serta kasih sayang yang selalu mereka curahkan kepadaku.
8. Teman-teman We Are C KPI angkatan 2019 yang aku Cintai.
9. Dan seluruh guru serta teman-temanku, yang tidak mampu kusebutkan satu persatu.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapatkan pahala yang berlipat-ganda dari Allah SWT. Dan karya ilmiah ini bermanfaat bagi semesta. Amiin.

Perpustakaan UIN Mataram

Mataram , 17 Januari 2023

Penulis,



**Lisa Asta Candra**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN DEWAN PENGUJI</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Ruang Lingkup Penelitian/ <i>Setting</i> Penelitian .....	5
F. Telaah Pustaka .....	6
G. Kerangka Teori .....	11
H. Metodologi Penelitian .....	22
I. Sistematika Pembahasan .....	29
<b>BAB II DATA DAN TEMUAN</b> .....	<b>31</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	31
1. MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok .....	31
2. MA NW Bagik Payung.....	34
B. Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Santri Baru MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok .....	36

C. Strategi Komunikasi Dalam Penerimaan Santri Baru MA NW Bagik Payung .....	44
<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Analisis Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Santri Baru MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok .....	51
B. Analisis Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Santri Baru MA NW Bagik Payung .....	56
C. Perbandingan Strategi Komunikasi MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung .....	59
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
A. KESIMPULAN .....	66
B. SARAN .....	67
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>72</b>


  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 M A T A R A M  
 Perpustakaan UIN Mataram

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENERIMAAN SANTRI BARU  
(STUDI KOMPARATIF ANTARA MA UNWANUL FALAH NWDI  
PAOK LOMBOK DAN MA NW BAGIK PAYUNG)**

**Oleh**

**Lisa Asta Candra**

**NIM: 190301084**

**ABSTRAK**

Banyaknya jumlah madrasah atau sekolah agama saat ini menyebabkan persaingan dalam dunia pendidikan tidak dapat dihindari, Agar bisa mempertahankan eksistensinya madrasah dituntut untuk dapat memasarkan sekolahnya, karena bagaimanapun bagusya suatu sekolah jika tidak dipromosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dalam penerimaan santri baru antara MA Unwanul Falah NWDI paok lombok dan MA NW bagik payung, dan bagaimana perbandingan strategi komunikasi penerimaan santri baru antara MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu dengan memaparkan data, menerangkan, memberikan gambaran yang terkumpul kemudian disimpulkan. Teknik pengumpulan data melalui hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung menggunakan strategi komunikasi verbal dengan teknik pendekatan persuasif yang berbeda.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Penerimaan Santri Baru

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pendidikan adalah upaya pemberdayaan peserta didik agar berkembang menjadi manusia seutuhnya, manusia yang menjunjung tinggi norma, nilai agama dan kemanusiaan serta menjunjung tinggi persatuan bangsa dan nilai-nilai keadilan sosial.<sup>1</sup> Sistem pendidikan yang baik akan menciptakan sumber daya manusia yang unggul dan membuat suatu negara menjadi maju.

Kemajuan dalam bidang pendidikan menjadi salah satu faktor keberhasilan bangsa. Oleh karena itu hal penting yang harus diperhatikan ialah sistem pendidikan yang diterapkan, dimana sistem pendidikan ialah landasan inti dari pendidikan yang mengatur bagaimana berjalannya proses pendidikan tersebut. Sistem pendidikan di Indonesia mengacu kepada sistem pendidikan Nasional yang akan membantu kemajuan bangsa.<sup>2</sup>

Menurut Undang-undang Republik Indonesia (UU RI) nomor 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional pasal 1 menyebutkan bahwa: “Pendidikan adalah usaha dan rencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta keterampilan yang diperlukan oleh dirinya, bangsa dan negara.”<sup>3</sup>

Pendidikan merupakan hal yang penting dalam kehidupan, karena pendidikan tidak terlepas dari berbagai aktivitas kehidupan. Pendidikan memegang peranan penting dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Banyak lembaga pendidikan saat ini sedang dibangun, begitu juga madrasah-madrasah di Kabupaten Lombok Timur, khususnya di Kecamatan Suralaga berbagai banyak

---

<sup>1</sup> Husamah, “*Pengantar Pendidikan*”, (Malang: 2019), Hlm. 127.

<sup>2</sup> Engkoswara Dan Komariah, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung: Alfabet 2010), Hlm 1.

<sup>3</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Uu Sisdiknas No. 20 Thn. 2003*, Jakarta, Hlm. 3.

Madrasah/Pondok pesantren yang terus berkembang didalam berbagai bidang keunggulan masing-masing menjadi madrasah yang lebih baik dan menghasilkan generasi yang berkualitas.

Banyaknya jumlah madrasah atau sekolah agama saat ini menyebabkan persaingan dalam dunia pendidikan tidak dapat dihindari, banyak lembaga pendidikan yang gagal kliennya, sehingga terjadi beberapa kali penggabungan beberapa lembaga pendidikan.<sup>4</sup> Agar bisa mempertahankan eksistensinya madrasah dituntut untuk dapat memasarkan sekolahnya, karena bagaimanapun bagusnya suatu sekolah jika tidak dipromosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan tidak dikenalnya sekolah tersebut dikalangan masyarakat.

MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok ialah salah satu madrasah yang berada di Desa Paok Lombok, Kecamatan Suralaga, Kabupaten Lombok Timur. MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok memiliki lima jurusan diantaranya IPA, IPS, Keagamaan, Tahfidzul Qur'an dan Tahassus (kelas khusus belajar kitab kuning). Fasilitas ruang kelasnya refresentatif, tersedia Perpustakaan, Lab IPA, Lab Komputer, Lab Bahasa, lapangan Putsal, Aula, Ruang UKS, serta tempat parkir aman yang dipantau dengan CCTV. Setiap tahunnya santri baru semakin bertambah dari tahun ketahun. Mulai dari 2019;143 siswa, 2020;150 siswa, dan 2021;161 siswa.

MA NW Bagik Payung ialah salah satu madrasah yang berada di Desa Bagik Payung Selatan Dusun Kecegem, Kecamatan Suralaga, Kabupaten Lombok Timur. MA NW Bagik Payung memiliki satu jurusan diantaranya IPS. Fasilitas ruang kelasnya refresentatif, tersedia Perpustakaan, lapangan Putsal, Aula, Ruang UKS dan Ruang Ekstrakurikuler, serta tempat parkir. Banayak siswa dari tahun ketahun mulai 2019;25 siswa, 2020;30 siswa, dan 2021;43 siswa.

MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok bernaung dibawah Pondok Pesantren Unwanul Falah sedangkan MA NW Bagik Payung berada dibawah naungan Pondok Pesantren Al-Ikhlash. Pondok

---

<sup>4</sup> Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah* (Bandung: Pustaka Educa, 2010), hlm. 257.

pesantren adalah lembaga pendidikan yang kompetitif di era sekarang, karena pesantren tidak hanya mengajarkan ilmu agama tetapi juga belajar tentang ilmu eksak lainnya. Diantara pesantren yang mengajarkan itu adalah MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung, mengapa ini menjadi perhatian saya karena saya memandang bahwasanya komunikasi yang dibangun oleh Madrasah ini baik dan bagus, baik dari komunikasi eksternal ataupun internal sehingga menarik simpati masyarakat untuk memasukkan anaknya ke pondok pesantren.

Dari data observasi menunjukkan bahwa MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung setiap tahunnya mengalami peningkatan santri yang masuk. Agar mencapai hasil yang maksimal lebih-lebih dalam konteks pembahasan ini yaitu tentang bagaimana strategi komunikasi dalam penerimaan santri baru antara MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung, diperlukan strategi komunikasi yang khas dalam mengenalkan madrasah ke berbagai instansi.

Strategi komunikasi merupakan suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer-transfer ide-ide baru.<sup>5</sup> Dimana strategi komunikasi ialah suatu cara komunikator dalam menyampaikan pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan tersebut, setiap komunikator memiliki strategi komunikasi berbeda-beda sesuai dengan situasi kondisi.

Jumlah santri yang terus meningkat pada MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung tentunya dibalik ini semua ada strategi yang dilakukan, karena strategi akan menjadi tolak ukur keberhasilan suatu lembaga dalam penerimaan santri baru. Kerja sama yang dilakukan akan menjadi bagian terpenting dalam sebuah strategi seperti yang dilakukan MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung dalam penerimaan santri baru ialah dengan sosialisasi. Strategi sosialisasi ini menjadi acuan dalam penerimaan santri baru, selain adanya strategi komunikasi yang

---

<sup>5</sup> Ida suryani wijaya, “*perencanaan dan strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan*”, Vol 13, Nomor 1, Juni 2015, hlm 54.



dijalankan pasti ada faktor lain sehingga strategi yang dijalankan efektif.

Meskipun ada kesan bahwa kegiatan penerimaan santri baru adalah agenda rutin tahunan yang harus dilakukan oleh setiap lembaga pendidikan, akan tetapi aktifitas ini harus senantiasa dilaksanakan dengan serius dengan memunculkan berbagai strategi atau inovasi-inovasi baru agar jumlah santri yang masuk dan kualitas calon peserta didik yang masuk sesuai dengan harapan. Membahas strategi komunikasi dan inovasi dalam penerimaan santri baru, menarik untuk dikaji dan diteliti lebih lanjut upaya yang telah dilakukan oleh MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung.

Melihat perkembangan madrasah di kecamatan suralaga yang semakin pesat, karena dalam satu lingkungan kecamatan yang sama tentunya setiap Madrasah berinisiatif dalam memperkenalkan Madrasah masing-masing ke publik demi kemajuan Madrasah serta membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa. Membentuk supaya mendapatkan banyak santri yang masuk ke sekolah tersebut, serta mempunyai cara yang berbeda dalam menarik simpati siswa.

Dengan melihat prospek Madrasah maka peneliti mengambil beberapa sampel yang telah ditentukan peneliti dengan melihat dari aspek Madrasah yang cukup kompetitif dalam penerimaan santri baru. Peneliti mengambil beberapa madrasah yang ada di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur sebagai tempat penelitian dengan berdasarkan tiga komponen penting. Pertama, aspek prestasi madrasah. Kedua, melihat dari letak geografis yang mewakili Kecamatan suralaga bagian utara dan selatan. Ketiga, melihat dari keterwakilan Organisasi Masyarakat (Ormas) Islam terbesar di Kabupaten Lombok Timur. Sehingga, peneliti melakukan penelitian di dua madrasah. Sehingga peneliti berharap dapat menemukan hasil strategi komunikasi dalam penerimaan santri baru.

Jadi disini peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian tentang Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Santri Baru (Studi Komparatif Antara MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok Dengan MA NW Bagik Payung).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Konteks penelitian tersebut yang menjadi fokus kajian adalah “Strategi Komunikasi Dalam Penerimaan Santri Baru (studi konperatif) Antara MA Unwanul Falah Paok Lombok Dengan Ma NW Bagik Payung”

1. Bagaimana Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Santri Baru di MA Unwanul Falah Paok Lombok?
2. Bagaimana Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Santri Baru di MA NW Bagik Payung?
3. Bagaimana Perbandingan Strategi Komunikasi Dalam Penerimaan Santri Baru Antara MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dengan MA NW Bagik Payung?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Memahami dan mendiskripsikan Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Santri Baru di MA Unwanul Falah NWDI Paok
2. Memahami dan mendiskripsikan Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Santri Baru di MA NW Bagik Payung.
3. Untuk mengetahui perbandingan Strategi Komunikasi Dalam Penerimaan Santri Baru Antara MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok Dengan MA NW Bagik Payung.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menumbuhkan pengetahuan kepada pembaca serta menjadikan referensi yang dapat di kembangkan untuk penelitian selanjutnya.

### **2. Manfaat praktis**

Sebagai masukan bagi madrasah-masdrasah, berdasarkan hasil yang di dapat peneliti selama melakukan penelitian sehingga bisa menggambarkan perbandingan strategi komunikasi yang digunakan oleh setiap Madrasah. Selain dari pada itu untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat startegi antar Madrasah. Sehingga menjadi pelajaran atau masukan demi kemajuan Madrasah.

## **E. Ruang Lingkup Penelitian dan Setting Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup Penelitian**

Agar penelitian ini lebih terarah dan menghasilkan validasi yang tinggi dan mendalam, tidak meluas dan menyimpang dari fokus penelitian, tetapi harus ditetapkan batasan masalahnya. Dalam konteks penelitian ini, peneliti membahas tentang strategi komunikasi dalam penerimaan santri baru antara MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung, dan bagaimana perbandingan Strategi Komunikasi dalam penerimaan santri baru di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dengan MA NW Bagik Payung.

### **2. Setting Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung, Kecamatan Suralaga, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Dimana dalam penelitian ini yang akan menjadi subjek penelitian ini adalah para guru yang ada di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung, santri serta beberapa masyarakat disekitar Madrasah.

## **F. Telaah Pustaka**

Telaah Pustaka merupakan kajian hasil penelitian terdahulu yang pernah di lakukan oleh peneliti lain, namun memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang di lakukan. Dalam hal ini, Telaah Pustaka di lakukan guna untuk mengetahui apakah penelitian yang dilakukan terdapat perbedaan atau tidak. Selain itu, Telaah Pustaka di lakukan untuk menghindari plagiasi, duplikasi, repetisi serta menjamin keabsahan dan keaslian dari penelitian yang di lakukan.

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang telah di lakukan dan di anggap berkaitan dengan penelitian ini di antaranya:

1. Skripsi oleh Selda renalda yang berjudul “Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Madarijul ulum Penanggungungan Kec. Gunung Alip Kab. Tanggamus dalam meningkatkan Minat Belajar Santri” Adapun Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dalam meningkatkan minat belajar santri dan untuk mengetahui tingkat keberhasilan yang dicapai pondok pesantren Madarijul Ulum. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

penelitian ini menghasilkan data-data langkah-langkah dalam penyusunan strategi komunikasi hal itu diterapkan dalam proses belajar mengajar di pondok pesantren dengan cara strategi Membimbing, Mengawasi, dan Hukuman.<sup>6</sup>

Adapun persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah persamaannya sama-sama mengkaji tentang strategi komunikasi, obyek penelitian di madrasah, Menggunakan metode kualitatif. Perbedaan lokasi penelitian, waktu penelitian dan fokus kajian penelitian terdahulu meningkatkan minat belajar santri sedangkan penelitian ini akan meneliti tentang perbandingan strategi komunikasi antar Madrasah.

2. Jurnal oleh Saputro Joko Adi tentang “Perbandingan Strategi Komunikasi Radio *Local* Di Yogyakarta Dalam Menjaring Pengiklan (studi deskriptif pada radio Q FM dan radio swaragama FM). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berbagai strategi komunikasi pemasaran Radio Swaragama dan Radio Q untuk menarik konsumen. Upaya-upaya yang dilakukan Radio Swaragama dan Radio Q dalam menghadapi persaingan antar kompetitor, dan hambatan-hambatan yang dialami dalam menerapkan strategi tersebut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keduanya menggunakan kelima elemen komunikasi pemasaran yakni periklanan, penjualan pribadi, penjualan sales, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Namun perbedaannya terletak pada upaya menghadapi persaingan, Radio Swaragama konsisten pada anak muda sedangkan Radio Q telah melebar dari anak muda menjadi keluarga.<sup>7</sup>

Pada penelitian di atas ada kesamaan serta perbedaan dengan penelitian ini. *Pertama*, persamaannya adalah kedua penelitian membahas tentang Perbandingan Strategi komunikasi kemudian menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif

---

<sup>6</sup> Selda Renalda, Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Madarijul ulum Penanggung Kec. Gunung Alip Kab. Tanggamus dalam meningkatkan Minat Belajar Santri (*Skripsi*, FDIK Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung, 2020), hlm. 10.

<sup>7</sup> Saputro joko adi, *Perbandingan Strategi Komunikasi Radio Local Di Yogyakarta Dalam Menjaring Iklan*, (Yogyakarta,2016). hlm, 3.

deskriptif. Terdapat kesamaan pada teknik pengumpulan data yaitu sama-sama menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kedua, perbedaan penelitian itu dengan penelitian ini yaitu terletak pada objek yang diteliti dan fokus pembahasannya. objek penelitiannya ialah sebuah stasiun Radio sedangkan penelitian ini lembaga pendidikan atau Madrasah, serta penelitian ini membahas tentang perbandingan strategi komunikasi dalam penerimaan siswa baru yang ada di madrasah, tetapi dalam penelitian di atas membahas tentang Perbandingan Strategi Komunikasi Radio Local Di Yogyakarta Dalam Menjaring Pengiklan, sangat mengarahkan bagaimana persaingan dalam sebuah perusahaan agar perusahaannya bisa berkembang.

3. Skripsi Fathul Aziz yang berjudul “Strategi Komunikasi UIN Mataram Dalam Sosialisasi Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2018”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi UIN Mataram dalam sosialisasi mahasiswa baru tahun 2018 dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi UIN Mataram dalam sosialisasi penerimaan mahasiswa baru. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi UIN Mataram Dalam Sosialisasi Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2018, menunjukkan peran humas UIN Mataram yang menggunakan beberapa strategi baik secara komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung. Dari komunikasi langsung terdapat beberapa strategi yaitu sosialisasi ke beberapa pondok pesantren yang ada di NTB, bersinergi dengan komunitas mahasiswa dan para alumni serta membangun mitra dengan semua kepala sekolah yang ada di NTB, adanya program KKP yang dijalankan, selanjutnya menggunakan komunikasi tidak langsung dimana humas UIN Mataram menggunakan media sebagai perantara sosialisasi, seperti sosialisasi secara Nasional, penyebaran brosure, pembukaan jalur penerimaan melalui span-ptkin, um-ptkin dan mandiri, menggunakan media telpon, email, facebook, youtube.

Persamaanya dengan penelitian ini adalah meneliti terkait strategi komunikasi, metode penelitian yang digunakan dan teknik

pengumpulan yang digunakan. Perbedaannya terdapat pada teori yang digunakan, obyek penelitian dan fokus pembahasan. Fokus penelitian pada skripsi Fathul Aziz lebih ke strategi komunikasi sosialisasi sedangkan penelitian ini strategi komunikasi yang digunakan Madrasah dalam penerimaan santri baru.

4. Jurnal Kajian Manajemen Pendidikan Islam dan Studi Sosial oleh Fauziah tentang “Strategi Marketing Mix 4P Dalam Mewujudkan Sekolah Unggulan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi marketing Mix 4P dalam mewujudkan sekolah Unggulan di RA Queen Al Khadijah, menggunakan metode yang digunakan peneliti dalam meneliti sebuah studi kasus ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif menggambarkan secara sistematis dan aktual. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh RA Queen Al Khidayah adalah dengan menerapkan strategi Marketing Mix, strategi produk, harga, tempat dan promosi, itu semua dilakukan dalam memberikan kepuasan kepada kosumen, meningkatkan jumlah peserta didik, kualitas peserta didik sehingga label sebagai sekolah unggulan akan diberikan oleh kosumen.<sup>8</sup>

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Skripsi Oleh Selda Renalda Strategi Komunikasi Pesantren Madarijul Ulum Penanggunggan Kecamatan Gunung Alip Kab. Tanggamus	persamaan nya sama-samam mengkaji tentang strategi komunikasi, obyek penelitian di madrasah, Menggunakan metode kualitatif	lokasi penelitian, waktu penelitian dan fokus kajian penelitian terdahulu meningkatkan minat belajar santri sedangkan penelitian ini akan meneliti tentang perbandingan

---

<sup>8</sup> Fauziah, “Strategi Marketing Mix 4P Dalam Mewujudkan Sekolah Unggulan”, Jurnal Kajian Manajemen Pendidikan Islam dan Studi Sosial, Vol. 6, No. 1, Tahun 2022, hlm. 1

	Dalam Meningkatkan Minat Belajar Santri		stretegi komunikasi antar Madrasah
2	Jurnal Oleh Saputro Joko Adi Tentang “Perbandingan Strategi Komunikasi Radio Local Di Yogyakarta Dalam Menjaring Pengiklan (Studi Deskriptif) Pada Radio Q FM Dan Radio Swaragama	kedua penelitian membahas tentang Perbandingan Strategi komunikasi kemudian menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif deskriptif. Terdapat kesamaan pada teknik pengumpulan data yaitu sama-sama menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.	perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu terletak pada objek yang diteliti dan fokus pembahasannya. objek penelitiannya ialah sebuah stasiun Radio sedangkan penelitian ini lembaga pendidikan atau Madrasah
3	Skripsi Fathul Aziz yang berjudul “Strategi Komunikasi UIN Mataram Dalam Sosialisasi	meneliti terkait strategi komunikasi, metode penelitian yang digunakan dan teknik pengumpulan yang digunakan	Perbedaanya terdapat pada teori yang digunakan, obyek penelitian dan fokus pembahasan. Fokus penelitian pada penelitian

	Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2018		terdahulu lebih ke strategi komunikasi sosialisasi sedangkan penelitian ini strategi komunikasi yang digunakan Madrasah dalam penerimaan santri baru
4	Jurnal Kajian Manajemen Pendidikan Islam dan Studi Sosial oleh Fuziah tentang “Strategi Marketing Mix 4P Dalam Mewujudkan Sekolah Unggulan	Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.	lokasi penelitian, waktu penelitian dan fokus kajian penelitian terdahulu serta teori yang digunakan tentunya berbeda.

## G. Kerangka Teori

### 1. Strategi

Menurut Onong Uchjana Effendy, strategi adalah perencanaan atau planning dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional. Strategi komunikasi harus mencakup semua yang diperlukan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan kelompok sasaran. Strategi komunikasi adalah kelompok sasaran, berbagai tindakan yang diambil, bagaimana kelompok sasaran akan



mendapat manfaat dari sudut pandang mereka, dan bagaimana menjangkau audiens yang lebih besar secara lebih efektif.<sup>9</sup>

kata strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani *strategos* atau *streteus* dengan kata jamak strategi. *Strategos* sendiri memiliki *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang.<sup>10</sup> Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Hal ini berarti bahwa dalam suatu strategi terdapat beberapa hal berikut ini:

- a. Suatu rencana tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang.
- b. Analisis terhadap lingkungan, baik yang bersifat eksternal maupun internal, yang menunjukkan adanya kekuatan dan kelemahan dalam hal pencapaian tujuannya
- c. Keputusan pilihan guna pelaksanaan yang tepat dan terarah dalam pencapaian tujuan yang telah ditentukan
- d. Rancangan guna menjamin ketepatan tercapainya tujuan dan sasaran.<sup>11</sup>

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya

Istilah strategi pada awalnya digunakan dikalangan militer dalam menjalankan tugas-tugasnya di lapangan. Konsep strategi yang semula diterapkan dalam kemiliteran dan dunia politik, kemudian banyak diterapkan pula dalam bidang manajemen,

---

<sup>9</sup> Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung : PT. Citra Aditiya Bakti, 2013), hlm 32.

<sup>10</sup> J, Salusu, *Pengambilan Keputusan strategi untuk organisasi public dan non profit*, (Jakarta: Grasindo, 2006), hal. 84.

<sup>11</sup> Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah*, (Bandung : PR Remaja Rosdakarya, 2014), hal. 101.

dunia usaha, pengadilan dan pendidikan.<sup>12</sup> Semakin meluasnya penggunaan konsep strategi, seperti dikutip dari Aliasan, bahwa dalam teori Hardy, Langley dan Rose mengemukakan bahwa strategi adalah dipahami sebagai rencana atau kehendak yang mendahului dan mengendalikan kegiatan.<sup>13</sup>

Sedangkan Ahmad S. Adnan mengatakan strategi adalah bagian dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu fungsi dasar dari fungsi manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya.<sup>14</sup>

Strategi komunikasi bisa dikatakan sebagai suatu pola fikir dalam merencanakan satu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak (komunikasikan, hadirin, atau mad'u), atas dasar skala yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan.<sup>15</sup>

Dalam teori strategi komunikasi yang dirumuskan oleh Harold D. Lasweel menyatakan bahwa cara yang terbaik menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan: "Who Says What in Wich Channel To Whom With What Effect?" (Siapa mengatakan apa melalui media apa kepada siapa dengan efek apa).<sup>16</sup>

Prasyarat yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi adalah meningkatkan pemahaman untuk meningkatkan tujuan. Artinya, setelah memahami hakikat dan makna suatu tujuan, maka yang harus dilakukan yaitu menentukan strategi untuk mencapai tujuan, maka tindakan yang dibuat semata-mata sekedar suatu

---

<sup>12</sup> Ahmad Juntika Nurihsan, *Strategi Layanan Bimbingan dan Konseling*, (Bandung : PT Refika Aditama : 2005), hal. 9

<sup>13</sup> Aliasan, *Strategi Dakwah dalam Mengubah Sikap*, (Palembang: Noerfikri, 2016), hal. 6.

<sup>14</sup> Rosyady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2010) Hlm. 32.

<sup>15</sup> Kustandi, Suhandang, *Strategi Dakwah*, (Bandung : PT.Remaja Rosdakarya2014). hal. 84.

<sup>16</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT, Citra Aditaya Bakti 2008), hlm. 301.

taktik yang dapat meningkat cepat namun sebaliknya dapat merosot dalam suatu masalah lain.<sup>17</sup>

## 2. Komunikasi

### a. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi. Lauwrence D. Kincaid mendefinisikan komunikasi yakni “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.<sup>18</sup>

Makna komunikasi meliputi proses pertukaran informasi antar manusia melalui simbol, tanda dan perilaku. Komunikasi juga diartikan sebagai cara menyampaikan gagasan dengan pihak lain, baik melalui tuturan, tulisan, maupun surat menyurat.<sup>19</sup>

Harjani Hefni mengatakan bahwa dalam teori Halah al-Jamal, komunikasi adalah upaya manusia untuk menampilkan hubungan yang terbaik dengan pencipta-Nya, dengan dirinya dan dengan sesama manusia.<sup>20</sup>

Dalam teori Hovland, Janis dan Kelly, Komunikasi adalah proses dimana seorang individu (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku orang lain (komunikan).<sup>21</sup> Komunikasi merupakan

---

<sup>17</sup> Z. Heflin Frinces, *Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Yogyakarta: Mida Pustaka, 2007), hlm 79

<sup>18</sup> Hafied Cangara, *Prencanaan Dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada), hlm. 35.

<sup>19</sup> Harjani Hefni, “*Komunikasi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 2

<sup>20</sup> Maksimus Ramses Lalongkoe, Thomas Alfai Edison, “*Komunikasi Terapeutik; Pendekatan Praktis Pratisi Kesehatan*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 46

<sup>21</sup> Ujang Saefullah, *Kapita Selekt Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama*, (rev. ed 2; Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), hal. 3

proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain guna memberitahukan atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara verbal maupun nonverbal.<sup>22</sup>

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata baik itu secara lisan maupun tulisan. Komunikasi verbal paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia untuk mengungkapkan prasaan, emosi, pemikiran, gagasan fakta, data, dan informasi serta menjelaskan, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat dan bertengkar.<sup>23</sup>

Komunikasi non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Pesan-pesan non verbal sangat berpengaruh terhadap komunikasi. Pesan atau simbol-simbol non verbal sangat sulit untuk di tafsirkan dari pada simbol verbal.<sup>24</sup>

Dari berbagai penjelasan terkait komunikasi di atas dapat di simpulkan bahwa komunikasi adalah terjadinya intraksi antara dua orang atau lebih sehingga menimbulkan respon. Dari paparan di atas juga tampak adanya berbagai komponen yang sangat penting atau unsur yang di cakup merupakan perasyarat terjadinya sebuah komunikasi.

#### b. Fungsi Komunikasi

Secara klasik fungsi komunikasi ditujukan untuk memberikan informasi, menghibur, mendidik dan membentuk opini publik. David K. Berlo mahaguru komunikasi dari Michigan State University menyebut secara ringkas bahwa komunikasi sebagai instrumen interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri

---

<sup>22</sup> Onong Uchjana Efendi , *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : TP Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 5.

<sup>23</sup> Putu Yuli Kurniati, *Modul Komunikasi Verbaal Dan Non Verbal*, (program studi kesehatan masyarakat fakultas kedokteran, universitas udayana: 2016), hlm. 7.

<sup>24</sup> Putu Yuli Kurniati, *Modul Komunikasi Verbal...*, hlm 12

dalam menciptakan keseimbangan dengan dengan masyarakat. Jadi komunikasi jelas tidak dapat di pisahkan dengan kehidupan ummat manusia, baik sebagai individu maupun anggota masyarakat.<sup>25</sup>

### 3. Madrasah

Madrasah berasal dari kata “darasa” yang berarti belajar . Kata tersebut kemudian menjadi tasrif berupa isim makan (kata yang merujuk pada tempat) menjadi madrasah, artinya tempat belajar bagi siswa tingkat rendah maupun tinggi (TK, SD/MI, SMP/MTs/SMU/MA). Makna lain darasa adalah menghapus, kehilangan jejak, menjadi usang, berlatih dan belajar.

Madrasah tidak hanya diartikan sebagai sekolah dalam arti sempit, tetapi juga dapat diartikan sebagai rumah, istana, kuttab, masjid, perpustakaan, surau dan tempat lainnya. Bahkan bisa disebut al-madrasah al-ula (madrasah pemula). Menurut sejarahnya, menurut al-Maqriz, madrasah belum dikenal pada masa Sahabat dan Tabi'in. Itu ada atau dibuat 400 tahun setelah Hijriyah.<sup>26</sup>

Menurut Charles Michael Stanton, Madrasah digolongkan ke dalam dua bentuk yaitu lembaga pendidikan formal dan non formal, dimana yang pertama mengajarkan ilmu pengetahuan agama dan yang kedua mengajarkan pengetahuan umum.<sup>27</sup>

Lembaga pendidikan formal adalah sekolah yang merupakan lembaga sosial yang tumbuh dan berkembang dari dan untuk masyarakat. Artinya, sekolah sebagai pusat pendidikan formal merupakan sarana sosial yang disertai tugas-tugas pendidikan, diikat oleh peraturan-peraturan formal yang terprogram dan berorientasi pada tujuan serta mempunyai struktur organisasi atau manajerial formal. Pendidikan nonformal adalah pendidikan yang berlangsung di masyarakat. Masyarakat juga merupakan faktor yang sangat penting dalam kelangsungan pendidikan anak, karena pada akhirnya anak tidak lepas dari lingkungan masyarakatnya. Secara struktural dan fungsional, masyarakat mempengaruhi

---

<sup>25</sup> Hafied Cangara, *Prencanaan Dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada), hlm. 42

<sup>26</sup> *Ibid*, hlm. 4.

<sup>27</sup> *Ibid*, hlm. 8.

pembentukan sikap sosial para anggotanya melalui pengalaman yang berulang-ulang. Karena pengalaman yang berbeda.

Dalam hal ini pembinaan dan tuntunan, wewenang diserahkan ke Kementerian Agama. Kementerian Agama mengeluarkan Peraturan Menteri Agama Nomor I tahun 1952. Menurut ketetapan ini yang dinamakan madrasah ialah tempat pendidikan yang telah diatur sebagai sekolah dan memuat pendidikan serta ilmu pengetahuan agama Islam menjadi pokok pelajaran.<sup>28</sup>

Jadi dapat dipahami dari beberapa pengertian di atas, bahwa madrasah adalah wadah atau tempat yang diatur untuk belajar ilmu pengetahuan agama Islam yang paling utama dan ilmu pengetahuan keahlian lainnya.

Sebelum kemerdekaan Indonesia madrasah sudah menjadi lembaga pendidikan yang mandiri, kemudian setelah merdeka barulah mendapat perhatian pemerintah sehingga sekarang madrasah berada dalam naungan Kementerian Agama.

#### 4. Strategi komunikasi pemasaran

Strategi pemasaran merupakan tahapan dari suatu proses atau tahapan yang tidak boleh dianggap remeh, karena sebaik apapun rencana strategi pemasaran produk disusun sesuai dengan kondisi industri dan persaingan, jika proses komunikasi pemasaran tidak dilaksanakan secara efektif dan efisien (pasar sasaran) tidak mengetahui bahwa konsumen menginginkan dan menuntut produk yang beredar di pasar.

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller, komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung, tentang produk dan merek yang dijual.<sup>29</sup> Intinya komunikasi pemasaran mempresentasikan suara perusahaan dan mereknya serta

---

<sup>28</sup> *Ibid*, hlm. 10.

<sup>29</sup> Muhammad Vriyatna, "Komunikasi Pemasaran Dalam Penerimaan Siswa Baru Di Sekolah Integral Luqman Al- Hakim Hidayatullah Surabaya", *Jurnal Mumtaz*, Vol 1, Nomor 1, Januari 2021, hlm. 11

merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen.

Komunikasi pemasaran adalah komunikasi yang dilakukan produsen, perantara, pemasar dan konsumen, suatu kegiatan yang membantu konsumen membuat keputusan pemasaran dengan membuat semua pihak berpikir, bertindak dan berperilaku lebih baik. Komunikasi pemasaran adalah komunikasi impersonal.<sup>30</sup>

Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam pemasaran. Tanpa komunikasi konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan tidak bisa mengetahui keberadaan produk di pasar. Penentuan siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi sangat menentukan keberhasilan komunikasi.

Barry Callen mendefinisikan komunikasi pemasaran adalah apapun yang dilakukan oleh seluruh organisasi anda yang memengaruhi perilaku atau persepsi pelanggan anda. Proses komunikasi pemasaran merupakan percakapan antara anda dan pelanggan anda tentang apa yang mereka katakan sebagaimana anda mendengarkan keluhan pelanggan, berdasarkan keluhan itu anda mengirim pesan kepada mereka.<sup>31</sup>

Kotler dan Armstrong dalam teori pemasarannya menyatakan, “Bauran pemasaran (marketing mix) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran”. Marketing mix mempunyai empat komponen yaitu “4P” yaitu Product (produk), Price (Harga), Place (Tempat), dan Promotion (Promosi).<sup>32</sup>

#### a. Product

Produk merupakan jantung dari bauran pemasaran. Semua aktivitas pemasaran dimulai dengan produk. Produk

---

<sup>30</sup> Skripsi Anisya Hafila Hartono, “Strategi Komunikasi Pemasaran SMA Harapan 3 Medan Dalam Mendapatkan Siswa Baru Dimasa Pandemi” Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan 2021, hlm. 15.

<sup>31</sup> Redy Panuju, “Pemasaran sebagai gejala komunikasi, komunikasi sebagai strategi pemasaran”, (Jakarta: Pranada Media 2019). hal 8

<sup>32</sup> Rismiatun, “Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Budi Luhur”, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 11, Nomor 1, Maret 2020, hlm. 19

bukanlah entitas fisik saja, melainkan menangkap seluruh aspek berwujud dan tidak berwujud seperti layanan, kepribadian, organisasi, dan ide.

b. *Place*

Place atau istilah umum lokasi sering diartikan sebagai lokasi pelayanan. Lokasi layanan yang digunakan untuk mengirimkan layanan atau produk ke pelanggan yang dituju adalah kunci keputusan. Memutuskan lokasi layanan yang akan digunakan memerlukan pertimbangan bagaimana layanan atau produk akan disampaikan kepada pelanggan dan di mana akan dilakukan. Lokasi sama pentingnya dengan lingkungan tempat dan bagaimana layanan disediakan sebagai bagian dari nilai dan kegunaan layanan dan produk yang di pasarkan.

c. *Price*

Dalam ilmu ekonomi, harga, nilai, dan utilitas adalah istilah yang saling berkaitan. Utilitas disini dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat atau diketahui tentang suatu barang. Hal ini memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau keinginan konsumen, dan juga memungkinkan produk ini dapat memenuhi keinginan konsumen.

d. *Promotion*

Promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi juga merupakan penjualan yang memiliki unsur penting dalam kegiatan promosi produk. promosi merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang rasa ingin tahu dari para konsumen, dengan cara meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.

Tujuan dari komunikasi pemasaran adalah untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat, khususnya konsumen sasaran, tentang keberadaan produk di pasar. Konsep umum untuk menyampaikan pesan adalah apa yang disebut bauran iklan atau bauran pemasaran.



Promosi yang berbeda biasanya digunakan dalam bauran pemasaran ini. Kegiatan ini melibatkan beberapa aspek untuk mencapai pangsa pasar sasaran, sehingga strategi yang digunakan harus tepat.

5. Teknik strategi komunikasi

Menurut arifin, terdapat beberapa teknik yang bisa digunakan dalam strategi komunikasi, yaitu:<sup>33</sup>

a. Repetittion

Teknik repetition merupakan cara mensugesti khalayak. Dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Menggunakan teknik ini sekalian banyak manfaat yang dapat pada tarik darinya, manfaat itu diantaranya bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu sebab justru perbedaan nyata dengan pesan yang tidak diulang-ulang sebagai akibatnya beliau akan lebih mengikat perhatian.

b. Canalizing

Teknik canalizing adalah meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Buat berhasilnya komunikasi ini maka harus dimulai berasal memenuhi nilai-nilai serta segelar kelompok atau masyarakat secara berangsur-angsur mengubahnya kea rah yang dikehendaki. Akan tetapi jika hal ini kemudian ternyata tidak mungkin, maka secara perlahan dipecahkan sebagai akibatnya anggota-anggota kelompok itu telah tidak mempunyai lagi korelasi yang ketat. Dengan demikian dampak kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang sama sekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.

c. Informatif

Teknik informatif adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan menghipnotis khalauyak menggunakan jalan memberikan penerangan. Penjelasan berarti memberikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, pada atas informasi

---

<sup>33</sup>Fisipol, teknik komunikasi UIN Sumatera utara”, dalam <https://ilmukomunikas.i.uma.ac.id/2022/27/teknik-komunikasi/> , diakses tanggal 10 Januari 2023, pikul 15.00.

fakta dan data-data yang sah dan pendapat-pendapat yang sah jua. Teknik informatif ini lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, serta dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa berita, penjelasan, isu dan sebagainya.

d. Persuasif

Teknik persuasif merupakan mempengaruhi menggunakan jalan membujuk. Pada hal ini khalayak diduga baik pikirannya, juga serta terutama prasaanya. Perlu diketahui, bahwa situasi simple terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan buat mensugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (sugestivitas), serta mereka itu sendiri diliputi sang keadaan mudah buat mendapatkan efek (sugestivilitas). Komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku.

e. Edukatif

Teknik edukatif artinya salah satu usaha menghipnotis khalayak asal suatu pernyataan awam yang dilontarkan, bisa diwujudkan pada bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, liputan keterangan, serta pengalaman-pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, diatas berita warta, pendapat serta pengalaman yang bisa dipertanggungjawabkan berasal segi kebenaran, dengan disengaja, teratur serta berencana, dengan tujuan mengganti tingkah laku manusia kea rah yang diinginkan.

f. Koersif

Teknik koersif adalah menghipnotis khalayak menggunakan jalan memaksa. Teknik koersif ini umumnya dimanifestasikan pada bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah serta intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaannya yang lebih lancar umumnya pada belakangnya berdiri suatu kekuatan yang relatif handal.

6. Perbandingan

Menurut Sjachran Basah perbandingan merupakan suatu metode pengkajian atau penyelidikan dengan mengadakan

perbandingan di antara dua objek kajian atau lebih untuk menambah dan memperdalam pengetahuan tentang objek yang dikaji. Jadi di dalam perbandingan ini terdapat objek yang hendak diperbandingkan yang sudah diketahui sebelumnya, akan tetapi pengetahuan ini belum tegas dan jelas.

Dalam persepektif ilmu hukum, perbandingan menjadi sesuatu yang berbeda dengan ilmu-ilmu lain. Menurut Suarjati Hartono, pengertian perbandingan tidak ada definisi khusus baik dari segi undang-undang, literatur maupun pendapat para sarjana, namun perbandingan itu hanyalah merupakan suatu metode saja, sehingga dapat diambil dari ilmu sosial-sosial lainnya.

Dalam analisa perbandingan biasanya melalui tiga tahap yaitu: tahap pertama merupakan kegiatan diskriptif untuk mencari informasi, tahap kedua memilah-milah informasi berdasarkan klasifikasi tertentu, dan tahap ketiga menganalisa hasil pengklasifikasian itu untuk dilihat keteraturan dan hubungan antara berbagai variabel. Studi perbandingan bisa memberikan kepada kita perspektif tentang lembaga-lembaga, kebaikan dan keburukan dan apa yang menyebabkan lembaga-lembaga itu terbentuk.<sup>34</sup>

Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa perbandingan adalah membandingkan dua hal/lembaga untuk diketahui perbedaan dan persamaan kedua lembaga melalui tahap-tahap tertentu.

## **H. Metode Penelitian**

Secara umum metode penelitian adalah kegiatan yang dilakukan secara terencana, sistematis dan terstruktur serta memiliki tujuan khusus, dan kegunaan tertentu baik praktis maupun teoritis. Makna ilmiah diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan harus memiliki pedoman. Sedangkan makna 'Terencana' dimaksudkan bahwa peneliti harus memiliki perencanaan yang matang untuk melakukan

---

<sup>34</sup>Asha, *Manajemen Pendidikan Madrasah Dinamika dan Studi Perbandingan Madrasah Dari Masa Ke Masa*, ( Yogyakarta : Azyan Mitra Media, 2020), hlm. 3.

penelitian, baik itu dalam bentuk perencanaan waktu, lokasi, dan sumber dana serta aksesibilitas terhadap lokasi penelitian dan data.<sup>35</sup>

Metode penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang dilakukan oleh seorang peneliti guna untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Kegiatan ilmiah itu harus dilakukan dengan pedoman pada suatu ilmu pengetahuan yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu.

### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian merupakan suatu langkah yang sangat penting untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menghasilkan suatu penelitian yang representatif, karena pendekatan penelitian merupakan metodologi (cara) dan metode (alat) penelitian. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini merupakan kategori penelitian lapangan (*feld reseach*) yang merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif karena dipandang mampu menganalisa realitas sosial yang lebih detail.<sup>36</sup>

Maka pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam mengkaji permasalahan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu pendekatan yang berorientasi pada gejala-gejala yang bersifat alamiah, karena orientasinya demikian maka sifatnya *naturalistic* dan mendasar atau bersifat kealamian serta tidak bisa dilakukan di laboratorium melainkan di lapangan. Alasan peneliti menggunakan pendekatan dengan metode deskriptif adalah untuk mendapatkan informasi atau data terkait dengan strategi komunikasi dalam penerimaan santri baru di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung.

### **2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian adalah subyek asal data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian merupakan faktor

---

<sup>35</sup> Raco, *metode penelitian kualitatif jenis, kataktristik dan keunggulannya*, (Jakarta: PT Grasindo, 2010), hlm. 5

<sup>36</sup> George Ritzer dkk, *Teori Sosiologi*, (Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2009), hlm. 123.

penting yang menjadi pertimbangan dalam menentukan metode penulisan.<sup>37</sup>

Untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan jenis data sebagai berikut :

a. **Data Primer**

Data primer adalah hasil data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari lapangan atau lokasi penelitian. Selain itu data primer tersebut merupakan data asli yang bersifat baru *up to date*<sup>38</sup>. Untuk mendapatkan data primer maka peneliti harus melakukan pengumpulan data secara langsung di lapangan. Adapun teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data primer adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

b. **Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang atau informasi yang di dapatkan dari sumber yang telah ada dari bahan-bahan kepustakaan. yang dapat diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Seperti sebuah majalah, buletin, spanduk publikasi, maupun dari data-data yang disediakan oleh masing-masing Madrasah tersebut.

3. **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk dapat mengumpulkan data yang terkait dengan permasalahan penelitian yang mereka ambil. Prosedur ini sangat penting agar data yang akan didapatkan penelitian berbentuk data yang utuh sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang valid.<sup>39</sup> Adapun metode yang dipergunakan untuk mengumpulkan data di lapangan adalah melalui metode observasi, dokumentasi, dan wawancara.

a. **Metode Observasi**

---

<sup>37</sup> Etta Mamang Sangadji dan Dr.Sopiah, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta:C.V Andi Offset 2010) hlm. 171.

<sup>38</sup> Sandu Siyoto dan Ali sodik, “*Dasar Metodologi Penelitian*” ,(Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 67

<sup>39</sup> Muri Yusuf, “*Metode Penelitian*” (Jakarta: PT Interpratama Mandiri, 2014), hlm. 152.

Observasi adalah studi yang sengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan. Dalam kaitan dengan penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap pengamatan, situasi, perilaku dan keadaan dilokasi serta objek penelitian dengan menggunakan seluruh alat indra.<sup>40</sup>

Dalam teori yang dikemukakan oleh Larry Cristensen yang menyatakan bahwa. Dalam penelitian observasi diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan. Observasi merupakan cara yang paling penting untuk mendapatkan informasi pasti tentang orang, karena apa yang dikatakan orang belum tentu sama dengan apa yang dikerjakan.<sup>41</sup>

Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi *participant observation* (observasi berperan serta) dan observasi *nonparticipant observation*.

1) Observasi partisipan (*participant observation*)

Dalam observasi ini peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian, sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang menjadi kegiatan sumber data, ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.

2) Observasi nonpartisipan (*nonparticipant observation*)

Dalam observasi partisipan peneliti terlibat langsung dengan aktivitas orang yang sedang diamati

---

<sup>40</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Bandung: CV Alfabeta, 2012), hlm. 134 .

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung : Alfabeta, 2014), hlm. 196-197.

maka dalam observasi nonpartisipan peneliti tidak terlibat dan hanya pengamat independen.<sup>42</sup>

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi partisipan karena dilakukan langsung kepada objek atau terjun langsung ketempat yang diteliti yakni pada MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung.

#### **b. Metode Dokumentasi**

Dokumentasi yaitu mendapatkan data tentang letak geografis, sejarah berdirinya, struktur organisasi dan data yang relevan dengan penelitian. Metode ini merupakan sebagai alat atau bahan untuk menyimpan hasil-hasil penelitian yang sudah dilakukan.

Metode dokumentasi adalah cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa data, catatan, buku-buku, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Dalam menggunakan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data, penelitian mengumpulkan data dan informasi dari buku, jurnal yang terkait dengan perbandingan strategi komunikasi dalam penerimaan santri baru.

#### **c. Metode Wawancara**

Teknik wawancara menurut Afifuddin adalah teknik pengambilan data dengan cara menayakan sesuatu kepada informan atau responden. Sedangkan menurut Riyanto *interview* atau wawancara merupakan yang teknik yang menghendaki komunikasi langsung antara penyelidik dengan subyek atau responden.<sup>43</sup>

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan wawancara atau interview merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung atau bertatap muka dan dapat dilakukan secara tidak langsung antara pewawancara/peneliti dengan narasumber dengan menayakan sesuatu kepada responden.

---

<sup>42</sup> *Ibid*, hlm. 197

<sup>43</sup> Abd. Hadi, dkk, “*Penelitian Kualitatif (Fenomologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi)*”, (Jakarta: Gramedia,2015), hlm. 61

Dalam penelitian kualitatif secara umumnya ada tiga bentuk wawancara diantaranya:

- 1) Wawancara terstruktur, yaitu teknik pengumpulan data yang dimana peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis dan alternatif jawaban yang telah disiapkan. Selain itu juga setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan mencatat hasil wawancara dari narasumber.<sup>44</sup>
- 2) Wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Peneliti hanya menanyakan secara garis besarnya saja terkait permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>45</sup>
- 3) Wawancara semiterstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan secara bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuannya untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka sehingga pihak yang di wawancarai diminta pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara ini peneliti diharuskan untuk teliti dalam mencatat apa yang disampaikan oleh narasumber.<sup>46</sup>

Dalam hal ini peneliti langsung berhadapan dengan para ustadz/ustadzah dan santri santriwati yang berada di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung.

#### **4. Analisis Data**

Analisis adalah suatu usaha untuk mengurai suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian sehingga susunan atau

---

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ( Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 138

<sup>45</sup> Ibid., hlm. 140

<sup>46</sup> Ibid., hlm. 233



tatanan bentuk sesuatu diurai itu tampak dengan jelas sehingga bisa ditangkap maknanya dan dimengerti. Data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kokoh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat. Dengan data kualitatif kita dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis menilai sebab akibat dalam ruang lingkup penelitian. Data kualitatif membantu peneliti untuk melangkah lebih jauh dari kerangka kerja awal.<sup>47</sup>

Miles dan Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, hingga datanya sudah jenuh.<sup>48</sup> Jadi data yang didapatkan valid dan akurat.

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis induktif, yaitu merupakan analisis data yang berangkat dari kasus atau peristiwa yang khusus, kemudian melakukan generalisasi dengan mengambil kesimpulan yang bersifat umum.

## **5. Metode Keabsahan Data**

Metode yang digunakan peneliti dengan cara editing atau memeriksa semua data-data yang diperoleh dalam memastikan keabsahan data. Metode keabsahan ini di tunjang dengan menggunakan metode triangulasi yaitu tehnik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data. Teknik Triangulasi ada tiga diantaranya yaitu:

### 1) Triangulasi sumber

Triangulasi sumber adalah teknik untuk melakukan perbandingan kembali bagaimana tingkat kevaliditas data dan informasi yang telah didapatkan dari berbagai macam sumber yang berbeda. Baik itu membandingkan antara hasil observasi dan wawancara, antara informasi yang

---

<sup>47</sup>Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta:Cetakan 6, 2014), hlm. 201.

<sup>48</sup>Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kualitatif Dan R&D*, ( Bandung : Alfabeta, 2013), hlm. 246.

disampaikan di hadapan khalayak umum dan pribadi atau wawancara dan menggunakan kuesioner, dan juga membandingkan antara hasil wawancara dan dokumentasi.<sup>49</sup>

2) Triangulasi Teknik

Teknik ini dilakukan dengan melakukan pengecekan data kepada sumber yang sama akan tetapi, menggunakan teknik yang berbeda. Seperti menggunakan wawancara, observasi, dokumen dan lain sebagainya. Jika dalam menggunakan teknik yang berbeda tersebut terjadi perbedaan data maka peneliti dapat mengkomunikasikan kembali dengan narasumber untuk mendapatkan data kebenaran dan kepastian dari data.

3) Teknik Waktu

Teknik ini dilakukan ketika melakukan pengecekan kembali terhadap data kepada sumber dan tetap menggunakan teknik yang sama namun dalam keadaan dan waktu yang berbeda. Apabila terjadi perbedaan data maka peneliti dapat menanyakan kembali hingga data yang ditemukan itu valid.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode keabsahan data Triangulasi dengan teknik triangulasi sumber.

## I. Sistematika Pembahasan

Penelitian berbentuk penelitian lapangan, penulisannya mengacu pada pedoman penulisan skripsi UIN Mataram. penulisan ini juga menggunakan bahasa Indonesia yang disempurnakan serta mengacu pada Kamus Besar Bahasa Indonesia.

### 1 Bab 1: Pendahuluan

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, ruang lingkup dan *setting* penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

### 2 Bab II : Paparan Data

---

<sup>49</sup> Firdaus Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2012), hlm. 110

Pada bab ini peneliti akan memaparkan data dan temuan baik data primer maupun data sekunder dari penelitian yang dilakukan. Pada bagian ini dijelaskan secara deskriptif tentang gambaran umum lokasi penelitian, sejauh mana perbandingan strategi komunikasi yang digunakan dalam penerimaan santri baru anatra MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung.

**3 Bab III: Pembahasan**

Pada bab ini peneliti akan membahas data-data yang sebelumnya di dapatkan dilapangan serta menyusun dan menjabarkannya secara rinci sesuai dengan susunan BAB sebelumnya terkait dengan permasalahan yang akan diselesaikan atau dipecahkan.

**4 Bab IV: Penutup**

Diakhir bab ini peneliti akan memberikan kesimpulan hasil dari penelitian yang merupakan jawaban dari pada rumusan masalah dan saran-saran dari peneliti.

## **BAB II**

### **PAPARAN DATA DAN TEMUAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Madrasah Aliyah Unwanul Falah NWDI Paok Lombok**

Madrasah Unwanul Falah Paok Lombok merupakan madrasah yang pertama kali berdiri di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur Provinsi Nusa Tenggara Barat, menurut para pendiri dan pengelola Madrasah Unwanul Falah bahwa madrasah ini berdiri pada tahun 1957 yakni 17 tahun setelah kemerdekaan bangsa Indonesia sehingga masyarakat di kecamatan Suralaga sebagian besar pernah mengenyam pendidikan di Madrasah Unwanul Falah.<sup>50</sup>

Pada awalnya Madrasah Unwanul Falah dirintis oleh seorang tokoh karismatik yaitu TGH. Ahmad Abdul Gani dengan cara membuka pikiran masyarakat kecamatan Suralaga agar melaksanakan Islam yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits sebab pada waktu itu masih banyak masyarakat Suralaga yang mengikuti ajaran Islam waktu itu, untuk tujuan di atas TGH. Ahmad melakukan dakwah dari kampung-kampung dengan cara membentuk majelis pengajian di setiap masjid dan Mushalla. Setelah sekian lama berdakwah akhirnya masyarakat kecamatan Suralaga banyak yang mengikutinya dan menjalankan syariat Islam sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW.

Guna memberikan pendidikan Islam kepada masyarakat kecamatan Suralaga TGH. Ahmad menyuruh anaknya TGH. Muhsin Ahmad untuk mendirikan lembaga pondok pesantren sehingga pada tahun 1947 terbentuklah pondok pesantren dengan model Halaqoh diberi nama "UNWANUL FALAH" yang berarti Tanda-Tanda Orang Yang Beruntung, dengan menempati bawak geleng (di bawah lumbung Padi) milik TGH. Ahmad di dusun

---

<sup>50</sup> Dokumen Madrasah Unwanul Falah NWDI Paok Lombok tahun ajaran 2020/2021

Paok Lombok Barat, di bawah geleng (surau) inilah Sembilan santri pertama menjalankan proses belajar-mengajar.<sup>51</sup>

Sebagai lembaga formal tentu Unwanul Falah setiap tahun menerima santri-santri baru yang berdatangan dari berbagai penjuru Kecamatan Suralaga. Keadaan inilah yang membuat TGH. Ahmad dan TGH. Muhsin Ahmad berusaha untuk menyediakan lokasi dan bangunan ruang belajar, akan tetapi sampai tahun kelima peruses belajar-mengajar masih di bawah geleng dan dititip kerumah-rumah penduduk di sekitar geleng. Karena besarnya keinginan dan kemauan dari TGH. Ahmad untuk membangun Unwanul Falah maka dia mewakafkan tanah pekarangannya seluas 15 are guna digunakan untuk membangun ruang belajar. Maka pada tahun 1967 dibangun 6 ruang belajar untuk Madrasah Ibtidaiyah.

Keberadaan MI di lingkungan pondok Pesantren Unwanul Falah tentu memberikan warna baru bagi santri dan masyarakat sekitar karena model pembelajaran yang digunakan di MI berbeda dengan system Halaqoh yang dipakai di bawah geleng dimana setiap santri duduk di bangku dan menggunakan kurikulum yang telah ditentukan pemerintah, perkembangan ini memberikan dampak yang positive terhadap perkembangan Unwanul Falah secara kuantitas santri yang masuk untuk belajar dimana setiap tahun pasti meningkat jumlah santri yang masuk.<sup>52</sup>

Karena banyaknya santri yang mendaftar maka pengelola berusaha untuk mencari lokasi yang lebih luas dan berusaha menambah ruang belajar. Sehingga pada tahun 1979 TGH. Khairuddin, Lc sebagai pimpinan pondok pesantren mewakafkan tanah sawahnya sebanyak 25 are dengan cara menukarguling tanah tersebut dengan lokasi yang lebih dekat dengan pondok pesantren. Di lokasi yang baru telah ada tiga buah pohon Paok (Mangga) dan pada akhirnya pohon Mangga tersebut menjadi aikon Pondok pesantren Unwanul Falah di tengah-tengah masyarakat dengan

---

<sup>51</sup> Dokumen Madrasah Unwanul Falah NWDI Paok Lombok tahun ajaran 2020/2021

<sup>52</sup> Dokumen Madrasah Unwanul Falah NWDI Paok Lombok tahun ajaran 2020/2021

sebutan “Madrasah Bawak Paok” yang berarti Madrasah di bawah Pohon Mangga.

Visi dan misi MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok

Visi: menciptakan manusia yang utuh, integral, berilmu amaliah dan beramal ilmiah

Misi: meningkatkan mutu dan wawasan keilmuan, meningkatkan profesionalisme dan dedikasi yang tinggi, mengembangkan potensi cipta, rasa, karsa, dan karya serta membina pikiran dan jiwa sosial berlandaskan syari’at islam.<sup>53</sup>

Selain ikon ” Madrasah Bawak Paok” Madrasah Unwanul Falah memiliki ciri has atau keunggulan yaitu “Tahfizul Quraan” atau menghafal Al-Qur’an dimana setiap santri yang di Madrasah Unwanul Falah di haruskan menghafal Al-Qur’an.

MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok memiliki berbagai fasilitas sekolah diantaranya; Lab Bahasa, Lab Kimia, Lab Komputer, Ruang UKS, Kantin, Ruang Guru, Kamar Mandi, Perpustakaan, Lapangan Bola, Lapangan Basket, Mushalla

Berdasarkan perkembangan kurikulum dari tahun ke tahun,, Kurikulum yang digunakan MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok saat ini adalah kurikulum Merdeka.

Data Guru MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok

No	Nama Guru	Mata pelajaran yang diampu	Jabatan
1	Moh Tohir, S.Hum	Tafsir Ilmu Tafsir, SKI	Kepala Madrasah
2	Drs H. Abdul Kadir	Fikih dan Usul Fikih	
3	Lalu Iranadi	Penjaskes	
4	Abd Rahman S.Ag	Geografi	
5	Dra. Masrurah	Akidah Akhlak	
6	H Syariful Bahri,	Fikih dan Usul Fikih	

---

<sup>53</sup> Dokumen Madrasah Unwanul Falah NWDI Paok Lombok tahun ajaran 2020/2021

	Lc		
7	TGH Ishak Khaeruddin, Lc	Bahasa Arab	
8	Mahmuda S.Ag	Bahasa Arab Peminatan	Waka Kesiswaan
9	Lalu Muh Sirajudin S.Pd	Bahasa Inggris	
10	Isminiwati S.Pd	Sosiologi dan Sejarah Indonesia	
11	Abdul Kadir S.Pd	Fisika	
12	Arrofiki Autada S.E	Ekonomi dan Ekonomi Lintas Minat	
13	Ahyar Rasidi S.Pd	Matematika	
14	Magfurah S. Th.I	Al-Qur'an Hadist	
15	Sibawaih S.Pdi	Sejarah Indonesia dan Sejarah Lintas Minat	
16	Drs Fathul Anam	Akhlak dan Imlak	
17	Saidah S.Pd	Biologi	
18	Abdul Jalis S.Sy	SKI	
19	Rabiatul Adawiyah S.Pd	Bahasa Inggris	
20	Nana Afriana S.Pd	Bahasa Indonesia	
21	Ismun Parijah S.Pd	Sejarah Indonesia dan Sejarah Lintas Minat	Pembina Osim
22	Lalu Zunnun Ali S.Pd	Penjaskes	
23	Farihah S.Pd	Bahasa Indonesia	
24	Roziki S.Pd	TIK dan PKWN	

## 2. MA NW Bagik Payung

Madrasah Aliyah NW Bagik Payung yang bernaung di bawah Pondok Pesantren Al-Ikhlash NW Bagik Payung diresmikan pada tanggal 15 Juli 1991.<sup>54</sup> Madrasah Aliyah NW bagik Payung ini didasari oleh keinginan besar masyarakat dan

---

<sup>54</sup> Dokumen MA NW Bagik Payung tahun pelajaran 2020/2021

pendidikan akan adanya perguruan islam yang ada diwilayah desa Bagik Payung sekaligus dalam rangka ikut berpartisipasi dalam mensukseskan pembangunan nasional di bidang pendidikan.

Madrasah Aliyah NW Bagik Payung berdiri diatas Tana Seluas 4.100 m<sup>2</sup> yang dibeli dari swadaya masyarakat, khususnya keluarga besar Nahdlatul Wathan di wilayah Desa Bagik Payung, yang mana pada saat itu belum terjadi pemekaran. Sehingga kepemilikan Pondok Pesantren tersebut adalah Masyarakat Khususnya warga besar nahdlatul wathan yang ada di desa tersebut. Sejak berdirinya pada tahun 1991 hingga tahun 2022 ini telah meluluskan alumni lebih dari 2.500 Orang.<sup>55</sup>

Madrasah Aliyah NW Bagik Payung dengan status terakreditasi B Nomor: 30/Akr.MA/B/IV/2007, serta pada tahun 2018 kembali terakreditasi oleh BAP (BAN-SM) dan lulus dengan peringkat B sebagaimana tertera dalam sertifikat akreditasi tertanggal 13 Desember 2018. Merupakan salah satu lembaga pendidikan islam tingkat menengah yang terus berupaya meningkatkan mutu pelayanan peserta didiknya. Namun untuk mewujudkan cita-cita tersebut tidaklah semudah membalikkan telapak tangan, akan tetapi membutuhkan kerja keras dari seluruh civitas dan pengelola madrasah, baik Kepala Madrasah, Guru, Karyawan maupun Pegawai Madrasah.

Visi, dan Misi MA NW Bagik Payung.  
VISI: Menyiapkan Generasi Penerus Yang Menghayati dan Mengamalkan Imtaq dan Menguasai Iptek.

Visi tersebut di atas mencerminkan cita-cita madrasah yang berorientasi ke depan dengan memperhatikan potensi kekikinian, sesuai dengan norma dan harapan masyarakat.

MISI: Menentuk Lulusan Yang Islami dan Berkualitas Sehingga Dapat Menjadi Kader Ulama Dan Kader Pembangunan Yang Jujur dan Bertanggung Jawab Duniawi dan Ukhrawi.

Adapun secara operasional tujuan yang akan dicapai oleh MA NW Bagik Payung sebagai bagian dari tujuan pendidikan

---

<sup>55</sup> Dokumen MA NW Bagik Payung tahun pelajaran 2020/2021



nasional adalah meningkatkan kecerdasan, pengetahuan, kepribadian, akhlak mulia, serta keterampilan untuk hidup mandiri dan mengikuti pendidikan lebih lanjut.

Dari tahun ke tahun kurikulum yang digunakan MA NW Bagik Payung yaitu sesuai dengan aturan pemerintah dimana sekarang yang dipakai ialah kurikulum Merdeka.

Data Guru MA NW Bagik Payung

No	Nama Guru	Mata Pelajaran yang diAmpu	Jabatan
1	Makripuddin, S.Ag	Qur'an Hadist	Kepala Madrasah
2	Mansuruddin, S.PdI	Qawaid – Ke NW an	Wakil Kepala Sekolah
3	Fathul Yaqin, S.Pd	Pkwu-Bahasa Inggris	Tata Usaha
4	Suhardi, S.Si	Matematika	Waka Kurikulum
5	Hafizah, S.Ag	Akidah Akhlak – SKI	Waka Sarpras
6	Amir Hamdi, S.Pd	Sejarah Indonesia	Waka Kesiswaan
7	Amrin S.Pd.I	Fiqih – Qur'an Hadist	
8	Pauzuddin S. Ag	Pkwn	
9	Hani Syafiati S.Pd	Geograngi	
10	Siti Latifah S.Pd	Bahasa Indonesia	Kepala Perpustakaan
11	Ahmad Lukman S.Ag	Bahasa Arab	
12	Baiq Suharmini S.Pd	Kimia – Geograafi	Wali Kelas
13	Siti Salamah S.Pd	Ekonomi	
14	Muhibuddin M.Ap	Sosiologi	
15	Muqoddisan S.Pd	Bahasa Inggris	Wali Kelas
16	Zulul Amri S.Pd	Penjaskes	
17	Maraida Yuliarni S.Pd	Seni Budaya	
18	Muzonny Akbar S.Pd.I	SKI – Geografi	
19	Zaipatul Aini S.Pd	Sejarah	Wali Kelas
20	Harmain S.Pd	Sosiologi	Wali Kelas
21	Muhammad Ramli	Penjaskes – Sejarah	

	S.Pd.I		
--	--------	--	--

## **B. Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Santri Baru MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok.**

Kehadiran peneliti dalam sebuah penelitian sangatlah penting untuk mencari informasi dan data terkait tempat yang diteliti, pada penelitian ini peneliti langsung turun kelapangan untuk mewawancarai beberapa Guru di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok. Pada bab ini peneliti akan menjelaskan dan menguraikan data yang peneliti dapatkan di lapangan terkait bagaimana strategi komunikasi yang digunakan MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dalam penerimaan santri baru setiap tahunnya. Untuk mengetahui bagaimana bentuk kegiatan strategi komunikasi yang dilakukan dalam menarik minat siswa.

Pada saat melakukan wawancara kepada Kepala sekolah MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok peneliti menanyakan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan dalam penerimaan santri baru, agar peneliti mengetahui strategi apa saja yang dijalankan. Strategi yang dijalankan oleh MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok lebih fokus ke arah strategi komunikasi Pemasaran sekolah. Berikut adalah kutipan wawancaranya.

“Bentuk pemasaran yang kami lakukan setiap tahunnya melalui sosial media seperti Facebook, Instagram dan Youtube. Selain itu kami bekerja sama dengan beberapa sekolah SMP/MTS yang ada di Kecamatan Suralaga kemudian kami melakukan sosialisasi terkait Madrasah dan menyebarkan brosur-brosur kepada santri maupun guru untuk mereka berikan kepada keluarga, kerabat dan

tetangga dekatnya dirumah dan kami juga melakukan pemasangan Baliho”.<sup>56</sup>

Untuk mencapai hasil yang maksimal dalam penerimaan santri baru perlu adanya strategi yang tepat. Terkait strategi komunikasi yang digunakan di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dalam penerimaan santri baru berdasarkan hasil wawancara dari beberapa narasumber, narasumber memberikan penjelasan terkait strategi yang digunakan oleh Madrasah Aliyah Unwanul Falah Paok Lombok.

Dalam menjalankan strategi penerimaan santri baru MA Unwanul NWDI Paok Lombok untuk menarik simpati masyarakat agar memasukkan anaknya ke Madrasah Paok Lombok dengan mempersiapkan output yang dihasilkan seperti prestasi-prestasi yang telah diraih oleh santri karena itu bisa menjadi sorotan yang akan dilihat oleh masyarakat. Seperti dalam wawancara dengan pak Sibawaih Waka Kurikulum MA Unwaul Paok Lombok dia mengatakan.

“sebelum melakukan penerimaan santri baru kami sudah mempersiapkan sesuatu yang akan kami promosikan terkait Madrasah kami tentunya seperti prestasi yang telah diraih santri kami seperti Juara-juara dalam Lomba Tahfidz sampai tingkat nasional maupun internasional, lomba dalam mengikuti kegiatan ekstrakurikuler pramuka maupun lomba dalam bidang olimpiade Biologi, Kimia bahkan santri kami pernah menjuarai olimpiade sains tingkat nasional dan mendapatkan Medali Perunggu”.

Di dalam wawancara dengan Kepala Sekolah MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dalam pelaksanaan dibidang layanan pendidikan beliau mengatakan.

“ada sebuah jaminan lulus dari MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok insyaallah menjadi Hafiz Qur’an, diterima di Universitas-universitas terbaik di seluruh Indonesia dan bisa melanjutkan pendidikan ke Al-Azhar mesir”.

---

<sup>56</sup> Tohir S.Hum, Kepala Sekolah MA UF NWDI Paok Lombok, *Wawancara*, Paok Lombok, 25,12,2022

Adanya Jaminan Output dari layanan pendidikan di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok merupakan sebuah terobosan marketing yang sangat baik dan ini bukan hanya sekedar janji dan jaminan kosong namun benar-benar terwujud sehingga membuat konsumen semakin percaya terhadap MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok.

Di Unwanul Falah tidak terlalu mahal bayaran SPP/bulannya yang dibayar oleh santri jika bersekolah di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok. Pada umumnya MA Unwanul Falah telah menetapkan bayaran SPP bulanan dan Uang bangunan. Upaya yang dilakukan MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok untuk menarik minat ialah dengan memberikan Uang SPP gratis pada santri yang berprestasi dalam segala bidang dan memberikan baju gratis bagi santri baru. Itulah sebuah taktik pemasaran yang dilakukan agar konsumen tertarik. Lebih lanjut terkait pembayaran Madrasah, peneliti mewawancarai ismun parijah selaku guru dia mengungkapkan.

“untuk masuk di MA Unwanul Falah Paok Lombok pendaftarannya Gratis dan akan diberikan baju sekolah gratis, terkadang setiap tahun itu kami memberikan baju gratis yang berbeda-beda terkadang memeberikan setelan baju sekolah dan baju olahraga sesuai dengan anggaran dana Penerimaan santri baru tahun itu”.<sup>57</sup>

Terkait uang SPP dan bangunan saya mewawancarai pak Abdurrahman selaku Bendahara di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dia mengatakan

“Setiap bulannya santri akan membayar uang spp sekitar 50.000 dan untuk uang pembangunan santri membayar 500.000”.<sup>58</sup>

MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok memberikan kelonggaran terkait biaya pendidikan bagi santri dan santriwati

---

<sup>57</sup> Ismun Parijah S.Pd, Pembina Osim MA UF NWDI Paok Lombok, *Wawancara*, Paok Lombok, 07,12,2022

<sup>58</sup> Abdurrahman, Bendahara MA UF NWDI Paok Lombok, *Wawancara*, Paok Lombok, 10,12,2022

yang Yatim piatu, dimana baiaya pendidikan selama sekolah di Gratiskan.

Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri bagi MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok. Kondisi lembaga MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok adalah sebuah lembaga dengan letak geografis yang sangat ideal sangat mudah dijangkau baik dengan kendaraan pribadi maupun umum, ramah sebuah komplek pendidikan diamana dari jenjang TK, MI, MTS, MA dan SMK, kondisi aman, nyaman serta menyenangkan.

Terkait strategi komunikasi prmosi yang digunakan di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dalam penerimaan santri baru berdasarkan hasil wawancara dari beberapa informan, sebagaimana yang disampaikan oleh pembina OSIM, Ismun Parijah mengatakan:

“Strategi promosi yang digunakan dalam penerimaan santri baru disini yaitu pengenalan sekolah dari masjid ke masjid dimana ini dilakukan oleh bapak guru yang bertugas menjadi khatib, untuk guru-guru yang lain ditugaskan sosialisasi ke sekolah-sekolah dan uniknya respon sekolah yang didatangi setiap kali sosialisasi itu sangat baik. Selanjutnya strategi yang digunakan ialah dengan memasang baliho atau sepanduk di tempat-tempat yang strategis. Orang-orang juga sudah mengetahui bahwa MA Unwanul Falah Pondok yang sudah lama berdiri. jadi, masyarakat atau para orang tua tidak ragu untuk memasukkan anaknya.”<sup>59</sup>

Peneliti juga mewawancarai informant yang lain untuk menguatkan data penelitian perihal strategi komunikasi dalam penerimaan santri baru. informan ini bernama Muhammad Faizin selaku guru di MA Unwnul Falah NWDI Paok Lombok dia mengatakan:

“Stategi yang pertama kali dilakukan dalam penerimaan santri baru yaitu sosiaalisasi terhadap sekolah yang menjadi

---

<sup>59</sup> Ismun Parijah S.Pd, Pembina Osim MA UF NWDI Paok Lombok, *Wawancara*, Paok Lombok, 07,12,2022

target pasar, kemudian yang kedua memasang pamflet atau baliho pada titik-titik yang strategis yang bisa dilihat oleh semua lini, yang ketiga promosi di sosial media baik itu media akun disekolah dan juga semua akun bapak ibuk guru, dimana segala informasi terkait penerimaan santri baru akan di share oleh bapak ibuk guru. Selain dari ini kami juga melakukan promosi dengan cara door to door kepada kerabat, tetangga dekat dan keluarga”.<sup>60</sup>

Setelah melakukan wawancara kepada beberapa informan peneliti menacari informasi lagi untuk membandingkan dan menemukan refrensi data dari sumber yang lain. Informan ini bernama Sibawaih selaku Waka Kesiswaan. Dia juga memberikan penjelasan bahwa strategi promosi yang digunakan dalam penerimaan santri baru setiap tahunnya ternyata berubah-ubah, dalam wawancara mengatakan;

“Strategi promosi dalam penerimaan santri baru dari tahun ke tahun selalu berubah-ubah sesuai dengan pemenuhan target yang ingin dicapai oleh MA Unwanul NWDI Paok Lombok. Pertama adalah melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah yang ada di kecamatan suralaga maupun di luar kecamatan. Karena di Unwanul Falah tidak hanya menerima santri yang regular (tidak asrama) tapi juga menerima santri yang di asramakan. Dengan membawakan berosur-brosur penerimaan santri baru dan memaparkan profil dari MA Unwanul Falah terkait program dan juga fasilitas Asrama yang cukup memadai”.<sup>61</sup>

Informan juga memberikaan keterangan bahwa di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok lebih banyak santri yang peminatnya masuk Asrama dibandingkan yang tidak Asrama. Lebih lanjut dikatakan oleh ketua panitia penerimaan santri baru yaitu ustadz Mas’ud dalam hal ini mengatakan:

---

<sup>60</sup> Faizin S.Sos, Pembina Pramuka MA UF NWDI Paok Lombok, Wawancara, Paok Lombok, 07 Desember 2022

<sup>61</sup> Syibawaih S.Pd, Waka Kesiswaan MA UF NWDI Paok Lombok, Wawancara, Paok Lombok, 08 Desember 2022

“Di zaman sekarang para orang tua selalu melihat sekolah yang memiliki Asrama karena anak-anak yang terdidik di Asrama itu akhlaknya bagus, awalnya bisa saja jelek kemudian setelah di Asramakan anaknya bisa berubah menjadi lebih baik lagi. Makanya banyak wali santri sebelum dibuka pendaftaran sudah didaftar anaknya duluan”.<sup>62</sup>

Salah satu yang menjadi khas daya tarik untuk masuk MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok ialah karena adanya Asrama Tahfidz, dengan adanya program tahfidz ini menjadi strategi unggulan untuk menarik hati para wali santri, tentunya dengan adanya ini para wali santri berbong-bondong memasukkan anaknya.

Strategi komunikasi sangatlah penting bagi MA Unwanul Falah untuk menunjang berhasilnya kegiatan penerimaan santri baru setiap tahunnya. Dalam menjalankan strategi komunikasi tidaklah mudah, pasti terdapat berbagai hambatan yang terjadi yang dapat memberikan pengaruh terhadap banyaknya santri baru yang masuk.<sup>63</sup>

Dalam hal ini sesuai dengan hasil penelitian di lapangan yang dilakukan peneliti maka ada beberapa faktor penghambat yaitu:

a. Banyaknya Madrasah Aliyah di Kecamatan Suralaga

Yang menjadi hambatan di MA Unwanul Faah NWDI Paok Lombok pada setiap penerimaan santri baru ialah banyaknya Madrasah Aliyah di kecamatan Suralaga sehingga persaingan ketat dalam mendapatkan santri baru sangatlah banyak.<sup>64</sup> Persaingan yang banyak sehingga perlunya strategi yang khusus dalam menarik minat santri yang masuk.

b. Kurangnya keterbukaan dalam penerimaan sosialisasi

---

<sup>62</sup> Mas'ud S.Pd, Guru MA UF NWDI Paok Lombok, *Wawancara*, Paok Lombok, 07 Desember 2022

<sup>63</sup> Muh. Tohir M.Hum, Kepala Sekolah MA UF NWDI Paok Lombok, *Wawancara*, Paok Lombok, 13 Desember 2022

<sup>64</sup> Edy Mujtahidul Islami S.H, Guru MA UF NWDI Paok Lombok, *Wawancara*, Paok Lombok, 14 Desember 2022

Dalam kegiatan sosialisasi ada beberapa sekolah yang menerima dan tidak menerima kedatangan pada saat hendak sosialisasi. Hal itu dikarenakan beberapa yayasan yang dikunjungi juga memiliki tingkatan Madrasah Aliyah. Sehingga menyulitkan untuk mengadakan sosialisasi.<sup>65</sup>

Ketika sebuah lembaga pendidikan mengalami hambatan dalam strategi komunikasi, hal tersebut bisa menghambat lembaga pendidikan untuk mencapai target pasar. Dengan adanya hambatan tersebut lembaga pendidikan pasti memiliki solusi sebagai faktor pendukung agar strategi yang dijalankan tetap berjalan dengan baik dan santri yang masuk setiap tahunnya tetap meningkat. Dimana yang menjadi faktor pendukung pada MA Unwanul Falah ialah:

a. Asrama Tahfidz.

Dengan adanya asrama tahfidz sebagai tempat tinggal santri selama menempuh studinya serta sebagai tempat untuk membangun karakter santri seperti etika, kedisiplinan, kejujuran, tanggung jawab dan di didik menjadi santri penghafal Al-Qur'an sehingga inilah yang menjadi faktor pendukung untuk menarik para wali santri memasukkan anaknya ke pondok pesantren Unwanul Falah NWDI Paok Lombok.<sup>66</sup>

b. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok sudah mulai ada kemajuan yang terus menerus untuk menampilkan perubahan yang lebih baik lagi dan para panitia penerimaan peserta didik baru lenih leluasa dan focus dalam melayani santri baru, karena setiap calon santri baru yang mendaftar disediakan berbagaisarana dan prasarana yang memadai dan pelayanan dengan baik. Sarana prasarana yang disediakan oleh panitia penerimaan santri baru yakni berbagai sarana dan prasarana ruangan untuk pendaftaran,

---

<sup>65</sup> Faizin S.Sos, Guru MA UF NWDI Paok Lombok, *Wawancara*, Paok Lombok, 14 Desember 2022

<sup>66</sup> Sibawaih S.Pdi, Waka Kesiswaan MA UF NWDI Paok Lombok, Paok Lombok, 15 Desember 2022



ruangan tempat antrian dan informasi dan ruangan untuk seleksi serta ruangan yang mendukung proses pelaksana penerimaan santri baru.<sup>67</sup>

c. Kegiatan Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan ke berbagai MTS/SMP yang ada di kecamatan suralaga maupun di luar kecamatan seperti di MAN 2 Lombok Timur yang berada di kecamatan wanasaba. Hal tersebut sangatlah penting untuk mempeknalkan MA Unwanul Falah sekolah-sekolah.

**C. Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Satri Baru Pada MA NW Bagik Payung.**

MA NW Bagik Payung Merupakan salah satu lembaga pendidikan islam tingkat menengah yang berakreditasi B yang berada di desa Bagik Payung dan terus berupaya meningkatkan mutu pelayanan peserta didiknya. Namun untuk mewujudkan cita-cita tersebut tidaklah semudah membalikkan telapak tangan, akan tetapi membutuhkan kerja keras dari seluruh civitas dan pengelola madrasah, baik Kepala Madrasah, Guru, Karyawan maupun Pegawai Madrasah. Dalam mendapatkan santri baru tentunya berbagai cara dilakukan untuk mencapai target setiap tahunnya sehingga strategi komunikasi yang dijalankan harus maksimal.

Sebelum mulai penerimaan santri baru disetiap tahun pelajaran para guru di MA NW Bagik Payung melakukan rapat pemebentukan panitia, disanalah akan dibahas mengenai strategi yang harus lakukan dalam mempromosikan sekolah. Seperti yang di katakan oleh Makripuddin ketika wawancara:

“kita membahas bagaimana strategi yang akan kita gunakan serta apa saja langkah-langkah yang perlu kita lakukan dalam rangka menyongsong penerimaan peserta didik baru. Strategi yang digunakan pertama dengan mempromosikan kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler seperti pramuka, seni,

---

<sup>67</sup> Muh Tohir M.Hum, Kepala Sekolah MA UF NWDI Paok Lombok, Paok Lombok, 15 Desember 2022

olahraga, prakarya. Kedua memeberikan reward atau hadiah bagi santri yang masuk ke Madrasah kita diantaranya adalah bagi santri yang disekolahnya atau semasa SMP/MTS mendapat peringkat satu dikelasnya, langsung pas begitu masuk di madrasah kita maka akan digratiskan tiga bulan uang SPP”.<sup>68</sup>

Seiring perkembangan zaman persaingan antara Madrasah/Sekolah negeri dan swasta semakin ketat. Semua sekolah menjadi semakin gencar dalam upaya melakukan kegiatan promosi untuk berkompetisi menarik simpati calon santri baru. Begitu juga dengan MA NW Bagik Payung yang sekitarnya banyak Madrasah Aliyah sederajat sehingga harus lebih maksimal lagi dalam melaksanakan strategi yang telah dijalankan.

Persaingan lembaga pendidikan yang semakin tak terelakkan lagi membuat lembaga pendidikan harus lebih inovatif dalam pengolahannya supaya dapat bersaing dengan kompeptitor yang mengelilinginya, diantaranya dengan melaksanakan strategi komunikasi yang baik untuk mewujudkan lembaga yang unggul dan di minati pelanggannya.

Melalui hasil wawancara dengan beberapa Guru di MA NW Bagik Payung dapat diketahui bagaimana strategi komunikasi dijalankan. Sesuai dengan hasil wawancara dengan Hakim salah seorang guru dalam wawancara dia mengatakan.

“yang akan kami pasarkan dalam menarik peminat MA NW Bagik Payung tentunya dengan mempersiapkan produk yang dihasilkan seperti di bidang Pramuka karena santri-santri kami selalu juara dalam kegiatan Pramuka, kemudian Tahfidz dan Bazar tahunan”.<sup>69</sup>

Beberapa cara yang biasa digunakan dalam menarik minat santri yaitu dengan memberikan Gratis SPP bagi santri baru yang berprestasi selama 3 bulan. Masuk di MA NW Bagik Payung

---

<sup>68</sup> Makripuddin S.Pd, Guru MA NW Bagik Payung, *Wawancara*, Bagik Payung, 10 Desember 2022

<sup>69</sup> Hakim S.Pd, Guru MA NW Bagik Payung, *Wawancara*, Bagik Payung, 3 Januari 2023

sangatlah mudah karena tidak perlu mengeluarkan banyak uang intinya rajin belajar. Sesuai hasil wawancara dengan Fathul Yaqin salah seorang guru dia mengatakan.

“Sekolah di MA NW Bagik Payung tidaklah mahal seperti sekolah-sekolah negeri pada umumnya, disini santri hanya membayar uang SPP 60 Ribu/Bulan dan uang pembangunan 200/Tahun”.

Dengan pematokan harga yang tidak terlalu mahal sehingga bisa menjadi daya tarik untuk masuk ke MA NW Bagik Payung. Kondisi lembaga MA NW Bagik Payung adalah sebuah lembaga dengan letak geografis yang sangat ideal sangat mudah dijangkau baik dengan kendaraan pribadi maupun umum, ramah sebuah kompleks pendidikan dan sangat sederhana. Strategi komunikasi yang dilakukan MA NW Bagik Payung dalam penerimaan santri baru dengan promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan MA NW Bagik Payung yaitu dengan cara mengadakan *event* atau pertunjukan setiap tahunnya. Dalam pertunjukan itu, MA NW Bagik Payung selalu menampilkan hal baru dari ekstrakurikuler yang ada. Pertunjukan yang ditonton oleh khalayak ramai merupakan tujuan untuk melakukan promosi agar calon peserta didik baru memilih MA NW Bagik Payung sebagai tempat belajar ke jenjang lebih lanjut. Disamping itu Madrasah juga aktif melakukan promosi dengan menggunakan platform media sosial guna menguatkan promosi madrasah dimana yang mengelola media ini adalah PURNA (para alumni MA NW Bagik Payung).

Dalam rangka penguatan data lapangan. Peneliti melakukan wawancara kepada beberap informan atau narasumber terkait yang dapat memberikan data valid kepada peneliti. Seperti wawancara peneliti kepada salah seorang guru di MA NW Bagik Payung, dijelaskan oleh bapak Amir Hamdi saat wawancara mengatakan:

“Dalam penerimaan santri baru kami memeberitahu santri-santri untuk mengkomunikasikan bagaimana situasi dan kondisi Madrasah kita disini kepada adek-adek mereka dirumah beserta keluarga, sehingga peserta didik yang baru

masuk itu tertarik masuk ke Madrasah kita ini dengan cara yang baik dan memberikan motivasi-motivasi pula. Meningkatkan daya tarik tentu dengan melengkapi fasilitas-fasilitas dan mengikut sertakan santri-santri kita dalam segala hal baik itu Lomba atau pertandingan. Sehingga dengan cara seperti itu kami percaya dengan tampilnya mereka diluar akan banyak orang yang melirik Madrasah kami”.

Dalam menggali informasi peneliti juga mewawancarai Pembina OSIM di MA NW Bagik Payung yaitu bapak Fathul Yaqin Ternyata untuk mendapatkan santri baru, madrasah harus memiliki daya jual yang menarik yang akan digunakan untuk mendorong calon santri baru agar masuk ke madrasah MA NW Bagik Payung tentunya dengan strategi yang berbeda dari beberapa strategi yang telah di jelaskan oleh beberapa informan sebelumnya dalam penjelasannya dia mengatakan:

“Biasanya yang kita lihat di sekolah lain yang unggul itu pasti ekstrakurikuler Pramuka tapi kalau di MA NW Bagik Payung sudah kita sepakati bersama kepala sekolah supaya ada yang kita jual di luaran sana untuk mendongkrak banyak santri dengan memakai strategi dan teknik membuat ekstrakurikuler itu beda dari yang lain”.

Setiap tahunnya MA NW Bagik Payung melakukan bazar pameran seni dengan menampilkan hasil dari karya-karya santri, dari hasil bazar itu banyak media yang menyorot MA NW Bagik Payung seperti selaparang TV, NW Online dan Koran Post. Dengan adanya pameran Madrasah terus mengalami kemajuan dan jumlah santri baru yang masuk selalu bertambah.

Dalam menjalankan strategi komunikasi tentunya ada faktor penghambat dan pendukung. Sesuai dengan temuan lapangan yang menjadi faktor penghambat strategi komunikasi dalam penerimaan santri baaru di MA NW Bagik Payung yaitu:

a. Kurang Memanfaatkan Sosial Media Sebagai Alat Untuk Promosi

Penggunaan media sosial di sekolah seabagai cara untuk meraih perhatian siswa dan orang tua adalah sebuah

keniscayaan di zaman sekarang. Sebenarnya di MA NW Bagik Payung sudah melakukan promosi melalui sosial media namun masih kurang maksimal, sesuai dengan hasil wawancara yang saya dapatkan dengan kepala sekolah beliau mengatakan:

“Kami disini tentunya dalam melakukan promosi sudah mengikuti perkembangan zaman dimana kita menggunakan sosial media seperti FB dan WA untuk mengeshare informasi-informasi terkait sekolah, akan tetapi kami masih belum menggunakan Instagra dan website dan lain-lain. Kedepannya kami akan mengusahakan untuk lebih aktif lagi dalam menggunakan sisal media”.<sup>70</sup>

b. Persaingan Antar Madrasah di Sekitar Lingkup Desa Bagik Payung

Keterangan wawancara dengan kepala sekolah didukung dengan hasil wawancara bersama wakil kepala sekolah MA NW Bagik Payung sebagaimana hasil wawancara berikut ini:

“Menurut saya faktor penghambat strategi komunikasi dalam penerimaan santri baru adalah banyaknya madrasah-madrasah di lingkungan sekitar yang setingkat dan juga minimnya anggaran promosi, untuk memperbaiki fasilitas madrasah yang terbatas, minat calon santri yang beragam dan saingan madrasah setingkat dilingkungan sekitar”<sup>71</sup>.

c. Akses Jalan

Akses jalan merupakan infrastruktur penunjang suatu lembaga penndidikan. Terganggunya akses jalan memberikan dampak pada kenyamanan sanntri dalam bepergian ke sekolah. Menurut hasil penelitian peneliti ketika mewawancarai seorang Kepala Madrasah, beliau menyebutkan rusaknya akses jalan menjadi penghambat bagi kelancaran aktivitas di Madrasah. Dalam wawancaranya beliau mengatakan:

“Akses jalan ini menjadi salah satu persoalan bagi kami, karna ketika musim hujan anak-anak kami harus membuka

---

<sup>70</sup> Makripuddin M.Pd, Kepala MA NW Bagik Payung, *Wawancara*, Dasan Reban, 16 Desember 2022

<sup>71</sup> Hafizah S.Ag, Waka Sarana dan Prasarana MA NW Bagik Payung, *Wawancara*, Dasan Reban, 16 Desember 2022

sepatu dan mengalami ketidaknyamanan dalam bepergian ke Madrasah. Mungkin ini juga yang menjadi penghambat minat masyarakat memilih Madrasah kami. Tetapi semoga kedepannya pihak-pihak terkait dapat membantu menyelesaikan persoalan ini”.<sup>72</sup>

Kemudian terkait faktor pendukung di MA NW Bagik Payung diantaranya:

a. Ekstrakurikuler

Ekstrakurikuler menjadi wadah untuk mengembangkana minat dan bakat santri serta untuk menambah pengalaman, dengan berbagai banyak ekstrakurikuler yang ada di MA NW Bagik Payung merupakan daya tarik santri baru untuk menjadi santri di MA NW Bagiq Payung. Beragam ekstrakurikuler tentunya menjadi instrumen penting untuk menambah wawasan dan kreativitas santri. Dalam wawancara dengan Pembina OSIM MA NW Bagik Payung beliau mengatakan.

“Disini kami menjalankan berbagai Ekskul diantaranya pramuka, olahraga, seni musik dan keterampilan tangan, untuk ekskul ini sudah kita jalankan dari beberapa tahun yang lalu dan Alhamdulillah untuk minat alumni-alumni MTS/SMP yang mau masuk ke MA NW Bagik Payung sangat antusias sekali”<sup>73</sup>

b. Giat pembangunan sarana dan prasarana

Sarana dan prasana menjadi penunjang dalam kegiatan belajar mengajar. Ketika sarana dan prasarana dalam suatu lembaga pendidikan memadai maka aktivitas belajar mengajar akan terkendali aman. Sebaliknya, jika sarana dan prasarana kurang memadai maka hal itu akan menyebabkan ketidakefektifan dalam proses belajar mengajar.

Ketika peneliti turun ke lapangan, peneliti melakukan wawancara terhadap seorang Guru yaitu Hafizah S.Ag selaku

---

<sup>72</sup> Amir Hamdi, S.Pd, Waka Kurikulum MA NW Bagik Payung, *Wawancara*, 17 Desember 2022

<sup>73</sup> Fathul Yaqin S.Pd, Pembina OSIM MA NW Bagik Payung, *Wawancara*, 17 Desember 2022

Waka Sarana dan Prasarana, Hal itu disampaikan bahwa giat Madrasah dalam membangun juga merupakan perhatian masyarakat dan calon santri baru. Bahwa perbaikan dan pembangunan sarana dan prasarana juga menjadi faktor pendukung dalam menumbuhkan minat sekolah di MA NW Bagik Payung.

c. Mengadakan Berbagai Perlombaan dan Pertandingan

Adanya strategi dalam menarik minat masyarakat untuk mengenal sekolah tersebut melalui berbagai kegiatan perlombaan atau pertandingan yang diselenggarakan di sekolah.

Saat wawancara dengan pak Amir Hamdi S.Pd beliau menjelaskan bahwa setiap bulan kadang setiap tahun kami mengadakan kegiatan dengan berbagai perlombaan kemudian mengundang sekolah-sekolah tingkat MTS/SMP se-Kecamatan Suralaga.<sup>74</sup>

Perpustakaan UIN Mataram

---

<sup>74</sup> Amir Hamdi, S.Pd, Waka Kurikulum MA NW Bagik Payung, *Wawancara*, 18 Desember 2022

## BAB III

### PEMBAHASAN

#### A. Analisis Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Santri Baru MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok.

Strategi komunikasi dalam penerimaan santri dapat diartikan juga strategi pemasaran sebuah institusi pendidikan untuk memperoleh siswa/siswa atau santri/santriwati. Dengan banyaknya persaingan, maka setiap lembaga pendidikan haruslah mempunyai strategi lebih untuk bisa mengambil simpati calon peserta didik.

Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain guna memberitahukan atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara verbal maupun nonverbal.<sup>75</sup>

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata baik itu secara lisan maupun tulisan. Komunikasi verbal paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia untuk mengungkapkan prasaan, emosi, pemikiran, gagasan fakta, data, dan informasi serta menjelaskan, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat dan bertengkar.<sup>76</sup>

Komunikasi non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Pesan-pesan non verbal sangat berpengaruh terhadap komunikasi. Pesan atau simbol-simbol non verbal sangat sulit untuk di tafsirkan dari pada simbol verbal.<sup>77</sup>

Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dalam melaksanakan penerimaan santri baru menggunakan strategi komunikasi verbal. Hal itu sesuai dengan temuan di lapangan terkait upaya-upaya yang dilakukan madrasah

---

<sup>75</sup> Onong Uchjana Efendi , *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : TP Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 5.

<sup>76</sup> Putu Yuli Kurniati, *Modul Komunikasi Verbaal Dan Non Verbal*, (program studi kesehatan masyarakat fakultas kedokteran, universitas udayana: 2016), hlm. 7.

<sup>77</sup> Putu Yuli Kurniati, *Modul Komunikasi Verbal....*,hlm. 12.



dalam melakukan promosi madrasah. Seperti halnya yang dilakukan MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dalam melakukan komunikasi dengan memanfaatkan penyebaran informasi melalui media sosial dan sosialisasi.

Teknik strategi komunikasi persuasif merupakan mempengaruhi menggunakan jalan membujuk. Pada hal ini khalayak diduga baik pikirannya, juga serta terutama prasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi simpel terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan buat mensugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (sugestivitas), serta mereka itu sendiri diliputi sang keadaan mudah buat mendapatkan efek (sugestivilitas). Komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku.

Teknik strategi komunikasi yang digunakan pada MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok yaitu menggunakan pendekatan persuasif. Dengan pendekatan persuasif ini. Dikatakan menggunakan teknik pendekatan persuasif karena strategi komunikasi yang digunakan berupaya untuk membujuk hingga merubah perasaan calon santri baru untuk mengikuti ajakan tersebut. Upaya-upaya itulah yang dilakukan berdasarkan temuan lapangan berupa ajakan atau rayuan untuk menjadi santri baru di tempat peneliti melakukan penelitian.

Promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi juga merupakan penjualan yang memiliki unsur penting dalam kegiatan strategi promosi. Promosi merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang rasa ingin tahu dari para konsumen, dengan cara meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk. Di MA Unwanul falah sendiri menggunakan strategi promosi yang beragam yaitu:

a) Sosialisasi

Sosialisai merupakan proses belajar mengajar atau penanaman nilai, kebiasaan dan aturan dalam bertingkah laku di masyarakat dari satu generasi ke generasi lainnya sesuai dengan peran dan setatus sosial masing-masing didalam

kelompok masyarakat.<sup>78</sup> Sosialisasi dalam arti sempit adalah proses pembelajaran yang dilakukan individu dalam mengenal lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun sosial. Sedangkan sosialisasi dalam arti luas adalah suatu proses intraksi dan pembelajaran yang dilakukan seseorang sejak ia lahir hingga akhir hayatnya didalam suatu budaya masyarakat.<sup>79</sup>

Menurut Onong Effendy dalam bukunya yang berjudul dimensi-dimensi komunikasi juga mengatakan bahwa strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai satu tujuan. Strategi komunikasi terdiri dari 2 aspek yaitu secara mikro dan makro kedua aspek tersebut mempunyai fungsi yang ganda di antaranya:

- 1) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- 2) Menjembatani Cultural Gap alibat kemudahan di peroleh dan di operasionalkan media massa yang begitu ampuh, yang jika kita biarkan akan merusak nilai-nilai budaya.<sup>80</sup>

Dalam hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Onong Effendy tersebut, MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok juga menyebarkan informasi melalui sosialisasi, dimana pengenalan madrasah dengan menggunakan sarana ibadah yaitu masjid. Dalam tahap ini dewan guru yang merupakan tokoh agama di dusun masing-masing diharapkan aktif menyuarakan promosi pondok pesantren melalui pengajian yang dijalaninya atau melalui khutbah pada hari jum'at. Dengan strategi komunikasi tersebut dapat dimasukkan doktrin untuk memasukkan anak ke pondok

---

<sup>78</sup> Fathul Aziz, "Strategi Komunikasi Dalam Hal. 63

<sup>79</sup> Komanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi Edisi Revisi*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Universitas Indonesi, 2004), Hlm. 21

<sup>80</sup> Fathul Aziz, "Strategi Komunikasi Uin Mataram Dalam Sosialisasi Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2018", (*Skripsi*, FDIK UIN MATARAM, Mataram, 2020), Hal. 64

pesantren Unwanul Falah. Tidak hanya itu, guru-guru yang lain juga diberikan tugas untuk aktif mendatangi sekolah-sekolah setingkat SMP/MTS untuk melakukan sosialisasi.

b) Media Cetak dan Sosial Media

Strategi *Yang Kedua* ialah menggunakan Media Cetak dan Sosial Media, Tidak cukup dengan melalui sarana ibadah, MA Unwanul Falah juga melakukan promosi dengan menggunakan media cetak seperti baliho dan spanduk yang di letakkan di jalan-jalan strategis yang sering dilalui oleh masyarakat.

Tidak hanya media cetak, MA Unwanul Falah juga menggunakan strategi promosi media sosial seperti FB @MA Unwanul Falah, WA, Chanel Youtube @UnwanulfalahOfficial dan Instragram.



Dimana para guru diharuskan aktif menyebarkan informasi melalui akun media sosial masing-masing dan diwajibkan mengganti foto profil akun sosial medianya menggunakan pamflet penerimaan santri baru tahun itu.



Strategi komunikasi lainnya yang digunakan oleh MA Unwanul Falah adalah strategi dor to dor mendatangi rumah masyarakat untuk melakukan komunikasi lebih dalam dengan melakukan penyebaran brosur.

Dengan strategi diatas MA Unwanul Falah selalu mendapat tempat dihati para orang tua untuk memasukkan anak ke Pondok pesantren Unwanul Falah. Karena zaman ini memang cenderung apabila dibandingkan dengan sekolah yang tidak menawarkan sistem pondok di asrama, pondok pesantren tentu masih menjadi pilihan utama. Hal itu dikarekan degradasi moral yang diakibatkan oleh perkembangan zaman melalui tekhnologi yang serba canggih, sehingga pilihan orang tua adalah dengan memondokkan anaknya ke pondok pesantren terbaik.

Dari teori strategi komunikasi yang dirumuskan oleh Harold D. Lasweel dengan komponen pertanyaan “Who Says, What in Wich Channel To Whom With What Effect ?” (Siapa mengatakan apa dengan cara apa kepada siapa dengan efek bagaimana ) pertanyaan seperti itu sangat penting dalam strategi komunikasi, karena pendekatan terhadap efek yang di inginkan dari kegiatan komunikasi bisa berbeda yaitu menyebarkan informasi, melakukan persuasi, melaksanakan intruksi.

Sesuai dengan paparan data dan pembahasan mengenai strategi komunikasi melauai sosialisasi, media cetak dan sosial media yang digunakan MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok sehingga dikaitkan dengan teori yang dikemukakan oleh Harold D. Lasweel, MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok juga menggunakan strategi yang sama karena ada informasi atau pesan yang disampaikan melalui sosialisasi

dan media, sehingga bisa tetap dilihat seberapa baik pesan-pesan yang akan di sampaikan, kepada siapa yang dituju dan apakah pesan yang disampaikan bisa di pahami dengan baik sesuai yang diharapkan. Jadi dari paparan data dan teori sesuai dengan yang terjadi.

**B. Analisis Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Santri Baru MA NW Bagik Payung.**

Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa beda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.<sup>81</sup>

Hal serupa tentu juga dilakukan oleh MA NW Bagik Payung. Persaingan antar lembaga pendidikan akan terus berjalan, sehingga setiap lembaga harus mempunyai strategi komunikasi yang jitu guna memperoleh santri/santriwati yang cukup pada setiap ajaran baru. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh MA NW Bagik Payung sendiri menggunakan strategi promosi ekstrakurikuler yang ada di madrasah guna mengambil simpati para peserta didik baru. Artinya, kegiatan madrasah juga menjadi tolak ukur minat calon peserta didik baru dalam memilih sekolah yang ditawarkan oleh banyak orang. Ekstrakurikuler yang paling menarik di MA NW Bagik Payung adalah Pramuka karena MA NW Bagik Payung tidak pernah ketinggalan serta selalu membawa nama baik untuk Madrasah.

**Kegiatan Pramuka**



<sup>81</sup> Skripsi Arjun Pras  
Meningkatkan Jumlah Peserta Di  
Adab Dan Dakwah IAIN Bengkul

cap Dalam  
Ushuluddin

Selain itu, MA NW Bagik Payung juga dalam strategi promosinya melakukan pemberian reward berupa gratis SPP selama tiga bulan bagi calon peserta didik baru yang berprestasi. Dengan cara itu maka secara tidak langsung MA NW Bagik Payung juga bisa menghimpun anak-anak berprestasi dari berbagai madrasah atau sekolah sebelumnya.

Strategi komunikasi lainnya yang digunakan oleh MA NW Bagik Payung adalah dengan mengarahkan siswa-siswa yang ada untuk aktif mempromosikan madrasah dengan memberikan motivasi dan memberikan informasi terkait keadaan madrasah kepada calon peserta didik baru. Dengan begitu maka akan doktrinisasi juga dapat dilakukan oleh para siswa-siswi yang lain. Selain para siswa siswi yang aktif MA NW Bagik Payung juga menggunakan para alumni untuk ikut serta dalam penyebaran informasi, semakin meluasnya informasi juga sering terjadi dengan dialog dan komunikasi langsung dengan para alumni, banyaknya penyebaran alumni di setiap desa membuat jangkauan informasi semakin luas.

Hal ini sesuai dengan definisi promosi menurut Stanton yaitu sebagai upaya untuk untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan untuk menarik calon konsumen supaya membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan.<sup>82</sup>

Kemudian melalui kegiatan lain, MA NW Bagik Payung juga melakukan sosialisasi dengan mengadakan pameran seni dengan menampilkan karya-karya santri. Strategi semacam ini justru akan memancing media untuk meliputi kegiatan

---

<sup>82</sup> Kusrini, "Strategi Komunikasi Word Of Mouth Sebagai Upaya Promosi", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 Nomor 1, Juni 2021, hlm. 2.

tersebut dan secara langsung hal itu merupakan strategi promosi untuk mengambil hati para calon peserta didik.

Jika hal ini massif dilakukan maka bisa jadi strategi ini akan memberikan dampak pada madrasah dalam hal penerimaan calon peserta didik baru, karena diketahui bahwa anak-anak zaman sekarang sudah sangat massif menggunakan teknologi informasi seperti sosial media sebagai media informasi. Semua yang dilakukan tersebut sebagai strategi komunikasi untuk meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap MA NW Bagik Payung.

### Kegiatan Bazar Tahunan



Disamping itu Madrasah juga aktif melakukan promosi dengan menggunakan platform media sosial guna menguatkan promosi madrasah dimana yang mengelola media ini adalah PURNA (para alumni MA NW Bagik Payung).

### Facebook



Berdasarkan teori strategi komunikasi Harold D. Lasweel dan teori komunikasi pemasaran kotler dan keller dapat kita kaitkan strategi komunikasi yang digunakan MA NW Bagik Payung dalam penerimaan santri baru sesuai dengan teori yang dijalankan.

### **C. Perbandingan Strategi Komunikasi dalam Penerimaan Santri Baru antara MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dengan MA NW Bagik Payung**

Perbandingan merupakan suatu metode pengkajian atau penyelidikan dengan mengadakan perbandingan di antara dua objek kajian atau lebih untuk menambah dan memperdalam pengetahuan tentang objek yang dikaji. Jadi di dalam perbandingan ini terdapat objek yang hendak diperbandingkan yang sudah diketahui sebelumnya, akan tetapi pengetahuan ini belum tegas dan jelas.

Dalam analisa perbandingan biasanya melalui tiga tahap yaitu: tahap pertama merupakan kegiatan diskriptif untuk mencari informasi, tahap kedua memilah-milah informasi berdasarkan klasifikasi tertentu, dan tahap ketiga menganalisa hasil pengklasifikasian itu untuk dilihat keteraturan dan hubungan antara berbagai variabel. Studi perbandingan bisa memberikan kepada kita perspektif tentang lembaga-lembaga, kebaikan dan keburukan dan apa yang menyebabkan lembaga-lembaga itu terbentuk.<sup>83</sup>

Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa perbandingan adalah membandingkan dua hal/lembaga untuk diketahui perbedaan dan persamaan kedua lembaga melalui tahap-tahap tertentu.

---

<sup>83</sup>Asha, *Manajemen Pendidikan Madrasah Dinamika dan Studi Perbandingan Madrasah Dari Masa Ke Masa*, ( Yogyakarta : Azyan Mitra Media, 2020), hlm. 3.



Kemudian peneliti melakukan analisis upaya-upaya strategi komunikasi yang dilakukan oleh MA Unwnaul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung menggunakan teori 4P (Product strategy), Price strategy, place strategy, promotion starategy).

Strategi bauran pemasaran 4P adalah strategi yang menjadi landasan bagi perusahaan atau institusi untuk dapat memasarkan produknya kepada konsumen. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikelola yang digabungkan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran.<sup>84</sup>

Perbedaan antara MA Unwaul Falah dan MA NW Bagik Payung dalam hal strategi komunikasi ialah terletak pada penerapan teori 4P. Dalam hal ini terlihat pada perbedaan produk unggulan yang dimiliki, dimana MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok memiliki produk unggulan yaitu program tahfidz, Program tahfidz ini menjadi produk unggulan dari MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok karena program tahfidz ini memiliki daya tarik sendiri bagi calon santri baru, karena banyaknya alumni juga yang memiliki prestasi dalam ajang lomba tahfidz tingkat kecamatan, kabupaten, provinsi hingga nasional. Tidak hanya itu, MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok juga memiliki produk lain seperti ekstrakurikuler pramuka, bimbel mata pelajaran, dan beberapa ekstrakurikuler lainnya.

Pada MA NW Bagik Payung mempunyai produk unggulan seperti ekstrakurikuler pramuka, ekstrakurikuler pramuka selalu memberikan prestasi yang baik untuk MA NW Bagik Payung. Dalam beberapa ajang perlombaan, santri MA NW Bagik Payung tidak pernah absen dalam menyumbang prestasi untuk madrasah baik itu pada ajang perlombaan tingkat kecamatan, kabupaten, provinsi, hingga nasional. Selain itu, produk unggulan untuk ajang

---

<sup>84</sup> Rismiatun, "Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Budi Luhur", *Jurnal Komunikasi*, Vol. 11, Nomor 1, Maret 2020, hlm. 19

pengenalan institusi pendidikannya, MA NW Bagik Payung memiliki produk *event* tahunan seperti bazar. Dalam kegiatan bazar ini selalu menarik simpati khalayak ramai untuk menyaksikan acara tersebut. Selain itu, produk unggulan untuk ajang pengenalan institusi pendidikannya, MA NW Bagik Payung memiliki produk *event* tahunan seperti bazar. Dalam kegiatan bazar ini selalu menarik simpati khalayak ramai untuk menyaksikan acara tersebut. Pada acara tersebut, santri MA NW Bagik Payung memberikan pertunjukan dari kreatifitas yang dimiliki para santri, hingga menampilkan hasil karya para santri kepada publik. Hal tersebut merupakan bagian dari momentum strategi komunikasi sosialisasi yang sangat efektif.

Pada biaya juga terdapat perbedaan, namun perbedaan ini tidak terlalu signifikan dalam nominal, namun terdapat perbedaan dalam penerapan pemberian pembebasan pembayaran spp, pada MA Unwanul Falah NWDI Paok memberikan beasiswa pada santri berprestasi dalam bidang tahfidz dan juga memberikan kelonggaran terkait biaya pendidikan bagi santri dan santriwati yatim piatu, dimana biaya pendidikan selama sekolah digratiskan. sedangkan di MA NW Bagik Payung memberikan beasiswa bebas spp selama tiga bulan bagi santri berprestasi. Pada sosialisasi juga terdapat perbedaan dalam penerimaan santri baru, di MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok melakukan sosialisasi ke beberapa sekolah yang ada di kecamatan suralaga dan diluar kecamatan Suralaga, sedangkan MA NW Bagik Payung hanya fokus pada wilayah di Desa Bagik Payung.

Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan.<sup>85</sup> Kondisi lembaga MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok adalah sebuah lembaga dengan letak geografis yang sangat ideal sangat mudah dijangkau baik dengan kendaraan pribadi maupun umum, ramah sebuah kompleks pendidikan diamana

---

<sup>85</sup> Afidatun Khasanah, "Pemasran Jasa.....", 166

dari jenjang TK, MI, MTS, MA dan SMK, kondisi aman, nyaman serta menyenangkan begitu juga di MA NW Bagik Payung sebuah lembaga dengan letak geografis yang sangat ideal sangat mudah dijangkau baik dengan kendaraan pribadi maupun umum, ramah sebuah komplek pendidikan dan sangat sederhana. Letak madrasah juga dikelilingi oleh pemukiman, sehingga sangat memungkinkan untuk di sekitar lingkungan tersebut akan sangat mudah mengakses madrasah dengan waktu yang tidak lama. Kotler mengatakan *“place includes company activities that make the product available to target consumes”*. Penyedia jasa perlu mempertimbangkan faktor-faktor yaitu akses yang mudah, visibilitas, lalu lintas yang lancar, tempat parkir yang luas, ketersediaan lahan untuk perluasan, persaingan, ketentuan pemerintah.<sup>86</sup>

Persamaan strategi komunikasi antara MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dengan MA NW Bagik Payung yaitu pada strategi komunikasi dan teknik strategi komunikasi. Pada MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung menggunakan strategi komunikasi verbal dengan pendekatan persuasif.

### **Perbandingan Strategi Komunikasi Masing-masing Madrasah Dalam Penerimaan Santri Baru.**

MA UF NWDI PAOK LOMBOK	MA NW BAGIK PAYUNG
Sosialisasi pada SMP/MTS di Kecamatan Suralaga dan diluar Kecamatan Suralaga	Sosialisasi paada SMP/MTS Khusus Desa Bagik Payung
Sosial Media FB, IG, Yotube, Tiktok dan WA.	Sosial Media FB, WA
Promosi Program unggulan Tahfidz dan Asrama	Promosi Ekstrakulikuler Pramuka

<sup>86</sup> Fauziah, “ Strategi Marketing Mix....., hlm. 9

Beasiswa Tahfidz dan Gratis Full bagi anak Yatim Piatu	Pembagian Rewad bagi Santri berprestasi selama 3 bulan
Media Cetak (Pemasangan Spanduk di tempat-tempat yang strategis)	Sosialisasi melalui Event-event Madrasah (Bazar tahunan dan kegiatan bulanan di Madrasah)
Berprestasi di Bidang Tahfidz	Berprestasi di Bidang Pramuka

#### **D. Analisis Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Komunikasi Dalam Penerimaan Santri Baru MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok**

Dalam strategi komunikasi pada suatu lembaga pendidikan tidak lepas dari faktor penghambat dan faktor pendukung. Faktor pendukung merupakan instrumen yang harus terus ditingkatkan dan dikembangkan. Sedangkan faktor penghambat merupakan persoalan yang harus diselesaikan guna memperoleh hasil maksimal dalam hal strategi komunikasi penerimaan santri baru.

MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok sendiri didalam penerimaan santri baru memiliki faktor penghambat diantaranya ialah banyaknya Madrasah Aliyah di Kecamatan Suralaga dan kurangnya keterbukaan Madrasah Tsanawiyah sederajat saat sosialisasi. Faktor penghambat diatas merupakan hasil temuan lapangan yang peneliti peroleh dari berbagai pihak di dalam lingkungan Madrasah. Namun pada sisi lain, MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok juga memiliki faktor pendukung dalam hal strategi komunikasi, yaitu diantaranya memiliki asrama tahfiz yang merupakan program menonjol yang ada di lingkungan pondok pesantren. Tidak hanya itu, sarana dan prasarana yang memadai untuk penunjang kegiatan belajar mengajar dan ekstrakurikuler, dan juga memiliki tim yang solid dalam kegiatan sosialisasi ke masyarakat dan lembaga pendidikan Madrasah Tsanawiyah sederajat.

Pada MA NW Bagik Payung sendiri memiliki faktor penghambat dalam strategi komunikasi penerimaan santri baru, diantaranya ialah kurangnya pemanfaatan sosial media sebagai alat untuk promosi dan juga banyaknya persaingan antar Madrasah Aliyah sederat di Kecamatan Suralaga. Dan Akses jalan menuju Madrasah juga merupakan salah satu hambatan utama dalam menarik minat masyarakat dan calon santri baru. Namun dibalik itu, MA NW Bagik Payung juga memiliki faktor pendukung dalam strategi komunikasi penerimaan santri baru, diantaranya ialah program ekstrakurikuler yang cukup diminati, kemudian giat pembangunan sarana dan prasarana juga menjadi alasan calon santri baru menaruh minat pada MA NW Bagik Payung. Dan juga MA NW Bagik Payung dilihat sering mengadakan berbagai perlombaan dan pertandingan yang sering juga mengundang siswa dan santri se-Kecamatan Suralaga, sehingga poin dari perlombaan itu adalah adanya unsur sosialisasi Madrasah.

**Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Komunikasi Dalam Penerimaan Santri Baru MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok**

Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
Asrama Tahfidz	banyaknya Madrasah Aliyah di Kecamatan Suralaga
Sarana dan prasarana yang memadai	kurangnya keterbukaan Madrasah Tsanawiyah sederajat saat sosialisasi
Tim yang solid dalam kegiatan sosialisasi	

**Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Komunikasi Dalam Penerimaan Santri Baru MA NW Bagik Payung**

Faktor Pendukung	Faktor Penghambat

Program ekstrakurikuler yang cukup diminati	Kurang memanfaatkan sosial media
Giat pembangunan sarana dan prasarana	banyaknya persaingan antar Madrasah Aliyah sederat di Kecamatan Suralaga
Kegiatan Madrasah berupa perlombaan dan pertandingan	Akses jalan



Perpustakaan UIN Mataram

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka peneliti dapat menyimpulkan:

1. Perbandingan strategi komunikasi MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung. Strategi komunikasi yang di gunakan MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dalam penerimaan santri baru diantaranya, strategi komunikasi Verbal dengan pendekatan komunikasi persuasif berupa sosialisasi ke setiap SMP/MTS di Kecamatan Suralaga dan diluar Kecamatan Suralaga, penyebaran informasi menggunakan media cetak dan sosial media dan *door to door* (mendatangi rumah masyarakat untuk melakukan komunikasi lebih dalam dengan melakukan penyebaran brosur). Sedangkan strategi komunikasi yang di gunakan MA NW Bagik Payung dalam penerimaan santri baru diantaranya, Komunikasi Verbal berupa sosialisai ke setiap SMP/MTS di Desa Bagik Payung, promosi melalui ekstrakurikuler dan pemberian reward berupa gratis SPP selama tiga bulan bagi calon peserta didik baru yang berprestasi, sosialisasi melalui Event-event yang di adakan Madrasah setiap tahun.

#### **B. Saran-Saran**

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentu tidak bisa sempurna dan memiliki keterbatasan dalam penelitian. Dalam penelitian itu sendiri peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak terkait untuk dikembangkan. Saran tersebut di antaranya sebagai berikut:

1. Berdasarkan fakta yang didapatkan peneliti dilapangan, maka peneliti memberikan masukan dan beberapa saran, adapapun saran yang diberikan peneliti kepada MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok, jangan sampai merasa puas dengan segala pencapaian serta belajar dari segala hambatan yang ada, terutama dalam hal strategi penerimaan santri baru, tetap kembangkan strategi yang sudah dijalankan

2. Saran untuk MA NW Bagik Payung jangan puas juga dengan yang sudah dijalankan sampai saat ini, tetaplah berkreasi semenarik mungkin dalam menjalankan strategi komunikasi penerimaan santri baru. Tetap pertahankan dan kembangkan strategi di segala bidang. Disarankan juga untuk melakukan promosi sosialisasi di luar desa dan Kecamatan Suralaga agar penyebaran informasi terkait MA NW Bagik Payung semakin meluas.
3. Di era saat ini media sebagai acuan yang sangat penting untuk dikembangkan dalam melakukan promosi, MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok dan MA NW Bagik Payung masih kurang maksimal memanfaatkan media. Harapan kedepannya supaya menambah strategi misalnya menggunakan website agar informasi terkait Madrasah atau apapun yang menyangkut Madrasah bisa langsung di akses, karena zaman milenial ini para anak muda lebih banyak mengandalkan internet. Strategi ini saya rasa perlu dikembangkan lagi agar Madrasah tetap eksis dan maju.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Bendahara MA UF NWDI Paok Lombok, *Wawancara*, Paok Lombok, 10,12,2022
- Afidatun Khasanah, Pemasran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Baturraden, *Jurnal El-Tarbawi*, Vol 8, No 2, Tahun 2015, Hlm. 166
- Amir Hamdi, S.Pd, Waka Kurikulum MA NW Bagik Payung, *Wawancara*, 18 Desember 2022
- Bungin M. Burhan, *Sosiologi komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, cv : Cetakan 6, 2014.
- Efendi Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung : TP Remaja Rosdakarya, 2004.
- Efendy Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : PT. Citra Aditiya Bakti, 2013.
- Effendy Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2007.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: C.V Andi Offset 2010.
- Faizin S.Sos, Pembina Pramuka MA UF NWDI Paok Lombok, *Wawancara*, Paok Lombok, 07 Desember 2022
- Fathul Aziz, "Strategi Komunikasi Uin Mataram Dalam Sosialisasi Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2018", *Skripsi*, FDIK UIN MATARAM, Mataram, 2020, Hal. 64

Fathul Yaqin S.Pd, Pembina OSIM MA NW Bagik Payung, *Wawancara*,  
17 Desember 2022

Fatimah, Redi “ Studi Perbandingan Proses Penerimaan Mahasiswa Baru  
Di Universitas Hasyim Asyari Tebuireng Jombang Antara  
Teknik Komunikasi Online Dan Interpersonal”, Vol 12,  
Nomor 1, Juli 2020, hlm 80.

Fauziah, “ Strategi Marketing Mix 4P Dalam Mewujudkan Sekolah  
Unggulan”, *Jurnal Kajian Manajemen Pendidikan Islam Dan  
Studi Sosial*, Vol. 6, No. 1, Tahun 2022, hlm. 3

Firdaus Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:  
Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2012.

Hafied Cangara, *Prencanaan Dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT  
RajaGrafindo Persada), hlm. 35

Hafied Cangara, *Prencanaan Dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT  
RajaGrafindo Persada), hlm. 42

Hafizah S.Ag, Waka Sarana dan Prasarana MA NW Bagik Payung,  
*Wawancara*, Dasan Reban, 16 Desember 2022

Hakim S.Pd, Guru MA NW Bagik Payung, *Wawancara*, Bagik Payung, 3  
Januari 2023

Ida suryani wijaya, “Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam  
Kegiatan Pembangunan”, Vol 13, Nomor 1, Juni 2015, hlm  
54.

Ismun Parijah S.Pd, Pembina Osim MA UF NWDI Paok Lombok,  
*Wawancara*, Paok Lombok, 07,12,2022

J, Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategi Untuk Organisasi Public  
Dan Non Profit*, (Jakarta: Grasindo, 2006), hal. 84.

- Khirjan Nahdi, "Makna pendidikan nahdatul wathan telaah interpretatif visi kebangsaan dan religius refeleksi pemikiran dan perjuangan kyai hamzanwadi 1904-1997", Vol 4, Nomor 2, Desember 2009.
- Komanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi Edisi Revisi*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Universitas Indonesi, 2004), Hlm. 21
- Kusrini, Strategi Komunikasi Word Of Mouth Sebagai Upaya Promosi, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 Nomor 1, Juni 2021, hlm. 2.
- Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosada Karya, 2012.
- Lukman Asha, *Manajemen Pendidikan Madrasah Dinamika dan Studi Perbandingan Madrasah Dari Masa Ke Masa*, Yogyakarta : Azyan Mitra Media, 2020.
- Makripuddin M.Pd, Kepala MA NW Bagik Payung, *Wawancara*, Dasan Reban, 16 Desember 2022
- Muhammad Vriyatna, *Komunikasi Pemasaran Dalam Penerimaan Siswa Baru Di Sekolah Integral Luqman Al- Hakim Hidayatullah Surabaya*, Jurnal Mumtaz, Vol 1, Nomor 1, Januari 2021, hlm. 11
- Muri Yusuf, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT Interpratama Mandiri, 2014).
- Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Kataktristik Dan Keunggulannya*, Jakarta: PT Grasindo, 2010.
- Rismiatun, Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Budi Luhur, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 11, Nomor 1, Maret 2020, hlm. 19
- Ritzer dkk George, *Teori Sosiologi*, Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2009.

- Saputro joko adi, *Perbandingan Strategi Komunikasi Radio Local Di Yogyakarta Dalam Menjaring Iklan*, Yogyakarta: 2016.
- Selda Renalda, *Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Madarijul ulum Penanggunggan Kec. Gunung Alip Kab. Tanggamus dalam meningkatkan Minat Belajar Santri (Skripsi, FDIK Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung, 2020)*, hlm. 10.
- Skripsi Arjun Prasetya, *Strategi Komunikasi Mts.T.I Kerkap Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Dimasa Pandemic Covid 19*, Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN Bengkulu 2021. Hal. 24.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung : Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharsini Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Bandung: CV Alfabeta, 2012.
- Syibawaih S.Pd, Waka Kesiswaan MA UF NWDI Paok Lombok, *Wawancara*, Paok Lombok, 08 Desember 2022
- Tohir S.Hum, Kepala Sekolah MA UF NWDI Paok Lombok, *Wawancara*, Paok Lombok, 25,12,2022
- Z. Heflin Frinces, *Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, Yogyakarta: Mida Pustaka, 2007.

## Lampiran 1

### PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana perencanaan strategi yang digunakan madrasah dalam penerimaan santri baru setiap tahunnya?
2. Strategi komunikasi apa saja yang dilakukan dalam penerimaan santri baru?
3. Media apa saja yang digunakan dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran Madrasah?
4. Bagaimana cara meningkatkan daya tarik?
5. Apakah ada hambatan dalam menjalankan strategi yang digunakan?
6. Apa yang menjadi ciri khas atau unggulan Madrasah?
7. Apakah strategi yang dijalankan sudah berjalan dengan efektif atau tidak?



Perpustakaan UIN Mataram

## Lampiran 2 (Transkrip Wawancara)

Nama : Tohir M.Hum

Jabatan : Kepala Sekolah MA UF NWDI Paok Lombok

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana perencanaan strategi yang digunakan Madrasah dalam penerimaan santri baru setiap tahunnya?	Diawal bulan januari saya selalu mengumpulkan bapak ibuk guru untuk rapat terkait apa yang harus kita lakukan dalam penerimaan santri baru tahun ini.
2	Strategi komunikasi apa saja yang dilakukan dalam penerimaan santri baru?	Strategi komunikasi setiap tahunnya selalu berubah ubah demi pemenuhan target yang di capai Madrasah. Strategi yang kami lakukan yaitu Sosialisai, mengantar surat menyurat ke sekolah-sekolah SMP/MTS di kecamatan Suralaga dan di Luar kecamatan suralaga. Karena di sekolah kita tidak hanya menerima santri yang tidak asrama tetapi juga santri yang asrama.
3	Media apa saja yang digunakan dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran Madrasah?	melalui sosial media seperti Facebook, Instagram dan Youtube. Selain itu kami bekerja sama dengan beberapa sekolah SMP/MTS yang ada di Kecamatan Suralaga kemudian kami melakukan sosialisasi terkait Madrasah dan menyebarkan brosur-brosur kepada santri maupun guru untuk mereka berikan kepada

		keluarga, kerabat dan tetangga dekatnya dirumah dan kami juga melakukan pemasangan Baliho
--	--	---

Nama : Ismun Parijah

Jabatan: Pembina Osim MA UF NWDI Paok Lombok

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana perencanaan strategi yang digunakan Madrasah dalam penerimaan santri baru setiap tahunnya?	Perencanaan biasanya dilakukan sebelum semester genap, biasanya sudah kita bicarakan bersama semua guru dan staf madrasah. Disusun bagaimana strategi-strategi yang akan digunakan untuk penerimaan santri baru.
2	Strategi komunikasi apa saja yang dilakukan dalam penerimaan santri baru?	Strategi yang digunakan dalam penerimaan santri baru disini yaitu pengenalan sekolah dari masjid ke masjid dimana ini dilakukan oleh bapak guru yang bertugas menjadi khatib, untuk guru-guru yang lain ditugaskan sosialisasi ke sekolah-sekolah dan uniknya respon sekolah yang didatangi setiap kali sosialisasi itu sangat baik. Selanjutnya strategi yang digunakan ialah dengan memasang baliho atau sepanduk di tempat-tempat yang strategis. Orang-orang juga sudah mengetahui bahwa MA Unwanul Falah Pondok yang sudah lama berdiri. jadi, masyarakat atau para orang tua tidak ragu untuk

		memasukkan anaknya.
3	Media apa saja yang digunakan dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran Madrasah?	Media yang digunakan yaitu FB dan Youtube. Biasanya akun sosmed kami para Guru Akan mengganti Foto profil menggunakan pamplet penerimaan santri baru di tahaaun itu.
4	Apakah strategi yang dijalankan sudah berjalan dengan efektif atau tidak?	Alhamdulillah strategi yang kami gunakan sudah maksimal dan pastinya ingin lebih baik lagi. Tahun ini penerimaan santri baru sangat maksimal dan banyak sekali sampai-sampai kita kekurangan kelas, tapi itu semuanya sudah diatur oleh Madrasah

Nama : Faizin S.Sos

Jabatan : Guru

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Strategi komunikasi apa saja yang dilakukan dalam penerimaan santri baru?	Stategi yang pertama kali dilakukan dalam penerimaan santri baru yaitu sosiaalisasi terhadap sekolah yang menjadi target pasar, kemudian yang kedua memasang pamplet atau baliho pada titik-titik yang strategis yang bisa dilihat oleh semua lini, yang ketiga promosi di sosial media baik itu media akun disekolah dan juga semua akun



		bapak ibuk guru, dimana segala informasi terkait penerimaan santri baru akan di share oleh bapak ibuk guru. Selain dari ini kami juga melakukan promosi dengan cara door to door kepada kerabat, tetangga dekat dan keluarga
2	Kira-kira apa yang menjadi ciri khas MA UF NWDI Paok Lombok?	Salah satu yang menjadi khas daya tarik untuk masuk MA Unwanul Falah NWDI Paok Lombok ialah karena adanya Asrama Tahfidz, dengan adanya program tahfidz ini menjadi strategi unggulan untuk menarik hati para wali santri, tentunya dengan adanya ini para wali santri berbondong-bondong memasukkan anaknya.

Nama : Mas'ud S.Pd

Jabatan : Guru MA UF NWDI Paok Lombok

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana cara menarik minat santri atau masyarakat dalam penerimaan santri baru?	Dengan adanya asrama tentu itu hal yang sangat menarik karena banyak peminatnya. Kenapa demikian karena di zaman sekarang para orang tua selalu melihat sekolah yang memiliki Asrama karena anak-anak yang terdidik di Asrama itu akhlaknya bagus, awalnya bisa saja jelek kemudian setelah di Asramakan anaknya bisa berubah menjadi lebih baik lagi. Makanya banyak

		wali santri sebelum dibuka pendaftaran sudah didaftar anaknya duluan
2	Bagaimana cara meningkatkan daya tarik?	sebelum melakukan penerimaan santri baru kami sudah mempersiapkan sesuatu yang akan kami promosikan terkait Madrasah kami tentunya seperti prestasi yang telah diraih santri kami seperti Juara-juara dalam Lomba Tahfidz sampai tingkat nasional maupun internasional, lomba dalam mengikuti kegiatan ekstrakurikuler pramuka maupun lomba dalam bidang olimpiade Biologi, Kimia bahkan santri kami pernah menjuarai olimpiade sains tingkat nasional dan mendapatkan Medali Perunggu. Itulah salah satu cara dalam menarik minat atau meningkatkan daya tarik.

Perpustakaan UIN Mataram

Nama: Makripuddin M.Pd

Jabatan: Kepala Sekolah MA NW Bagik Payung

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana perencanaan strategi yang digunakan Madrasah dalam penerimaan santri baru setiap tahunnya?	kita membahas bagaimana strategi yang akan kita gunakan serta apa saja langkah-langkah yang perlu kita lakukan dalam rangka menyongsong penerimaan peserta didik baru.
2	Strategi komunikasi apa saja yang dilakukan dalam penerimaan santri baru?	Strategi yang digunakan pertama dengan mempromosikan kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler seperti pramuka, seni, olahraga, prakarya. Kedua memberikan reward atau hadiah bagi santri yang masuk ke Madrasah kita diantaranya adalah bagi santri yang disekolahnya atau semasa SMP/MTS mendapat peringkat satu dikelasnya, langsung pas begitu masuk di madrasah kita maka akan digratiskan tiga bulan uang SPP
3	Media apa saja yang digunakan dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran Madrasah?	Media yang kami gunakan disini yaitu FB kemudian WA. Hanya saja masih belu terlalu aktif dan kami dari pihak sekolah memberikan para Alumni untuk mengelola sosial media madrasah

Nama : Amir Hamdi S.Pd

Jabatan : Waka Kesiswaan

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana perencanaan strategi yang digunakan Madrasah dalam penerimaan santri baru setiap tahunnya?	Mengenai perencanaan kita dalam penerimaan santri baru yang pertama tentu menyusun sitem kerja yang akan kita lakukan
2	Strategi komunikasi apa saja yang dilakukan dalam penerimaan santri baru?	Dalam penerimaan santri baru kami memeberitahu santri-santri untuk mengkomunikasikan bagaimana situasi dan kondisi Madrasah kita disini kepada adek-adek mereka dirumah beserta keluarga, sehingga peserta didik yang baru masuk itu tertarik masuk ke Madrasah kita ini dengan cara yang baik dan memberikan motivasi-motivasi pula. Meningkatkan daya tarik tentu dengan melengkapi fasilitas-fassilitas dan mengikut sertakan santri-santri kita dalam segala hal baik itu Lomba atau pertandingan. Sehingga dengan cara seperti itu kami percaya dengan tampilnya mereka diluar akan banyak orang yang melirik Madrasah kami
3	Bagaimana cara meningkatkan daya tarik?	Dalam meningkatkan daya tarik tentu kita melengkapi fasilitas-fasilitas Madrasah dan mengikut

		sertakan santri-santri baik itu lomba maupun pertandingan sehingga dengan cara seperti itu kami percaya bahwa dengan tampilnya mereka di dunia luar akan dilihat oleh banyak orang.
--	--	---

Nama : Fathul Karim S.Pd

Jabatan : Pembina Osim

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Strategi komunikasi apa saja yang dilakukan dalam penerimaan santri baru?	Biasanya yang kita lihat di sekolah lain yang unggul itu pasti ekstrakurikuler Pramuka tapi kalau di MA NW Bagik Payung sudah kita sepakati bersama kepala sekolah supaya ada yang kita jual di luaran sana untuk mendongkrak banyak santri dengan memakai strategi dan teknik membuat ekstrakurikuler itu beda dari yang lain.
2	Kira-kira apa yang menjadi ciri khas MA NW Bagik Payung?	Yang menjadi ciri khas kami disini yaitu keunggulan di Bidang Pramuka Karena santri-santri kami selalu membawa nama baik Madrasah.

### Lampiran 3 Dokumentasi

Wawancara dengan Guru MA UF NWDI Paok Lombok



Wawancara dengan Kepala Sekolah MA NW Bagik Payung



## Wawancara dengan Guru MA NW Bagik Payung



## Perpustakaan UIN Mataram

## Wawancara dengan Kepala sekolah MA NW Bagik Payung



## Suasana MA UF NWDI Paok Lombok



### Penghargaan di Bidang Sains



Perpustakaan UIN Mataram

### Presatasi dalam bidang Tahfidz





Suasana MA NW Bagik Payung



Prestasi-prestasi MA NW Bagik Payung



Kegiatan Lomba di MA NW Bagik Payung



Lampiran 4 Kartu Konsul

NO	HARI/TANGGAL	MATERI KONSULTASI	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	02-01-23	pendahuluan	[Signature]
2	04-01-23	judul dan rumusan masalah	[Signature]
3	07-01-23	landasan teori	[Signature]
4	08-01-23	metode & sumber	[Signature]
5	10-01-23	rumusan konsep	[Signature]
6			
7			[Signature]
8			
9			

Judul Skripsi :

Mataram, 06 Januari 2023  
Mengetahui  
Dekan,  
[Signature]  
Dr. Muhsadi Saleh Ending, MA  
NIP. 197209121998031001

Pembimbing I,  
[Signature]  
Dr. H. L. Ahmad Zaenuri, Lc, MA  
NIP. 19760812006041002

Catatan:  
\* Nama, NIM, Pembimbing dan judul Skripsi yang diketik berdasarkan berita acara seminar (judul yang disetujui pembimbing) diketik rapi dan diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah (ori) dan 1 (satu) rangkap ke arah pembimbing dan ditandatangani setelah diparaf oleh bagian akademik dan ditampol.



**KARTU KONSULTASI SKRIPSI**

Nama : Lisa Asta Candra  
NIM : 190301084

Pembimbing I : Dr. H. L. Ahmad Zainuri Lc, MA  
Pembimbing II : Mohammad Alawi, M.Sos

NO	HARI/TANGGAL	MATERI KONSULTASI	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	14-11-22	Bab I Latar Belakang	
2	24-11-22	Revisi Bab I	
3	01-12-22	Bab II Paparan Data	
4	10-12-22	Revisi Bab II	
5	18-12-22	Bab III Pembahasan	
6	20-12-22	Revisi Bab III	
7	21-12-22	Kesimpulan	
8		ACC	
9			

Judul Skripsi :

Mataram, 06 - Januari 2023  
Mengetahui  
Dekan

Dr. Muhamad Saleh Ending, MA  
NIP. 197209121998031001

Pembimbing II

Mohammad Alawi, M.Sos  
NIP. 198904012020121018

**Catatan :**

• Nama, NIM, Pembimbing dan judul Skripsi yang diketik berdasarkan berita acara seminar (judul yang direkomendasikan pembimbing) diketik rapi dan diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi untuk dicek/tekti dan ditandatangani setelah diparaf oleh bagian akademik dan distempel.