

BAB IV

ANALISIS DATA

Dari kajian teoritis dan hasil data lapangan yang telah penulis jabarkan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan penganalisisan terhadap data-data tersebut, sehingga hasilnya dapat diketahui secara transparan. Mengingat bahwa data-data yang terkumpul bersifat kualitatif, maka dalam menganalisa data digunakan analisis deskriptif dengan mendeskripsikan dan mengkomparasikan dengan konsep manajemen sarana dan prasarana pendidikan yang ditemukan dalam studi kepustakaan.

Dalam Bab IV ini, penulis berusaha menganalisis data sesuai dengan rumusan masalah pada Bab I, yaitu bagaimana keadaan awal strategi manajemen humas dan penerimaan siswa baru MTs Negeri Model Pemalang? Bagaimana strategi dan program manajemen humas MTs Negeri Model Pemalang? Dan bagaimana hasil penerimaan siswa baru di MTs Negeri Model Pemalang sebagai hasil dari strategi humasnya?

A. Analisis Keadaan Awal Strategi Manajemen Humas dan Penerimaan Siswa Baru MTs Negeri Model Pemalang

Pada mulanya, tidak banyak strategi manajemen humas yang berupaya untuk meningkatkan penerimaan siswa baru yang diterapkan oleh MTsN Model pemalang. Strategi manajemen humas ini berupa promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan MTsN Pemalang. Promosi inipun hanya menggunakan brosur dan spanduk. Brosur dan spanduk itu selain memperkenalkan MTs juga terdapat informasi mengenai waktu dan syarat pendaftaran. Selain strategi promosi sederhana tersebut, untuk menarik minat masyarakat agar menyekolahkan putra-putrinya di MTsN Pemalang, pihak madrasah juga menunjukkan kelebihan yang pada waktu itu belum dimiliki sekolah manapun di Kab. Pemalang, yaitu ekstrakurikuler *marching band*.

Strategi dan program manajemen humas yang ditempuh dalam menarik minat masyarakat supaya mendaftarkan putra-putrinya di MTsN

Pemalang pada waktu itu tergolong sangat sederhana, padahal banyak terdapat strategi dan metode humas yang dapat dimanfaatkan untuk menarik animo masyarakat seperti yang telah penulis paparkan pada bab II. Penyusunan strategi tersebut tentunya disusun berdasarkan visi dan misi madrasah, analisis lingkungan eksternal, analisis lingkungan internal, perumusan tujuan khusus kemudian menetapkan strategi agar strategi tersebut efektif dan efisien.

Namun melihat situasi dan kondisi pada waktu itu yang memang belum begitu diperlukan berbagai macam promosi, maka kebijakan yang diambil Bapak Sanuri dapat dikatakan cukup tepat. Beliau berpandangan bahwa tanpa berbagai strategi promosipun, minat masyarakat terhadap MTsN Pemalang masih cukup tinggi, karena pada waktu itu MTs sudah mendapat kerja sama yang baik dengan SD-SD sekitar, persaingan yang belum begitu ketat, MTs yang sudah lama berdiri sehingga kemungkinan besar masyarakat sudah mengenal MTs dan sebagainya. Selain itu, masih ada yang harus mendapat perhatian lebih, khususnya dalam manajemen humas, yaitu membangun hubungan yang sudah terjalin agar tetap harmonis, baik dengan orang tua siswa, tokoh masyarakat, lembaga pendidikan lain maupun pejabat pemerintahan.

Dari sini dapat diketahui bahwa Bapak Sanuri selaku kepala madrasah menggunakan skala prioritas dalam menyusun strategi dan program-program madrasah. Beliau melihat bahwa membangun hubungan dengan berbagai lapisan masyarakat dan menjaga hubungan tersebut agar tetap harmonis lebih utama dari pada menyusun berbagai promosi. Pada waktu itu MTs sudah mendapat kerja sama dan kepercayaan yang bagus dari SD-SD sekitar, banyak dari tamatan-tamatan SD tersebut melanjutkan pendidikannya di MTsN Pemalang. Hal ini berlangsung bertahun-tahun, sehingga yang perlu diperhatikan adalah tetap menjaga hubungan yang baik, agar SD-SD tersebut tetap menjadi “pelanggan setia” MTsN Pemalang.

Jadi strategi untuk meningkatkan penerimaan siswa baru pada waktu itu adalah dengan menjaga hubungan yang sudah terjalin dengan baik antara MTsN Pemalang dengan SD-SD sekitar, strategi promosi yang sederhana,

yaitu dengan brosur dan spanduk, serta mengadakan ekstra kurikuler unggulan berupa *marching band*.

Hubungan yang sudah terjalin dengan baik antara MTsN Pemalang dengan SD-SD sekitar merupakan suatu aset yang sangat penting dalam perkembangan madrasah. Oleh karena itu, maka MTsN Pemalang harus selalu menjaga hubungan agar SD-SD tersebut dapat menjadi mitra setia MTsN Pemalang. Upaya menjaga hubungan dengan SD-SD tersebut bisa dengan memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan SD tersebut, seperti yang dilakukan pada masa-masa sekarang, yaitu dengan mengirimkan siswa pramuka MTsN Pemalang (kakak penggalang) ke SD-SD sekitar untuk membimbing pramuka SD (tingkat siaga) ataupun program lain yang sifatnya dapat menguntungkan SD-SD tersebut.

Dalam hubungan masyarakat, salah satu hal yang harus diperhatikan juga adalah adanya prinsip *simbiosis mutualisme* (prinsip saling menguntungkan). Apabila dilihat dari sudut pandang MTs, maka tidak dapat dipungkiri bahwa MTs membutuhkan dukungan, baik dukungan moril, finansial maupun simpati dari berbagai pihak, karena pada dasarnya sekolah atau madrasah tidak dapat memisahkan diri atau terasing dari masyarakatnya. Bagaimanapun, masukan siswa dan dana adalah berasal dari masyarakat. Lebih dari itu, di satu sisi sekolah memerlukan masyarakat dalam menyusun program yang relevan, sekaligus memerlukan dukungan dari masyarakat baik berupa calon murid/pendaftar, maupun pembiayaan (SPP/DPP) dalam melaksanakan program sekolah, madrasah dan pesantren.¹ Namun apabila dilihat dari kaca mata masyarakat, masyarakat juga membutuhkan hasil konkrit dari madrasah berupa kualitas lulusan madrasah yang lebih baik dari sebelumnya. Secara lebih lengkap lagi, kebutuhan masyarakat dari madrasah diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam bidang mental-spiritual.

¹ Syafaruddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta: PT. Ciputat Press, 2005), hlm.272

- b. Memperoleh bantuan sekolah apabila terdapat masalah yang dihadapi oleh masyarakat.
- c. Menjamin relevansi program sekolah dengan kebutuhan masyarakat.
- d. Memperoleh kembali anggota-anggota masyarakat yang makin meningkat kemampuannya.²

Oleh karena itu, sudah menjadi kewajiban bagi pihak MTsN Pemalang untuk berusaha memenuhi apa yang diinginkan oleh masyarakat, agar masyarakat juga dengan suka rela ikut berperan aktif dalam memajukan MTsN Pemalang, baik dari segi finansial, moral maupun sebagai calon siswa.

Sebelum diterapkan berbagai macam strategi dan program manajemen humas, MTs dapat menarik rata-rata 740 pendaftar per tahun selama 5 (lima) tahun. Hal ini dikarenakan pihak MTs dapat menerima semua pendaftar selama masih memenuhi kuota atau daya tampung MTs berdasarkan *ranking* NEM (Nilai Ebtanas Murni) tanpa seleksi tambahan apapun, sehingga banyak dari tamatan SD/MI yang mendaftar di MTsN Pemalang.

B. Analisis Strategi dan Program Manajemen Humas MTs Negeri Model Pemalang

Berbagai strategi dan program manajemen humas yang disusun untuk mempromosikan MTsN Pemalang pada beberapa tahun belakangan ini sebenarnya sudah baik, karena terdapat berbagai variasi strategi dan program menarik yang dilakukan untuk memperkenalkan MTsN Pemalang sekaligus menarik minat masyarakat pada madrasah tersebut dengan memanfaatkan berbagai keunggulan MTs dan memaksimalkan peluang yang ada.

Dalam penyusunan strategi, hendaknya disusun berdasarkan visi, misi dan tujuan madrasah serta analisis lingkungan, yang bertujuan agar strategi tersebut dapat efektif dan efisien serta tepat tujuan. Analisis lingkungan yang dimaksud adalah suatu usaha untuk mengetahui jati diri madrasah dan melihat lingkungan lain yang ada di sekitarnya. Dalam analisis lingkungan ini terdapat

² M. Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), cet. 7, hlm. 194

analisis untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat dalam madrasah, atau yang dikenal dengan analisis SWOT.

Adapun analisis SWOT dari manajemen humas MTsN Pematang adalah sebagai berikut:

1. *Strength* (Kekuatan)

- a. MTsN Pematang mempunyai beberapa keunggulan, meliputi:
 - 1) Tenaga pendidik yang berkualifikasi akademik sesuai dengan bidangnya masing-masing (88,57% S1, 10 orang S2 dan sekarang 2 orang sedang mengikuti study lanjut S2).
 - 2) Staff TU berjumlah 20 orang (6 orang S1 dan satu orang S2).
 - 3) Tersedia sarana dan prasarana yang lengkap dengan bangunan gedung yang megah serta memiliki perpustakaan type A (bertaraf otomasi).
 - 4) Komite madrasah yang kompeten dan berkomitmen.
 - 5) Telah meraih berbagai prestasi, baik dari akademik maupun non akademik.
 - 6) Letak strategis, berlokasi di perkotaan.
 - 7) Merupakan sekolah yang berumur, berdiri sejak tahun 1967, sehingga sudah dikenal oleh masyarakat luas dari dahulu.
 - 8) Mempunyai muatan kurikulum agama yang lebih banyak.
 - 9) Mempunyai banyak ekstra kurikuler.
- b. Mempunyai kepala madrasah yang visioner dan wakil kepala humas yang mengetahui tugas kehumasan.
- c. Terdapat berbagai strategi dan program humas yang bagus.
- d. Telah menjalin kerja sama yang bagus dengan SD-SD sekitar.
- e. Telah menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar, tokoh masyarakat, lembaga bimbingan, media cetak dan lain-lain.
- f. Mempunyai anggaran keuangan yang mencukupi untuk melaksanakan tugas humas.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Kelemahan dari MTsN Pematang, di antaranya:

- 1) Muatan kurikulum yang dinilai terlalu banyak (dengan mengakomodir 70% muatan kurikulum umum dan 30% kurikulum agama), sehingga dinilai dapat menjadikan hasil pendidikan yang setengah-setengah.
- 2) MTsN Pemalang biasanya dijadikan sebagai *second choice* (pilihan kedua) bagi para tamatan SD setelah sekolah umum (SMP).
 - b. Belum terdapat analisis yang matang dalam penyusunan strategi dan program humas MTsN Pemalang.
3. *Opportunity* (Peluang)
 - a. Mendapat dukungan dari pemerintah baik dari segi keuangan maupun kurikulum.
 - b. Terdapat banyak SD di wilayah sekitar MTsN Pemalang.
 - c. Banyak tersedia sarana pendukung belajar di sekitar madrasah, seperti perpustakaan umum, lembaga bimbingan belajar, warung internet dsb.
 - d. Perkembangan teknologi yang semakin canggih.
4. *Threat* (Ancaman)
 - a. Animo sebagian masyarakat yang kurang tertarik dengan madrasah.
 - b. Pandangan sebagian besar masyarakat perkotaan yang materialistis.
 - c. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang MTsN Pemalang.
 - d. Banyak terdapat sekolah yang setingkat di Kec. Pemalang, di sekitar MTs N Model Pemalang, yaitu delapan (8) SMP Negeri, dengan satu SMP RSBI dan dua Sekolah Standar Nasional.³

Dengan adanya analisis tersebut, selain hasilnya dapat lebih efektif, efisien dan tepat tujuan, juga dapat memudahkan pihak MTsN Pemalang dalam penyusunan strategi karena sudah diketahui peta kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk menarik minat masyarakat sekaligus untuk menutupi kelemahan, memaksimalkan peluang untuk meningkatkan penerimaan siswa baru, serta menjadikan ancaman sebagai motivasi agar pihak MTs Negeri Model Pemalang menjadi lebih giat dalam bekerja.

³ Wawancara dengan Bp. Parsikun, selaku staf TU MTsN Pemalang, pada tanggal 19 Januari 2011

Berdasarkan analisis tersebut, maka dapat dibuat isu-isu strategis yang disusun dalam matriks *matching tool* untuk mengembangkan strategi manajemen humasnya. Isu-isu strategis yang dihasilkan dari analisis di atas diantaranya yaitu:

| Internal Eksternal | <i>Strengths</i> (kekuatan) | <i>Weakness</i> (kelemahan) |
|---------------------------------|--|---|
| <i>Opportunity</i> (peluang) | <p>S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan kelengkapan sarana dan prasarana madrasah untuk menarik minat masyarakat. 2. Memanfaatkan ekstra kurikuler untuk semakin mempopulerkan MTs pada masyarakat. 3. Mengadakan kerja sama dengan berbagai lapisan masyarakat untuk memperkenalkan madrasah. | <p>W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mempermudah siswa dalam belajar, MTs dapat menjalin kerja sama dengan lembaga bimbel atau memanfaatkan teknologi. 2. MTs dapat meningkatkan kerja sama dengan SD-SD sekitar dan masyarakat luas agar tidak menjadi pilihan kedua. |
| <i>Threats</i> (tantangan) | <p>S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempromosikan kepada masyarakat bahwa MTs mempunyai muatan kurikulum agama yang lebih banyak dibandingkan sekolah umum lain. 2. Memaksimalkan strategi dan program humas untuk menjelaskan bagaimana sebenarnya MTs Negeri Model Pemalang kepada masyarakat luas. 3. Menunjukkan prestasi MTs kepada masyarakat luas dengan memamerkan langsung pada saat ada pameran maupun melalui media, seperti kalender, internet, dsb. | <p>W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memajukan keunggulan yang sudah dimiliki MTs, seperti kurikulum agama, ekstra kurikuler dan memanfaatkan kelengkapan sarana dan prasarana dengan baik. 2. Mengadakan penelitian kepada masyarakat untuk mengetahui kebutuhan atau apa yang diinginkan oleh masyarakat dari pendidikan. |

Dari sedikit contoh hasil analisis yang sudah disusun dalam matriks di atas, maka dapat disusun perencanaan strategis sebagai tindak lanjut dari

analisis di atas. Adapun perencanaan strategis yang dapat dijadikan sebagai strategi dan program manajemen humas dari isu-isu strategis di atas diantaranya sebagai berikut:

1. Memanfaatkan kelengkapan sarana dan prasarana madrasah untuk media pembelajaran sehingga proses belajar mengajarnya inovatif, kreatif, efektif dan menyenangkan serta memanfaatkan kelengkapan sarana dan prasarana untuk kepentingan masyarakat juga.
2. Mengadakan kerja sama dengan berbagai lapisan masyarakat, seperti bekerja sama dengan tokoh masyarakat yang berpengaruh, pejabat pemerintahan, media percetakan, stasiun radio, dan sebagainya, untuk memperkenalkan madrasah.
3. Memanfaatkan ekstra kurikuler seperti *marching band*, pramuka, PKS dan sebagainya pada PHBN (Peringatan Hari Besar Nasional), PHBI atau even-even lainnya untuk semakin mempopulerkan MTs pada masyarakat.
4. Memajukan keunggulan yang sudah dimiliki MTs, seperti kurikulum agama, ekstra kurikuler dan memanfaatkan kelengkapan sarana dan prasarana dengan baik.
5. Mengadakan penelitian kepada masyarakat untuk mengetahui kebutuhan masyarakat atau sesuatu yang diinginkan oleh masyarakat dari pendidikan. Dalam rangka menganalisa kebutuhan masyarakat luas perlu dilihat dari hal-hal sebagai berikut: apa yang dibutuhkan masyarakat, apa yang sedang ramai dibicarakan masyarakat dan bagaimana pendapat masyarakat terutama tokoh-tokoh masyarakat tentang isu-isu yang sedang ramai dibicarakan.⁴

Dari contoh perencanaan strategis di atas, selanjutnya dapat dibuat program-program humas yang relevan dan tepat sasaran dengan membagi rencana program yang akan dijalankan ke dalam rencana jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek, dengan masing-masing jangka tersebut

⁴ Zainal Muttaqien, *Dunia Guru, Madrasah dan Tulisan Sekedar*,
<http://izaskia.wordpress.com/category/dunia-madrasah/>, diakses pada tanggal 30 September 2010

sebelumnya telah diidentifikasi serta disesuaikan dengan kebutuhan madrasah dan perkembangan masyarakat.

Kemudian dalam menyusun strategi dan program-program manajemen humas, hendaknya juga dilakukan dengan manajemen yang rapi, yaitu dengan memetakan dengan jelas perencanaannya, pengorganisasiannya, penanggung jawab dan sebagainya. Dalam manajemen humas, seperti yang tertera pada bab II, pihak madrasah hendaknya melakukan empat langkah kegiatan, yaitu menentukan masalah (*defining the problem*), perencanaan dan penyusunan program (*planning and programming*), melakukan tindakan dan komunikasi (*taking action and communicating*) dan evaluasi program (*evaluating the program*).⁵ Sehingga strategi dan program-madrasah juga dapat lebih efektif, lebih efisien dan dapat diketahui tingkat keberhasilan serta bagian-bagian yang perlu diperbaiki lagi.

C. Hasil Penerimaan Siswa Baru MTs Negeri Model Pemalang Sebagai Hasil Dari Strategi Humasnya

Dari hasil penelitian di bab 3, diketahui bahwa hasil dari diterapkannya berbagai strategi dan program humas dalam meningkatkan penerimaan siswa baru di MTs Negeri Model Pemalang belum begitu memuaskan apabila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini dapat diketahui dari jumlah pendaftar yang mendaftar di madrasah tersebut. Sebelum diterapkan berbagai strategi dan program humas, MTs mendapat jumlah pendaftar rata-rata 740 siswa pertahun selama 5 (lima) tahun, namun pada lima tahun berikutnya setelah diterapkan berbagai variasi strategi dan program manajemen humas, MTs hanya memperoleh rata-rata 607 siswa pertahun, turun 133 siswa dari rata-rata per tahun pada 5 (lima) tahun sebelumnya.

Setelah diterapkan berbagai variasi strategi dan program manajemen humas, MTsN Pemalang seharusnya dapat merengkuh jumlah pendaftar yang lebih banyak dari tahun sebelum-sebelumnya, namun kenyataannya justru

⁵ Morissan, *Manajemen Public Relation: Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta: Kencana, 2008), cet. 1, hlm. 108

sebaliknya. Dari fakta ini berarti ada hal yang harus segera dibenahi agar masyarakat kembali mendaftarkan putra-putrinya ke MTsN Pemalang, karena pendaftar mempunyai peran penting dalam memajukan kualitas madrasah. Dengan jumlah pendaftar yang banyak, maka pihak MTs dapat lebih leluasa menyeleksi calon-calon siswa unggulan yang nantinya menjadi peserta didik MTs ini. Apabila *in put* berupa masukan siswa baru yang bagus dan diproses dengan bagus, maka dapat mengeluarkan *out put* yang berkualitas pula.

Kurang berhasilnya pihak MTsN Pemalang dalam merekrut jumlah pendaftar disebabkan karena dalam penyusunan strategi dan program humas belum melakukan analisis yang serius, sehingga belum diketahui dengan pasti potensi dan peluang MTs yang dapat dioptimalkan untuk menarik minat, apa yang diharapkan masyarakat dari pendidikan dan bagaimana persepsi masyarakat tentang MTs, sehingga banyak dari masyarakat yang belum benar-benar mengetahui tentang MTsN Pemalang.

Permasalahan lain yang dihadapi MTs dalam menarik minat masyarakat diantaranya adalah masyarakat belum mengetahui dengan pasti seperti apa sistem pendidikan, kualitas dan prospek dari madrasah yang setingkat dengan SMP ini, sehingga seperti kata pepatah “tak kenal maka tak sayang”, maka masyarakatpun tidak dapat langsung percaya dengan kualitas MTs. Masalah ini ditambah dengan terjadinya persaingan yang semakin kompetitif dari sekolah-sekolah umum lainnya yang terus memperbaiki kualitasnya, sehingga tidak jarang masyarakat hanya memandang sebelah mata pada madrasah.

Sebenarnya MTsN Pemalang sebagai sekolah berciri khas Islam mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan sekolah umum biasa. Nilai lebih ini berupa muatan kurikulum agama yang lebih banyak dibandingkan SMP umum. Seharusnya kelebihan ini dapat menambah nilai jual dan daya saing MTs dalam meningkatkan animo masyarakat apabila pihak MTs dapat mempromosikan dengan baik tentang keunggulan tersebut, terlebih di zaman sekarang yang semakin terjadi penurunan nilai-nilai keagamaan di tengah masyarakat, maka peluang untuk menjaring minat masyarakat pada MTs

menjadi semakin besar, karena hanya madrasah yang mempunyai muatan kurikulum agama dan program keagamaan yang lebih banyak. Melalui usaha dari dini berupa menyekolahkan siswa-siswa tamatan SD atau sekolah sederajat ke MTsN Pematang dapat menjadi solusi alternatif yang menjamin untuk menghadapi royalnya dunia global namun tetap berpegang teguh pada nilai-nilai ajaran Islam, karena dalam MTsN Pematang mempunyai muatan kurikulum agama yang lebih banyak ditambah dengan ekstra kurikuler keagamaan yang banyak pula, seperti *amtsilati* (cara belajar kitab kuning), tilawatil qur'an dan program-program keagamaan lain.

Diakui atau tidak, masyarakat memilih menyekolahkan putra-putrinya di suatu lembaga pendidikan karena melihat kualitas lembaga pendidikan yang bagus, memiliki keunggulan yang tidak dimiliki lembaga pendidikan lain dan *out put* yang dihasilkan sukses atau dapat melanjutkan di sekolah berikutnya yang favorit. Artinya hubungan akrab dengan masyarakat dapat dimulai dengan memajukan pendidikan.⁶

Kelebihan MTs tersebut bisa saja direalisasikan mengingat kualitas guru di MTsN Pematang yang mumpuni, sarana dan prasarana lengkap dengan perpustakaan bertaraf otomasi yang memiliki banyak koleksi buku, banyak tokoh agama di sekitar MTs dsb. yang dapat mendukung MTs menjadi sekolah yang komprehensif, handal dalam ilmu pengetahuan umum dan teknologi serta unggul dalam ilmu agama Islam.

Setelah semua sudah dapat dilaksanakan dengan baik oleh MTs, maka langkah selanjutnya menjadi tugas manajemen humas, yaitu mempublikasikan MTs kepada masyarakat luas dengan menjelaskan mengenai keberadaan MTs, baik dengan metode langsung maupun melalui media, bahwa MTs sebenarnya mempunyai potensi lebih, tidak hanya dalam ilmu agama, melainkan juga dalam ilmu pengetahuan dan teknologi.

Kemudian mengenai seleksi masuk bagi calon siswa MTsN Pematang yang berupa tes wawancara (tes lisan) mengenai keahlian dalam BTQ (Baca

⁶ Made Pidarta, *Manajemen Pendidikan Indonesia*, (Jakarta: Bina Aksara, 1988), cet.1, hlm. 208

Tulis al Qur'an), tes kepribadian serta tes minat mengenai motivasi mendaftar di MTsN Pemalang, merupakan strategi yang bagus untuk mendapatkan calon-calon siswa yang tidak hanya cakap dalam ilmu umum tapi juga sudah bisa membaca Al Qur'an dengan baik serta mempunyai sopan santun, karena madrasah adalah lambang sekolah Islam.

Dari adanya seleksi penerimaan siswa baru di atas, dapat diketahui bahwa MTs tidak lagi hanya menginginkan jumlah pendaftar yang banyak dari segi kuantitas, tapi juga mengharapkan calon-calon siswa yang berkualitas. Namun sayangnya, maksud baik dari MTs ini kurang mendapat dukungan positif dari masyarakat. Hal ini terbukti setelah diadakannya tes tersebut, jumlah pendaftar semakin turun dari tahun ke tahun. Calon-calon siswa yang merasa belum mampu dalam BTQ menjadi takut atau *minder* mendaftar di MTsN Pemalang, sehingga urung mendaftar di MTsN Pemalang.

Menyadari hal itu, maka pada tahun berikutnya pihak MTs merubah tes tersebut dengan penelusuran bakat dan minat yang juga masih berupa wawancara. Wawancara ini dimaksudkan untuk mengetahui kemampuan dasar siswa dalam BTQ dan tidak mempengaruhi penerimaan siswa baru. Akan tetapi pergantian sistem tersebut tidak serta merta membuat masyarakat kembali berduyun-duyun mendaftar di MTsN Pemalang, karena masih adanya persepsi dari masyarakat mengenai wawancara yang ikut menentukan dalam penerimaan siswa baru, sehingga bagi mereka yang merasa belum menguasai ilmu BTQ tidak berani mendaftar di MTs ini.

Di sinilah pentingnya tugas humas, humas harus dapat memberi penerangan kepada masyarakat tentang segala sesuatu yang ada di MTs. Dari kasus di atas berarti telah terjadi salah persepsi antara masyarakat dengan MTs. Oleh karenanya, pihak humas MTsN Pemalang harus segera memberi penjelasan yang sebenarnya mengenai program dari madrasah tersebut, apalagi dengan adanya berbagai variasi strategi dan program manajemen humas di MTs, maka dapat semakin memudahkan kinerja humas untuk menyebarkan informasi MTsN Pemalang ke masyarakat luas, sehingga harapan masyarakat kembali tertarik dengan MTsN Pemalang dapat terwujud.

Kemudian telah diketahui pula bahwa sebagian besar siswa MTsN Pemalang mengenal dan tertarik dengan madrasah tersebut melalui kegiatan ekstra kurikuler yang dimiliki. Ekstra kurikuler yang dimaksud adalah *marching band*. Oleh karena itu, pihak MTs hendaknya senantiasa memajukan keunggulan yang dimiliki, karena hal ini dapat menarik minat masyarakat, di samping juga terus melakukan berbagai promosi, baik dengan kegiatan langsung ataupun melalui media.