

**STRATEGI PROMOSI MADRASAH  
MELALUI EKSTRAKURIKULER ROBOTIK  
DI MAN 1 BREBES**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan dalam Ilmu  
Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:

**MALIKHATUN AMINAH**

NIM: 1803036106

**MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UIN WALISONGO SEMARANG  
2023**

# PERNYATAAN KEASLIAN

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Malikhatus Aminah

NIM : 1803036106

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Progam Studi : S.1

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

### **STRATEGI PROMOSI MADRASAH MELALUI EKSTRAKURIKULER ROBOTIK DI MAN 1 BREBES**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 21 Juni 2023  
Pembuat Pernyataan,



Malikhatus Aminah  
NIM.1803036106

# PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jalan Prof. Dr. Hamka Km. 2 Kampus 2 Ngaliyan, Telepon 024-7601295,  
Faksimile 024-7615387, Semarang 50185  
[www.walisongo.ac.id](http://www.walisongo.ac.id)

## PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Strategi Promosi Madrasah Melalui Ekstrakurikuler Robotik di MAN 1 Brebes.  
Nama : Malikhatun Aminah  
NIM : 1803036106  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

Semarang, 17 Juli 2023

## DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Muh Ahlis Ahwan, M.P.  
NIP. 198507272019031007

Sekretaris Sidang

Syaiful Bakhri M. MSI.  
NIP. 198810302019031011

Penguji I

Baqiyatush Sholihah, S.Th.I., M.Pd.  
NIP. 198606272016012901



Penguji II

Agus Khunaiifi, M.Ag  
NIP: 197602262005011004

Pembimbing

  
Dr. Faturoh M.Pd.  
NIP. 197704152007011032

# NOTA DINAS

NOTA DINAS

Semarang, 22 Juni 2023

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

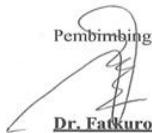
Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan arahan dan koreksi naskah dengan:

Judul : Strategi Promosi Madrasah Melalui Ekstrakurikuler Robotik di  
MAN 1 Brebes  
Nama : Malikhatus Aminah  
NIM : 1803036106  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Program Studi : S1

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang untuk diajukan dalam sidang munaqosah.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Pembimbing,



**Dr. Fatkuroji. M. Pd.**

NIP. 197704152007011032

## ABSTRAK

Judul : **STRATEGI PROMOSI MADRASAH  
MELAU EKSTRAKURIKULER  
ROBOTIK DI MAN 1 BREBES**

Penulis : Malikhatun Aminah

NIM : 1803036106

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah dengan mempromosikan keunggulan yang dimiliki oleh MAN 1 Brebes. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data, observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan data digunakan dengan triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes yaitu dengan Periklanan melalui brosur spanduk dan media social. *Personal selling* dengan Sosialisasi secara langsung kepada peserta didik. Promosi penjualan dengan Memberikan fasilitas penuh pada siswa yang mengikuti ekstrakurikuler roboik dan Publisitas/hubungan masyarakat dengan Mengikuti pameran dan mengikuti perlombaan. Implikasi strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes dapat Meningkatkan jumlah peserta didik dari tahun ketahun. Dapat menarik minat konsumen dan Meningkatkan kepercayaan masyarakat dan orangtua. MAN 1 Brebes lebih dapat meningkatkan promosi dengan memperbanyak promosi melalui media sosial, dan memperkaya konten website. Kemudian melengkapi sarana dan prasarana ekstrakurikuler robotik dan mengenalkan manfaatnya agar siswa dan masyarakat dapat mengenal.

Kata Kunci : *Strategi Promosi, Bauran Promosi, Ekstrakurikuler Robotik*

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor. 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang (al-) disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	`
ث	ṣ	غ	gh
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	ẓ	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	'
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

### Bacaan Mad:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

### Bacaan Diftong:

au = اؤ

ai = اِيْ

iy = اِي

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb*

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Madrasah melalui Ekstrakurikuler Robotik di MAN 1 Brebes”. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan besar kita Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi kita semua yang selalu kita harapkan syafaatnya di yaumul akhir nanti.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa tugas ini tidaklah berhasil dengan begitu saja tanpa ada bimbingan, arahan, bantuan, motivasi serta fasilitas yang diberikan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis haturkan terimakasih yang setulusnya kepada kepada Bapak dan Ibu:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Imam Taufik, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Dr. H. Ahmad Ismail, M.Ag., M.Hum.
3. Ketua Progam Studi Manajemen Pendidikan Islam, Dr. Fatkuroji, M.Pd. dan Sekretaris Progam Studi Manajemen Pendidikan Islam, Agus Khunaifi, M.Ag. yang telah mengizinkan membahas skripsi ini.

4. Dosen pembimbing Bapak Dr. Fatkuroji, M.Pd. yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya dalam memberikan bimbingan, pengarahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi.
5. Kepala Sekolah MAN 1 Brebes Ibu Dra. Hj. Nurhayati, M.Pd. beserta jajarannya yang telah membantu dan memberikan izin kepada penulis untuk penelitian.
6. Ayahanda Ali Rusmani dan Ibunda Daripah serta seluruh keluarga yang penulis sayangi. Telah memberikan dorongan dan kasih sayang tak terhingga, semangat terbesar demi kesuksesan penulis.
7. Kepada seluruh keluarga besar MPI terima kasih atas semangat, doa dan motivasinya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
8. Kepada sahabat tercinta Hilyatul Awliya yang selalu ada menemani dan memberi semangat dalam pengerjaan skripsi.
9. Kepada seluruh pihak yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis dapat menjadi kebaikan dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT Amiin. Dan semoga skripsi ini

bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan dapat  
dipergunakan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Semarang, 20 Juni 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Malikhatus Aminah', written in a cursive style.

Malikhatus Aminah

NIM.1803036106

## DAFTAR ISI

STRATEGI PROMOSI MADRASAH .....	i
MELALUI EKSTRAKURIKULER ROBOTIK .....	i
DI MAN 1 BREBES .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS .....	iv
ABSTRAK .....	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	8
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
<b>A. Deskripsi Teori</b> .....	11
<b>B. Kajian Pustaka</b> .....	44

<b>C. Kerangka Berfikir .....</b>	<b>48</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
<b>A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>50</b>
<b>B. Tempat dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>51</b>
<b>C. Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>51</b>
<b>D. Fokus Penelitian.....</b>	<b>53</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>53</b>
<b>F. Uji Keabsahan Data.....</b>	<b>57</b>
<b>G. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>58</b>
<b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>62</b>
<b>A. Gambaran Umum .....</b>	<b>62</b>
<b>B. Deskripsi Data .....</b>	<b>66</b>
<b>C. Anilisis Data .....</b>	<b>90</b>
<b>D. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>96</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>98</b>
<b>A. Simpulan .....</b>	<b>98</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>99</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>105</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 STRUKTUR SEKOLAHMAN 1 BREBES .....	66
Gambar 4. 2 Brosur MAN 1 Brebes.....	70
Gambar 4. 3 Spanduk MAN 1 Brebes.....	70
Gambar 4. 4 Media sosial MAN 1 Brebes .....	71
Gambar 4. 5 Sosialisasi SMPN 1 Wanasari. ....	75
Gambar 4. 6 Pembelajaran Ekstrakurikuler Robotik.....	78
Gambar 4. 7 Pameran Ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes di MTSN 2 Brebes.....	82

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Wawancara.....54

Tabel 4. 1 Jumlah Peserta Didik.....

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Surat Izin Penelitian .....	105
LAMPIRAN 2 : Surat Telah Melakukan Penelitian.....	106
LAMPIRAN 3 Instrumen Penelitian.....	107
<b>LAMPIRAN 4: Transkrip Wawancara.....</b>	<b>114</b>
LAMPIRAN 5 : Dokumentasi.....	131

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pendidikan merupakan bagian fundamental dari kehidupan, pendidikan memberikan ilmu pengetahuan untuk mengembangkan intelektual diri. Pendidikan juga merupakan awal kemajuan dari suatu negara dalam memperoleh generasi muda yang kreatif, inovatif, dan mandiri. Di era globalisasi ini tentunya kompetisi telah memegang penuh terhadap lembaga pendidikan seperti saat ini, jika tidak memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan cepat dan mampu berkembang dengan berbagai tuntutan zaman maka sangatlah sulit untuk bertahan.

Tuntutan terhadap dunia pendidikan sangat tinggi, mengingat pendidikan memberikan sumbangan besar bagi peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM). Kebutuhan akan pendidikan semakin banyak seperti model pendidikan pondok pesantren, homeschooling, dan sebagainya. Maka dari itu persaingan antar lembaga pendidikan semakin kompetitif bahkan tidak dapat dihindari. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya upaya kreatif penyelenggaraan pendidikan untuk mengetahui

keunikan dan keunggulan sekolah, karena banyak sekolah yang ditinggalkan oleh pelanggannya.

Dalam mencapai tujuan pendidikan yang diharapkan, tentunya lembaga pendidikan harus dapat mengelola manajemennya dengan baik agar tercapai secara efektif dan efisien. Keberhasilan lembaga pendidikan salah satunya ditentukan oleh bagaimana lembaga pendidikan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen (siswa). Selain itu, dalam hal keberhasilan lembaga pendidikan juga terdapat pada manajemen pemasarannya.

Pemasaran pada dasarnya adalah aktivitas perusahaan kreatif yang melibatkan perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, produk, dan jasa dalam pertukaran bahwa kebutuhan tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan tetapi juga mengantisipasi dan menciptakan kebutuhan masa depan mereka pada keuntungan.<sup>1</sup> Sedangkan di dalam lembaga pendidikan sekolah/madrasah pemasaran bisa didefinisikan sebagai pengolahan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk

---

<sup>1</sup> Eni Murwati, *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Tentang Manajemen Pemasaran Di MTS Negeri Maguwharjo)*, (Yogyakarta: Tesis Progam Studi Pendidikan Agama Islam Pasca Sarjana UIN Sunan Kalijaga, 2017), hal.21-22.

mempromosikan misi-misi sekolah/madrasah berdasarkan pemuasan kebutuhan baik untuk *stakeholder* ataupun masyarakat sosial pada umumnya.<sup>2</sup>

Lembaga pendidikan adalah sebuah kegiatan yang melayani konsumen berupa siswa dan masyarakat umum yang dikenal sebagai *stakeholder*. Lembaga pendidikan pada hakikatnya bertujuan untuk memberikan layanan dan pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan tersebut, karena mereka sudah membayar cukup mahal kepada lembaga pendidikan.<sup>3</sup>

Semakin kompetitifnya orangtua siswa harus teliti dalam memilih lembaga pendidikan yang sesuai dengan minat bakat dan yang mampu mewadahi sekaligus mengembangkan minat dan bakat anak-anaknya. Madrasah mempunyai keunggulan masing-masing yang nantinya akan dijual ke masyarakat. Salah satu keunggulan yang dapat dijual untuk menarik minat masyarakat adalah ekstrakurikuler dan segala prestasi yang pernah diraihinya.

Di era milenial ini, daya saing seolah sangatlah perlu ditingkatkan, baik aspek dan juga aspek strategi

---

<sup>2</sup> Muhaimin, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah* (Jakarta: Kencana, 2011), hal.98.

<sup>3</sup> Buhori alma, *Pemasaran Strategi Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2005)

pemasaran. Strategi pemasaran pendidikan yang sering digunakan oleh lembaga pendidikan pada umumnya yaitu mempromosikan lembaga pendidikan dengan cara menyebarkan brosur, membuat pamflet, mendatangi lembaga-lembaga pendidikan, melalui alumni-alumni atau melalui media sosial yang sekarang banyak diminati kalangan pelajar dan sebagainya. Dan strategi promosi madrasah yang melalui kegiatan ekstrakurikuler sudah mulai berkembang saat ini.

Strategi promosi adalah salah satu kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran. Strategi promosi yang dimaksud disini adalah setiap langkah yang diambil oleh sekolah untuk berkontribusi dengan masyarakat dengan tujuan dapat mencapai target atau sasaran yang sudah ditetapkan sekolah. Dalam hal ini, promosi akan menjelaskan mengenai kegiatan lembaga pendidikan memperkenalkan produknya, bisa melalui iklan, penawaran pribadi, promosi penjualan atau publikasi.

Dengan strategi promosi melalui kegiatan ekstrakurikuler ini lembaga pendidikan diharapkan dapat mudah memasarkan dan menarik minat dari pengguna layanan pendidikan. Karena orangtua atau calon peserta didik akan tertarik dengan ekstrakurikuler yang ditawarkan bermacam-macam dan menarik yang nantinya

akan menunjang peserta didik untuk lebih kejuruan dan tidak dibatasi untuk memilih kegiatan ekstrakurikuler apa yang ingin diambil yang sesuai bakat dan minatnya agar dapat untuk melanjutkan ke jenjang sekolah berikutnya.

MAN 1 brebes merupakan salah satu madrasah aliyah negeri yang berada di kabupaten Brebes. MAN 1 Brebes ini memiliki beberapa program ekstrakurikuler salah satunya yaitu ekstrakurikuler robotik. Program ekstrakurikuler Robotik MAN 1 Brebes merupakan program ekstrakurikuler baru. Menurut wawancara dengan pembina program ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes beliau adalah Bapak Mohammad Izuddin, beliau menyampaikan bahwa program unggulan robotik MAN 1 Brebes merupakan program ekstrakurikuler baru yang mulai diadakan pada Februari 2021 dan sempat vakum dalam waktu yang cukup lama akibat pandemi covid-19, kemudian aktif kembali pada sekitar bulan september 2022

Ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes memiliki tujuan agar siswa-siswi MAN 1 Brebes mampu menguasai teknologi robotika untuk mendukung MAN 1 Brebes menjadi madrasah unggulan berbasis riset serta berprestasi baik tingkat nasional maupun internasional. Program unggulan robotik MAN 1 Brebes sudah banyak

mengikuti perlombaan di tingkat nasional dan internasional, dengan mengikuti lomba-lomba maka program unggulan robotik MAN 1 Brebes semakin dikenal oleh masyarakat. Salah satu prestasi yang disumbangkan oleh program ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes tingkat internasional, diantaranya adalah:

- a. Juara Medali Perak pada kompetisi Indonesia Youth Robot Competition kategori Robot Creation Senior tingkat internasional pada Agustus 2021 yang diselenggarakan oleh Indonesia Youth Robot Association.
- b. Juara Honourable Mention/Penghargaan pada kompetisi Asian Youth Robot Olympiad 2021 kategori Animation Games tingkat internasional pada April 2021 yang diselenggarakan oleh Racer Robotik.
- c. Juara Medali Perunggu pada kompetisi Asian Youth Robot Olympiad 2021 kategori Creative MRT tingkat internasional pada April 2021 yang diselenggarakan Racer Robotik.

Alasan peneliti memilih MAN 1 Brebes karena memiliki beberapa keunikan dan keunggulan tersendiri. Salah satu keunggulan yang menjadi daya Tarik adalah ekstrakurikuler robotik. Ekstrakurikuler robotik di MAN

1 Brebes ini memiliki banyak prestasi lewat berbagai ajang perlombaan ditingkat nasional dan internasional disamping itu, dilihat dari tahun ke tahun, terdapat penurunan jumlah peserta didik yang signifikan, dikarenakan belum banyaknya masyarakat.mengetahui tentang layanan ekstrakurikuler robotik, belum banyaknya masyarakat mengetahui prestasi-prestasi yang diperoleh siswa dan guru, dan belum banyaknya masyarakat yang mengetahui visi misi sekolah. Sebagai upaya memecahkan masalah dan meningkatnya persaingan dalam dunia Pendidikan serta adanya usaha sadar terencana yang dilakukan oleh pendidik untuk mengembangkan segenap potensi peserta didiknya secara optimal, maka MAN 1 Brebes dituntut untuk bisa mempromosikan sekolahnya agar dapat menghadapi persaingan yang terjadi dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Oleh karena itu MAN 1 Brebes harus menerapkan strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah dengan mempromosikan keunggulan yang dimiliki oleh MAN 1 Brebes tersebut.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan

judul **“Strategi Promosi Madrasah Melalui Ekstrakurikuler Robotik di MAN 1 Brebes”**

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Strategi Promosi Madrasah Melalui Ekstrakurikuler Robotik di MAN 1 Brebes?
2. Bagaimana Implikasi Strategi Promosi Madrasah Melalui Ekstrakurikuler Robotik di MAN 1 Brebes?

**C. Tujuan Penelitian**

Bedasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah

1. Untuk mengetahui strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes
2. Untuk mengetahui implikasi strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes

**D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang mendalam dan komprehensif terhadap peneliti khususnya dan instansi atau lembaga yang terkait dengan strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik dalam kepercayaan pelanggan. Secara ideal penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dari beberapa aspek, di antaranya:

## 1. Secara Teoritis

Penelitian ini dilaksanakan untuk mempraktikkan dan mengembangkan ilmu yang telah diajarkan selama kuliah dan dengan harapan dapat menambah ilmu pengetahuan, khususnya mengenai strategi promosi kegiatan ekstrakurikuler robotik dan implikasinya yang ada di lembaga pendidikan.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Sekolah

- 1) Dapat membantu lembaga pendidikan dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan pendidikan
- 2) Dapat memberikan masukan pada pihak sekolah dalam memperhatikan ekstrakurikuler robotik agar pelanggan pendidikan lebih tertarik dengan program sekolah
- 3) Sebagai bahan informasi dalam memasarkan ekstrakurikuler robotik terhadap pelanggan pendidikan dalam menghadapi lingkungan yang semakin kompetitif.
- 4) Dengan adanya promosi ekstrakurikuler robotik, tentu sekolah telah menyediakan

pendidikan yang lengkap, dari sisi akademik maupun non akademik.

b. Bagi Peneliti

- 1) Meningkatkan pengetahuan bagi peneliti dalam mempromosikan ekstrakurikuler robotik yang ada di lembaga pendidikan dalam menghadapi kondisi persaingan yang semakin kompetitif.
- 2) Meningkatkan pengalaman langsung dalam proses penelitian yang bisa dijadikan bekal dimasa yang akan datang, serta meningkatkan pengetahuan dan pemahaman bagi peneliti.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Strategi Promosi

###### a. Pengertian Strategi Promosi

Kata “strategi” berasal dari bahasa latin yaitu “strategia” yang diartikan sebagai seni penggunaan rencana untuk mencapai tujuan. Menurut Roun Dirgantoro yang dikutip dalam buku *Strategik Konsep Kasus dan Implementasi*, mengemukakan bahwa strategi berasal dari bahasa yunani yang berarti “kepemimpinan dan ketentaraan”. Istilah yang dipakai dalam hal ketentaraan.<sup>4</sup> Iban Sofjan memaparkan bahwa strategi merupakan suatu rencana kegiatan yang menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, karena itu dapat diketahui oleh setiap orang dalam perusahaan maupun diluar perasaan.<sup>5</sup>

Secara harfiah, kata strategi dapat diartikan sebagai seni (*art*) *Stratagem* yaitu

---

<sup>4</sup> Dirgantoro, *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus dan Implementasi*, (Jakarta: Grasindo, 2001), hal.5.

<sup>5</sup> Iban Sofjan, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2015), hal.3.

siyasat atau rencana.<sup>6</sup> Menurut Bittel yang dikutip dalam buku Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, bahwa Strategi adalah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>7</sup> Menurut Drucker yang dikutip dalam buku Perilaku Organisasi, bahwa “*strategy is ow to win the war*” (cara memenangkan peperangan), sedangkan taktik (*policy*) adalah “*how to win the battle*” (cara memenangkan pertempuran). Robbins memaparkan strategi dalam konteks organisasi adalah penetapan berbagai tujuan dan sasaran jangka panjang yang bersifat mendasar bagi sebuah organisasi, yang dilanjutkan dengan penetapan rencana aktivitas dan pengalokasian sumber daya yang diperlukan guna mencapai sasaran tersebut.<sup>8</sup>

Strategi juga dapat dikatakan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya.

---

<sup>6</sup> Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005) Edisi Revisi, hal.210.

<sup>7</sup> Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal.199.

<sup>8</sup> Robbins, Stephen P., and Timothy A Judge. “*Perilaku Organisasi*” Edisi kesepuluh. (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2006), hal.89.

Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi.<sup>9</sup> Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa srategi adalah rencana atau progam-progam yang terencana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Biasanya strategi yang digunakan dalam pendidikan yaitu berhubungan dengan rencana yang digunakan agar lebih efektif dan efesien dalam memasarkan sekolah.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah program yang meliputi tujuan yang diinginkan disertai dengan tindakan atau langkah-langkah khusus untuk mencapai tujuan tersebut sebagai usaha untuk merespon lingkungan.

Philip Kotler menyatakan bahwa promosi merupakan berbagai yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan

---

<sup>9</sup> Bukhori Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Afabeta, 2003), hal. Kata Pengantar.

konsumen sasaran (target consumers) agar membelinya.<sup>10</sup>

### Surat Al-baqarah Ayat 2

ذٰلِكَ الْكِتٰبُ لَا رَيْبَ فِيْهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِيْنَ

Artinya :

“Kitab (Al-qur’an) ini tidak ada keraguan padanya petunjuk bagi mereka yang bertaqwa”.

Bersangkutan dengan ayat ini, M. Quraish Shihab sebagai pakar tafsir Al-qur’an berkata:

“anda dapat berkata bahwa ayat ini mempromosikan Al-qur’an”. Allah berfirman sebagai kitab sempurna, dia menjamin akan kebenarannya, jaminan yang sama dengan apa-apa yang oleh pembisnis dinamai *reliability product guarantee* sambilmenyebut manfaatnya sebagai *hudan* (petunjuk) serta menyebut juga siapa yang dapat memanfaatkannya. Bukankah ini serupa dengan dengan yang dilakukan para pembisnis? Atau dapat juga dikatakan bahwa ini adalah pengajaran kepada seluruh yang berminat melakukan jual beli, baik jasa, maupun

---

<sup>10</sup> Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Intermedia, 1983), edisi kedua, hlm.59

barang untuk menempuh hal yang sama dalam melakukan bisnisnya.<sup>11</sup>

"Promosi adalah aktivitas-aktivitas atau peristiwa-peristiwa yang direncanakan untuk menjamin dukungan atau pengakuan tentang diri seseorang, produk, lembaga atau gagasan."<sup>12</sup> Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka. maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Promosi merupakan rangkaian kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh produsen kepada konsumen melalui jalinan komunikasi dengan maksud mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan cara langsung bertatap muka

---

<sup>11</sup> Rizky Syahputra, Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan, *Jurnal Ecobisma* (Vol.6, No.2, 2019), hlm.85.

<sup>12</sup> H. Frazier Moore, *humas; Membangun citra dengan komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005) hlm.5

dengan calon konsumen (*personal selling*) atau dengan menggunakan media yang ada seperti media massa maupun elektronik atau dengan melakukan promosi penjualan.

Setelah mengetahui pengertian strategi dan promosi, maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi adalah program yang direncanakan secara fundamental dalam melaksanakan promosi agar mampu mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku audiens sasaran sehingga dapat mencapai tujuan promosi yaitu terjadinya pembelian atas produk yang ditawarkan.

b. Bauran pemasaran

Kegiatan promosi sangat erat hubungannya dengan menyebarkan informasi untuk disampaikan ke konsumen. Menurut Kotler dan Gary A. dalam Sindoro, bauran promosi adalah ramuan khusus dari iklan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya. Bauran pemasaran adalah kombinasi strategi yang paling baik dan variable-variabel

periklanan, *personal selling* dan alat promosi lainnya yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.<sup>13</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa bauran promosi merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisasikan dan digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Adapun bauran Promosi (Promotion Mix) terdiri dari :

1) Advertising (Periklanan)

Periklanan adalah segala bentuk presentasi non personal dan promosi ide barang atau jasa oleh sponsor yang ditujukan dengan mendapatkan bayaran. Mediana antara lain: brosur, buklet, poster, penayangan pada audio visual, *billboard*, dan sebagainya.<sup>14</sup>

Iklan yang dipasang di media-media tersebut dapat memberikan umpan balik

---

<sup>13</sup> Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah*, (Depok: Kencana, 2017), hlm. 19

<sup>14</sup> Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah*, (Depok: Kencana, 2017), hlm. 19

kepada sponsornya (berupa tanggapan) meskipun dalam tenggang waktu tertentu atau tidak secepat *personal selling*.<sup>15</sup> Sedangkan menurut William G. Nickels, periklanan adalah komunikasi non-individu dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang ada dilakukan oleh perusahaan, lembaga non-laba, serta individu-individu.<sup>16</sup>

Dari beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa periklanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memberikan informasi atau pengaruh kepada konsumen atau masyarakat luas tentang terjadinya suatu barang dan manfaatnya.

Pemilihan media iklan tergantung dari tujuan perusahaan. Masing-masing media memiliki tujuan dan segmentasi sendiri. Paling tidak ada empat macam

---

<sup>15</sup> Basu Swastha DH dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty Offset, 2008), hal 352

<sup>16</sup> Basu Swastha DH dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty Offset, 2008), hal 352

tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu:

- a) Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan, seperti peluncuran produk baru, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.
- b) Untuk mengingatkan kembali kepada pelanggan tentang keberadaan atau keunggulan produk yang ditawarkan.
- c) Untuk perhatian dan minat para pelanggan baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon pelanggan.
- d) Mempengaruhi pelanggan saingan agar berpindah ke produk dari perusahaan yang mengiklankan.

Adapun media-media yang digunakan untuk mendukung pengiklanan, yaitu:

- a) Media cetak

Media cetak adalah suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-

pesan visual dalam melaksanakan fungsinya sebagai penyampai informasi. Media cetak berupa surat kabar, majalah, brosur, katalog, dan lain-lain.

b) Media elektronik

Pesatnya perkembangan teknologi yang menghapuskan batas-batas ruang dan waktu membuat perusahaan atau lembaga banyak media periklanan elektronik. Sifatnya yang masif dan daya jangkau yang luas memungkinkan untuk menggapai market yang lebih besar. Media elektronik terdiri dari televisi, radio, internet, dan lain-lain.

Informasi yang dapat disajikan dalam iklan harus menarik, singkat, dan jelas, dengan iklan yang seperti itu dapat menimbulkan minat dalam benak konsumen, sehingga konsumen tertarik untuk mencoba dan membeli.

## 2) *Personal selling* (Penjualan Tatap Muka)

*Personal selling* adalah bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembeli.<sup>17</sup> Komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan kesukaan pembeli. Penjualan tatap muka merupakan sebuah proses dimana para pelanggan diberi informasi dan mereka dipersuasi secara personal untuk membeli produk yang ditawarkan.

## 3) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Secara umum, promosi mempunyai tujuan yaitu:

---

<sup>17</sup> Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*, (Yogyakarta : CV Budi Utama), hal 152

- a) Meningkatkan permintaan dari para pemakai industrial atau konsumen akhir.
- b) Meningkatkan kinerja pemasaran perantara
- c) Mendukung dan mengkoordinasikan kegiatan *personal selling* dan iklan.

Menurut Fandy Tjiptono sifat-sifat yang terkandung dalam promosi penjualan, diantaranya adalah:<sup>18</sup>

- a) Komunikasi, Sifat komunikasi mengandung arti bahwa promosi penjualan mampu menarik perhatian dan memberi informasi yang memperkenalkan pelanggan pada produk.
- b) Insentif Sifat insentif adalah memberikan keistimewaan dan rangsangan yang bernilai bagi pelanggan.
- c) Undangan Sifat undangan adalah mengundang khalayak untuk membeli saat itu juga.

---

<sup>18</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hal 229.

Promosi penjualan yang dilakukan oleh penjual dapat dikelompokkan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Pengelompokan tersebut adalah sebagai berikut:

- a) *Customer promotion*, yaitu promosi penjualan yang bertujuan untuk merangsang/mendorong pelanggan untuk membeli
- b) *Sales-force promotion*, yaitu promosi penjualan yang bertujuan untuk mendorong/memotivasi armada penjual
- c) *Trade promotion*, yaitu promosi penjualan yang bertujuan untuk merangsang pedagang grosir, pengecer,eksportir, dan importir untuk memperdagangkan barang/jasa dari sponsor
- d) *Bussines promotion*, yaitu promosi penjualan yang bertujuan untuk memperoleh pelanggan baru, mempertahankan kontak hubungan dengan pelanggan, memperkenalkan

produk baru, menjual lebih banyak kepada pelanggan lama, dan mendidik pelanggan.

Promosi penjualan dapat digunakan untuk *mendramatisasi* penawaran produk dan mendorong penjualan yang sedang lesu. Namun, pengaruh promosi penjualan biasanya bersifat jangka pendek dan akan berpengaruh ketika promosi tersebut masih berlangsung.

#### 4) *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Hubungan masyarakat dan publisitas adalah berbagai program untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk individualnya. Daya tarik hubungan masyarakat dan publisitas didasarkan pada tiga khusus:

##### a) Kredibilitas yang tinggi

Berita dan gambar lebih otentik dan dipercaya oleh pembaca dibandingkan dengan iklan.

##### b) Kemampuan menangkap pembeli yang tidak menduga/hubungan

masyarakat dapat menjangkau banyak calon pembeli yang cenderung menghindari wiraniaga dan iklan.

c) Dramatisasi

Seperti halnya periklanan, hubungan masyarakat memiliki kemampuan untuk mendramatisasi suatu perusahaan atau produk.

Pemasar cenderung kurang menggunakan hubungan masyarakat dan publisitas atau menggunakannya sebagai alternatif kedua. Tetapi program hubungan masyarakat yang direncanakan dengan baik dan dikoordinasikan dengan elemen bauran promosi yang lain dapat sangat efektif.

c. Langkah-Langkah Strategi Promosi

1) Mengidentifikasi Audiens Sasaran

Perencanaan promosi diawali dengan mengidentifikasi audiens sasaran terlebih dahulu. Audiens sasaran diartikan sebagai khalayak pasar yang diinginkan perusahaan, meliputi calon

pembeli. Pembeli saat ini, penentu keputusan, serta pihak-pihak yang dapat memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian termasuk orang-orang yang dekat dengan calon pembeli atau pembeli saat ini. Audiens sasaran ini dapat bersifat perseorangan, kelompok, masyarakat tertentu atau masyarakat umum.

Mengidentifikasi sasaran berarti menetapkan khalayak pasar yang diinginkan. Hal itu dilakukan untuk memudahkan dalam pengambilan keputusan mengenai pesan yang akan disampaikan, waktu penyampaian, media dan cara pesan disampaikan kepada audiens tersebut.

## 2) Menentukan Tujuan Promosi

Setelah audiens sasaran diidentifikasi, perusahaan harus menetapkan tujuan promosi yang ingin dicapai. Penetapan tujuan promosi akan memudahkan perusahaan memilih alat

promosi. Adapun tujuan promosi menurut Rossiter dan Percy, yaitu:

- a) Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*).
  - b) Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*).
  - c) Mendorong pemilihan terhadap suatu produk (*brand attitude*).
  - d) Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (*brand purchase intention*).
  - e) Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain (*purchase facilitation*), dan
  - f) Menanamkan citra produk dan perusahaan (*positioning*).<sup>19</sup>
- 3) Merancang Pesan

Philip Kotler sebagaimana dikutip Noviyanti dalam skripsinya dikatakan bahwa dalari merancang pesan, terdapat

---

<sup>19</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008) hlm. 222

beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu, “isi pesan, struktur pesan, format pesan, dan sumber pesan.”<sup>20</sup>

a) Isi Pesan

Dalam menentukan isi pesan yang ingin disampaikan, perusahaan perlu mencari dan membuat daya tarik, tema, dan ide yang mampu menarik perhatian audiens sasaran. Tema yang efektif akan menunjukkan manfaat produk yang mampu memotivasi terjadinya pembelian. Ada tiga daya tarik yang perlu dipertimbangkan dalam merancang pesan, yaitu daya tarik rasional yang membangkitkan kepentingan diri audiens sasaran, daya tarik emosional yang mencoba membangkitkan emosi positif dan negatif audiens sasaran dan daya tarik moral yang mengarahkan pada

---

<sup>20</sup> Noviyanti, *Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam dalam Upaya meningkatkan Jumlah Siswa*, (Jakarta: Perpustakaan Utama UIN Jakarta, 2007) hlm. 16

perasaan audiens sasaran tentang apa yang benar dan tepat.

b) Struktur Pesan

Keefektifan pesan juga tergantung pada struktur pesan, yaitu penyusunan pesan, bagaimana pesan disampaikan secara logis. Selanjutnya harus ditentukan susunan penyajiannya, apakah argumen yang kuat akan disampaikan di awal atau akhir pesan tersebut.

c) Format Pesan

Format pesan sangat dipengaruhi oleh media yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan. Jika media yang digunakan adalah media cetak, maka perusahaan perlu memperhatikan judul iklan atau pesan yang akan disampaikan, ilustrasi gambar dan warna yang menarik yang dapat mewakili maksud pesan tersebut. Apabila menggunakan media elektronik, maka perusahaan perlu

memperhatikan pemilihan kata-kata, kualitas suara, dan vokalisasi pesan yang disiarkan.

d) Sumber Pesan

Sumber pesan yaitu orang yang akan menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan oleh sumber pesan yang menarik atau terkenal akan lebih mampu menarik perhatian audiens sasaran dan mudah diingat.

4) Memilih Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi dimaksudkan sebagai jalur komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan. Saluran komunikasi di bagi dua, yaitu personal dan non personal. Saluran komunikasi personal merupakan komunikasi yang dilakukan dua orang atau lebih secara langsung tanpa perantara pihak ketiga. Komunikator dan komunikan dapat bertemu langsung di suatu tempat atau melalui alat komunikasi seperti surat dan

telepon. Berbeda dengan saluran komunikasi personal, saluran komunikasi non personal menyampaikan pesan tanpa melakukan kontak atau interaksi langsung dengan audiens sasaran, tetapi menggunakan media, atmosfer, dan acara.

#### 5) Menentukan Anggaran Promosi

Keputusan tersulit yang dihadapi perusahaan adalah menetapkan berapa biaya atau anggaran yang harus dikeluarkan untuk melaksanakan promosi, karena promosi memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan. “Anggaran ialah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku untuk untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang.”<sup>21</sup> menetapkan anggaran promosi yaitu: Ada 4 metode

---

<sup>21</sup> M. Munandar, *Budgeting; Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja*, Yogyakarta: BPFE, 1998) hlm. 1

dalam menyusun dan menentukan anggaran promosi, yaitu:

- a) Metode Sesuai Kemampuan Metode sesuai kemampuan yaitu menetapkan anggaran promosi pada tingkat yang mereka perkirakan dapat ditanggung oleh perusahaan.
- b) Metode Presentasi Penjualan Adalah metode penetapan anggaran promosi yang berupa persentase tertentu dari penjualan saat ini atau yang diperkirakan dalam persentase harga penjualan.
- c) Metode Mengimbangi Pesaing Yaitu menetapkan anggaran promosi seimbang dengan yang dilakukan oleh pesaing.
- d) Metode Sasaran dan Tugas Menetapkan anggaran didasarkan pada apa yang ingin dicapai. Metode ini menyiratkan penetapan sasaran promosi secara spesifik, penetapan tugas yang dilakukan untuk mencapai sasaran, dan

memperkirakan biaya untuk melaksanakan tugas-tugas tersebut.

## 2. Ekstrakurikuler

### a. Pengertian Ekstrakurikuler

Kata ekstrakurikuler merupakan gabungan dari dua kata yaitu, ekstra dan kurikuler. Ekstra berarti bonus, lemburan, sisipan, suplemen tambahan. Tambahan diluar yang resmi. Sedangkan kurikuler dalam kamus bahasa indonesia berarti bersangkutan dengan kurikulum.<sup>22</sup>

Secara teori, ekstrakurikuler membutuhkan semangat dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Pengertian ekstrakurikuler dapat ditemukan dalam panduan pengembangan diri yang diterbitkan oleh Departemen Pendidikan Nasional. Ekstrakurikuler adalah kegiatan pendidikan diluar jam mata pelajaran untuk membantu pengembangan peserta didik sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, dan minat mereka melalui kegiatan yang secara khusus

---

<sup>22</sup> Ririun Tius, *Strategi Pemasaran Sekolah dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model* (Studi Kasus di SMP Kristen Satya Wacana Salatiga, 2018), hal 2.

diselenggarakan oleh pendidik dan atau tenaga kependidikan yang berkemampuan atau berkewenangan disekolah atau madrasah.<sup>23</sup>

Definisi kegiatan ekstrakurikuler yaitu kegiatan yang merupakan kegiatan penunjang intrakurukuler dan dikerjakan di luar jam belajar efektif secara akademik. Kegiatan ekstrakurikuler merupakan salah satu komponen dari kegiatan pengembangan diri yang terprogram. Keegiatannya direncanakan secara khusus dan diikuti oleh peserta didik yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisinya. Adapun tujuan dari kegiatan ekstrakurikuler tersebut adalah untuk menunjang pendidikan peserta didik dalam mengembangkan bakat, minat kreatifitas, kompetisi, dan kebiasaan dalam kehidupan, kemampuan kehidupan keagamaan, sosial, belajar wawasan dan perencanaan karir serta terciptanyan kemandirian.

Ekstrakurikuler adalah kegiatan yang dilakukan di luar jam pelajaran baik dilaksanakan di sekolah maupun di luar

---

<sup>23</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Panduan Lengkap KTSP*, (Yogyakarta: 2007), hal 213.

sekolah dengan maksud untuk lebih memperkaya dan memperluas wawasan pengetahuan dan kemampuan yang telah dimiliki siswa dari berbagai bidang studi.<sup>24</sup> Ekstrakurikuler Merupakan kegiatan belajar yang dilakukan di luar jam pelajaran tatap muka, dilaksanakan di sekolah atau di luar untuk memperluas wawasan atau kemampuan yang telah dipelajari dari berbagai mata pelajaran.<sup>25</sup>

Ekstrakurikuler merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan siswa di luar jam tatap muka, dilaksanakan di sekolah maupun di luar jam sekolah.<sup>26</sup> Ekstrakurikuler adalah kegiatan tambahan yang diprogramkan sekolah untuk diikuti oleh seluruh siswa diluar jam pelajaran yang telah diprogramkan, sebagai suatu upaya untuk mengembangkan potensi dan kemampuan untuk menambah

---

<sup>24</sup> Moh. Uzar Usman, Lilis Setyowati, *Upaya Optimalisasi kegiatan Belajar Mengajar*, ( Bandung: Posdakarya, 1993), hal 22.

<sup>25</sup> B. Suryo Subroto, *Proses Belajar Mengajar di Sekolah*, ( Jakarta: Rineka Cipta,1997), hal 271.

<sup>26</sup> Dewa Ketut Sukardi, Desak Made Sumiati, *Bimbingan dan penyuluhan*, ( Jakarta: Rineka Cipta, 1990), hal 98.

wawasan keterampilan serta mengembangkan bakat dan minat siswa.

Kegiatan ekstrakurikuler sendiri diatur dalam Permendikbud No 62 Tahun 2014 Tentang Kegiatan Ekstrakurikuler pada Pendidikan Dasar dan Menengah. Kegiatan ini diselenggarakan di bawah bimbingan dan pengawasan satuan pendidikan dengan tujuan untuk mengembangkan bakat, minat, kemampuan, kepribadian, kerjasama dan kemandirian peserta didik secara optimal dan terarah untuk pencapaian tujuan pendidikan nasional.

Kegiatan ekstrakurikuler Merupakan kegiatan untuk pengembangan diri. Pengembangan diri melalui ekstrakurikuler ini setidaknya menggambarkan tentang antara lain:<sup>27</sup>

- 1) Jenis pilihan kegiatan ekstrakurikuler yang beragam

---

<sup>27</sup> Muhaimin, dkk. *Pengembangan model kurikulum tingkat satuan pendidikan (KTSP) pada sekolah dan madrasah*, ( Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal 67-68.

- 2) Memberikan rasional bahwa kegiatan ekstrakurikuler adalah bagian dari visi dan misi sekolah
- 3) Memberi keterangan bahwa ekstrakurikuler sudah disesuaikan dengan sumber daya yang ada disekolah.
- 4) Memberitahukan bahwa kegiatan ekstrakurikuler termasuk dalam tujuan yang sesuai dengan standar nasional yaitu bakat, minat, kreatifitas, kompetensi dan kebiasaan dalam kehidupan kemampuan beragam, sosial, belajar, wawancara, dan perencanaan karier, pemecahan masalah dan kemandirian.
- 5) Mempunyai persyaratan terhadap calon peserta kegiatan ekstrakurikuler.
- 6) Pemberian target terhadap pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler.

Pada pasal 3 Permendikbud No. 62 Tahun 2014 kegiatan Ekstrakurikuler dibagi menjadi dua yaitu kegiatan wajib dan kegiatan pilihan. Kegiatan ekstrakurikuler wajib merupakan kegiatan ekstrakurikuler yang wajib diikuti seluruh peserta didik contohnya

yaitu kegiatan pramuka. Sedangkan kegiatan ekstrakurikuler pilihan yaitu kegiatan yang berkaitan dengan potensi bakat minat peserta didik.<sup>28</sup>

b. Fungsi Ekstrakurikuler

Fungsi ekstrakurikuler dalam membentuk karakter siswa di sekolah sangat bervariasi. Hal ini tak lepas dari apa yang menjadi visi misi lembaga ekstrakurikuler. Adapun kegiatan ekstrakurikuler memiliki fungsi pengembangan, sosial, rekreasi dan persiapan karir yaitu:

- 1) Fungsi pengembangan merupakan kegiatan ekstrakurikuler berfungsi untuk mendukung perkembangan personal peserta didik melalui perluasan minat, pengembangan potensi, dan pemberian kesempatan untuk pembentukan karakter dan pelatihan kepemimpinan.
- 2) Fungsi sosial merupakan kegiatan ekstrakurikuler berfungsi untuk mengembangkan kemampuan dan rasa tanggung jawab sosial peserta didik.

---

<sup>28</sup> Permendikbud No 62 Tahun 2014 Tentang Kegiatan Ekstrakurikuler pada Pendidikan Dasar dan Menengah, pasal 1,2,3.

Kompetensi sosial dikembangkan dengan memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk memperluas pengalaman sosial, keterampilan sosial. Dan internalisasi nilai moral dan nilai sosial.

- 3) Fungsi rekreatif merupakan kegiatan ekstrakurikuler yang dilakukan dalam suasana rileks, mengembirakan dan menyenangkan sehingga menunjang proses perkembangan peserta didik. Kegiatan ekstrakurikuler harus dapat menjadikan kehidupan atau atmosfer sekolah lebih menantang dan lebih menarik.
- 4) Fungsi persiapan karir merupakan kegiatan ekstrakurikuler berfungsi untuk mengembangkan persiapan karir peserta didik melalui pengembangan kapasitas.<sup>29</sup>

c. Tujuan Ekstrakurikuler

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler di sekolah menurut

---

<sup>29</sup> Pusat Kurikulum, *Pengembangan Diri*, (Jakarta:Balitbang Depdiknas, 2006), hal 41.

Mohammad Uzer Usman dan Lilis Setiawati adalah:<sup>30</sup>

- 1) Kegiatan ekstrakurikuler harus dapat meningkatkan kemampuan siswa ber aspek kognitif, afektif dan psikomotorik.
- 2) Mengembangkan bakat dan minat siswa dalam upaya pembinaan manusia seutuhnya yang positif.
- 3) Dapat mengetahui, mengenal serta membedakan antara hubungan satu pelajaran dengan mata pelajaran lainnya.

Betapa besar fungsi dan tujuan kegiatan ekstrakurikuler dalam menuju tercapainya tujuan-tujuan pendidikan. Tentu hal ini dapat terwujud manakala pengelolaan kegiatan ekstrakurikuler dilaksanakan dengan sebaik-baiknya, khususnya pengaturan siswa, peningkatan disiplin siswa, dan semua para petugas. Kita menyadari bahwa mengatur siswa di luar kelas biasanya lebih sulit dari pada mengatur mereka di dalam kelas. Apabila kegiatan ekstrakurikuler melibatkan banyak

---

<sup>30</sup> Muhammad Uzer Usman dan Usman Setiawan, *Upaya Optimalisasi Kegiatan Belajar mengajar*. (Bandung: Remadja Rosdakarya. 1993), hal 56.

pihak tentulah hal ini memerlukan peningkatan administrasi lebih tinggi. Kepekaan para pengelola khususnya penanggung jawab pengaturan siswa sangat diperlukan.

### 3. Robotika

#### a. Pengertian Robotika

Robotika adalah ilmu pengetahuan dan teknologi mengenai robot, perancangannya, pembuatannya dan penerapannya.<sup>31</sup> Robot berdasarkan Kamus Bahasa Indonesia, adalah alat berupa orang-orangan dan sebagainya yang bisa bergerak (berbuat seperti manusia) yang dikendalikan oleh mesin.<sup>32</sup> Robotika membutuhkan kerjasama yang erat dari elektronika, mekanik, dan perangkat lunak. Robot dirancang dan dikendalikan oleh komputer, sehingga penggerakannya akan sesuai dengan pengawasan komputer yang telah diprogram secara otomatis. Jika program dirubah maka

---

<sup>31</sup> Houtman P. Siregar, *Mekanika Robot Berkaki*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012),hal.7.

<sup>32</sup> Pusat Bahasa Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008),hal.1312

gerak robot akan berubah pula. Perancangan serta memprogram robot ini bertujuan untuk menciptakan peralatan yang dapat melakukan suatu pekerjaan.<sup>33</sup>

Institut Robot Amerika, menjelaskan bahwa robot adalah manipulator yang dapat diprogram ulang, berfungsi banyak yang dirancang untuk memindahkan bahan, komponen, atau peralatan khusus melalui gerakan bervariasi yang diprogram untuk melaksanakan berbagai jenis pekerjaan.<sup>34</sup> Robotika juga merupakan hubungan kecerdasan dengan persepsi tindakan. Sebuah robot mampu mengenali dan memanipulasi lingkungannya karna diberi kecerdasan buatan yang diprogram manusia. Robot memiliki tingkat kecerdasan tertentu. Kelincahan dan keluwesan robot melakukan suatu gerakan tergantung pada tingkat kecerdasan yang diberikan.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Houtman P. Siregar, *Mekanika Robot Berkaki*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012),hal.3.

<sup>34</sup> Houtman P. Siregar, *Mekanika Robot Berkaki*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012),hal.6.

<sup>35</sup> Houtman P. Siregar, *Mekanika Robot Berkaki*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012),hal.6-7.

Bedasarkan beberapa pengertian diatas robotika adalah suatu ilmu untuk merancang dan memprogram robot sehingga dapat digunakan untuk membantu memecahkan masalah kehidupan manusia dan memudahkan pekerjaan sehari-harinya.

b. Program Unggulan Robotik MAN 1 Brebes

Program Unggulan Robotik MAN 1 Brebes merupakan program ekstrakurikuler baru yang mulai diadakan pada Februari 2021. Bertujuan agar siswa-siswi MAN 1 Brebes mampu menguasai teknologi Robotika untuk mendukung MAN 1 Brebes menjadi Madrasah unggulan berbasis riset serta berprestasi baik tingkat nasional maupun internasional. Manfaat dari program unggulan robotik MAN 1 Brebes diantaranya adalah:

- 1) Menguatkan *hard skill* (*designing, assembling, programming*)
- 2) Menguatkan *soft skill* (ketekunan, kesabaran, kesadaran, kerjasama)
- 3) Belajar berorganisasi (kerja tim, adaptasi kepemimpinan, manajemen problem solving)

- 4) Meningkatkan kreativitas (menemukan ide, matematika, logika)
- 5) Penguasaan teknologi robotika
- 6) Memupuk kesadaran dan semangat untuk berprestasi dan berkontribusi untuk Indonesia.

## **B. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka adalah penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diangkat oleh peneliti. Kemudian hasil dari penelitian terdahulu digunakan oleh peneliti sebagai pembanding dan tambahan informasi dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Beberapa kajian pustaka yang digunakan penulis sebagai referensi awal dalam melakukan penelitian yaitu :

1. Jurnal dari Karen A. Berger dan Harlan P. Wallingford yang berjudul *Developmen Advertising and Promotion Strategi for Higher Education* menyatakan bahwa sebuah pendekatan untuk strategi periklanan dan promosi yang berfokus pada identifikasi keadaan kesiapan pembeli dan pemilihan selanjutnya dari tujuan komunikasi yang tepat. Sementara banyak yang telah dilakukan untuk mengidentifikasi citra dan posisi dalam pemasaran

pendidikan tinggi, penulis berpendapat bahwa hanya sedikit yang telah dilakukan untuk mengikat keadaan pikiran atau pemahaman pelanggan tentang produk/jasa ke strategi iklan dan promosi. Penulis menerapkan pendekatan hirarki tujuan komunikasi yang banyak digunakan dalam iklan konsumen untuk pendidikan tinggi, mengutip banyak contoh dari iklan dan promosi pendidikan tinggi.<sup>36</sup>

Persamaan jurnal diatas dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas tentang promosi pendidikan namun terdapat perbedaan dengan jurnal diatas, penelitian ini berfokus pada ekstrakurikuler sebagai objek dalam strategi promosi, sementara jurnal diatas berfokus terhadap promosi pendidikan tinggi, atau perguruan tinggi.

2. Penelitian dalam skripsi yang ditulis oleh Rossy Yatus Sangadah tahun 2020 dengan judul “Strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru

---

<sup>36</sup> Publisher Routledge, ‘Informa Ltd Registered in England and Wales Registered Number: 1072954 Registered Office: Mortimer House, 37- Journal of Marketing For Higher Education Doctoral Programs: What Factors Attract Students’, Journal of Marketing, [7.794830839](https://doi.org/10.1300/J050v07n04) (1997), 37–41 <<https://doi.org/10.1300/J050v07n04>>.

di MTS Ahmad Yani Suklilo Jabung Malang”. Penelitian diatas menunjukkan hasil bahwa dari strategi perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran, maka pada akhirnya pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* di MTS Ahmad Yani Suklilo Jabung Malang dapat berjalan dan berkembang, dengan tujuan utama yaitu menarik calon peserta didik baru. Hal ini dapat terlihat peran *drum band* dengan pemasaran yang telah terencana mampu berimplikasi dalam menarik minat calon peserta didik baru.

Persamaan penelitian Rossy Yatus Sangadah dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah sama-sama mengkaji tentang meningkatkan kualitas sekolah melalui strategi pemasaran ekstrakurikuler sedangkan perbedaanya adalah penelitian terdahulu fokus penelitian dalam strategi pemasaran madrasah melalui ekstrakurikuler *drum band* untuk menarik minat calon peserta didik baru sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berfokus pada strategi promosi melalui ekstrakurikuler robotik.

3. Penelitian dalam skripsinya Dian Yunita sari yang berjudul “Strategi Promosi Jasa Pendidikan di

Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo” yang mendapatkan hasil sebagai berikut adanya tujuan promosi di SDMT Ponorogo yaitu untuk mengenalkan SDMT Ponorogo ke masyarakat, selanjutnya untuk menarik minat masyarakat, mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan tentunya untuk mempertahankan eksistensi sekolah. SDMT Ponorogo telah menerapkan bauran promosi dalam melaksanakan kegiatan promosi sekolah. Strategi pemilihan media promosi di SDMT Ponorogo yakni menggunakan media terkini sesuai dengan perkembangan zaman seperti internet, media sosial, dan website.<sup>37</sup>

Penelitian diatas memiliki persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan, yaitu sama-sama menggunakan strategi promosi namun ada yang memebedakan dari penelitian diatas dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu peneliti berfokus pada bagaimana strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler dan bagaimana impikasi dari strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik. Sedangkan penelitian diatas yaitu bagaimana

---

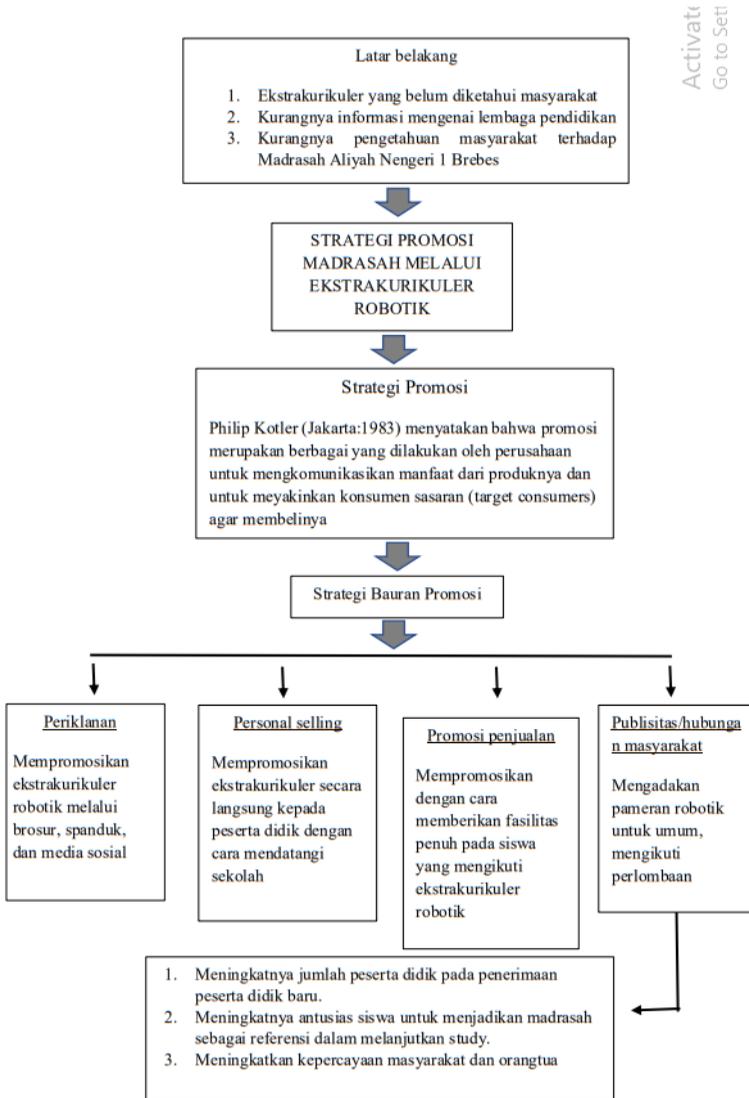
<sup>37</sup> Dian Yunitasari, “Strategi Promosi Jasa Pendidikan di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu”, *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019) hlm. 178-181

sekolah menciptakan tujuan promosi, bagaimana bauran promosi jasa pendidikan dan apa saja faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam memilih bentuk-bentuk promosi, serta strategi pemilihan media promosi.

### **C. Kerangka Berfikir**

Dengan adanya kerangka berfikir maka akan berpengaruh pada fokus penelitian dan hasil penelitian juga akan terlihat lebih sistematis dalam pengolahannya. Berikut skema kerangka berfikir dalam skripsi penelitian ini:

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berfikir**



### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini yang digunakan dalam menganalisis strategi promosi madrasah melalui kegiatan ekstrakurikuler di MAN 1 Brebes ialah menggunakan penelitian deskriptif. Menurut Suharsimi Arikunto menyampaikan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif yaitu menggambarkan “apa adanya” tentang suatu keadaan atau kejadian.<sup>38</sup> Penelitian jenis ini dapat membantu proses analisis Strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes yang sedang dilakukan penelitian agar bisa mendapatkan data yang diinginkan oleh peneliti secara efektif.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif juga bisa disebut pendekatan naturalistik karena penelitian dilakukan langsung berkenaan dalam kondisi yang alamiah.<sup>39</sup> Pendekatan ini diterapkan agar bisa mencari informasi data secara lisan atau tertulis dari hasil analisis strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik

---

<sup>38</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005). Hlm.200.

<sup>39</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan, pendekatan kualitatif kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.14.

MAN 1 Brebes. Penelitian ini menggunakan metode jenis evaluatif. Penelitian evaluative yaitu bagian dari penelitian terapan, penelitian ini digunakan untuk mengukur keberhasilan atau ketercapaian dari kegiatan tertentu. Penelitian dapat digunakan sebagai pengetahuan atau pengembangan lebih lanjut.<sup>40</sup>

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

### 1. Tempat penelitian

Tempat yang dijadikan untuk penelitian adalah di MAN 1 Brebes yang beralamat di jl. Yos Sudarso Komplek Islamic Centre, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah 52211.

### 2. Waktu penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan yaitu pada bulan Juni tahun 2023. Penelitian tidak dilakukan secara berkala dalam rentang waktu tersebut, tetapi menyesuaikan dengan waktu tertentu yang dibutuhkan peneliti dalam melakukan penelitian.

## **C. Jenis dan Sumber Data**

Sumber data penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Adapun sumber data dari penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu:

### 1. Sumber data primer

---

<sup>40</sup> Sandu Sitoyo dan M. Ali Shodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 285.

Sumber data primer adalah sumber data tentang yang diperoleh langsung dari subjek penelitian.<sup>41</sup> Orang yang memberi informasi disebut informan. Adapun informan dalam penelitian ini adalah kepala sekolah, humas, guru ekstrakurikuler robotik, murid dan masyarakat yang berhubungan dengan MAN 1 Brebes.

## 2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang tidak secara langsung diperoleh peneliti dari subjeknya akan tetapi didapatkan melalui pihak lain.<sup>42</sup> Informasi yang telah didapatkan oleh peneliti kemudian diperkuat dan dilengkapi melalui data sekunder. Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumen yang berhubungan dengan strategi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes.

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2016), hlm.308.

<sup>42</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,(Bandung: Alfabeta,2016), hlm.309.

#### **D. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan hal yang akan diteliti dalam sebuah kegiatan penelitian untuk menghindari permasalahan yang terlalu luas, maka dalam sebuah penelitian harus ada fokus yang dijadikan kajian dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti lebih menekankan pada Strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes dan implikasi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler MAN 1 Brebes.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penulis melakukan pengumpulan data secara langsung di MAN 1 Brebes dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun penjelasannya adalah sbagai berikut:

##### **1. Wawancara**

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab antara dua orang untuk bertukar informasi dan gagasan, sehingga dapat membangun makna pada sebuah topik. Teknik ini digunakan oleh peneliti ketika ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Selain itu dilakukan dalam rangka

mengadakan kajian awal untuk menemukan permasalahan yang hendak diteliti.<sup>43</sup>

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian kali ini adalah jenis wawancara terstruktur, yang berarti wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis untuk pengumpulan data.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara untuk memperoleh data dengan cara tanya jawab dengan kepala madrasah MAN 1 Brebes, bagian humas dan guru ekstrakurikuler robotik.

**Tabel 3. 1**  
**Wawancara**

No.	Nama	Bagian	Hari dan Tanggal Wawancara
1.	Dra. Hj. Nurhayati, M.Pd	Kepala Sekolah	Rabu, 07 Juni 2023
2.	Nur Azizah, S.Pd	Humas	Kamis, 08 Juni 2023
3.	Moh. Izzudin, S.Pd.Si	Pembina Robotik	Kamis, 08 Juni 2023

---

<sup>43</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan: *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2016), hal.309.

## 2. Observasi

Observasi menurut Nawawi dan Martini yang dikutip dalam buku metodologi penelitian oleh Afifudin dan Ahmad Saebani bahwa observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.<sup>44</sup> Observasi adalah sarana pengumpulan data kualitatif, yang meliputi penyaksian secara cermat dan pencatatan secara sistematis apa saja yang kita lihat dan kita dengar secara langsung di dalam seting tertentu.<sup>45</sup> Teknik ini digunakan untuk mengamati dan memperoleh data tentang keadaan sekolah. Peneliti terjun kelapangan dengan melakukan pengamatan dan mencatat keadaan yang ada disekolah.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan alat bantu berupa buku catatan, kamera dan perekam suara. Metode observasi digunakan untuk melihat secara langsung mengenai strategi promosi Pendidikan melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes.

---

<sup>44</sup> Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ( Bandung: Cv Pustaka Setia, 2009), hlm.134

<sup>45</sup> Craig A Metler, *Action Research mengembangkan sekolah dan memberdayakan guru*,( Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011),hal.192.

Data yang dikumpulkan oleh peneliti dari metode observasi diantaranya:

- a. Mengamati pelaksanaan kegiatan promosi melalui ekstrakurikuler robotik
  - b. Mengamati keadaan lingkungan sekolah yang dijadikan tempat pelaksanaan ekstrakurikuler robotik
  - c. Mengamati kegiatan ekstrakurikuler robotik
3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah alat pengumpulan data yang utama karena pembuktian hipotesisnya yang diajukan secara logis dan rasional melalui pendapat, teori atau hukum-hukum yang diterima, baik mendukung maupun menolong hipotesis tersebut.<sup>46</sup> Studi dokumen dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk menemukan bukti fisik yang disampaikan informan pada saat diwawancarai, pengumpulan melalui dokumen bisa menggunakan alat kamera, rekaman hasil wawancara kepala sekolah, humas, pembina progam unggulan robotik MAN 1 Brebes dan masyarakat.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode dokumentasi berupa foto, arsip dan dokumen

---

<sup>46</sup> Nurul Zuriah, *Metodologi penelitian sosial dan pendidikan*, (Jakarta:Bumi aksara, 2009), hal 190.

yang berada di sekolah, seperti brosur spanduk sosial media, kegiatan-kegiatan saat pembelajaran ekstrakurikuler berlangsung dan foto-foto arsip kegiatan.

## **F. Uji Keabsahan Data**

Data yang diperoleh oleh peneliti adalah data fakta yang masih mentah, artinya data tersebut masih perlu diolah dan dianalisis lebih lanjut agar menjadi data yang bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode triangulasi dalam pengecekan data yang diperoleh. Adapun pengertian Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembanding terhadap data tersebut.<sup>47</sup> Triangulasi dibagi menjadi tiga jenis diantaranya :

### **1. Triangulasi sumber**

Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

---

<sup>47</sup> Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Taman Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), hlm.104.

## 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas dengan cara mengumpulkan data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

## 3. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu digunakan untuk menguji kredibilitas dengan cara mengumpulkan data diwaktu yang berbeda.

### **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data yaitu sekumpulan kegiatan, pengelompokan, penelaahan, penafsiran, sistematisasi dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai akademis, ilmiah dan sosial. Maka dari itu, analisis data disebut juga dengan penafsiran data dan pengolahan data. Dalam menjalankan analisis data, langkah pertama yang harus dilakukan oleh peneliti yaitu melakukan pengecekan terhadap data yang diperoleh dari hasil wawancara kepala sekolah, humas dan guru ekstrakurikuler robotik,. Setelah itu, hasil wawancara dianalisis kembali bersama hasil observasi atau pengamatan selama penelitian guna untuk mengetahui bagaimana strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes. Setelah data semua terkumpul, kemudian lanjut langkah selanjutnya

yaitu memberikan analisis secara cermat dan tepat terhadap objek. Metode yang digunakan dalam memberikan data yang diperoleh berupa metode deskriptif kualitatif yang berupa pendiskripsian strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes. Selanjutnya agar data yang didapat sesuai dengan kerangka masalah, maka menjelaskan tiga langkah utama analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman diantaranya adalah :

#### 1. Reduksi data

Reduksi data merupakan suatu bentuk kegiatan analisis yang memilih, memfokuskan, mempertajam, merangkum data dalam suatu cara, dan menghasilkan kesimpulan akhir yang bisa digambarkan dan diverifikasikan.<sup>48</sup>

Data reduksi ini dapat mempermudah dan memberikan gambaran dengan jelas kepada peneliti untuk mengumpulkan data berikutnya mengenai strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes yang dikumpulkan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian dijadikan menjadi sebuah rangkuman.

---

<sup>48</sup> Muri Yusuf, *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan penelitian Gabungan*, (Jakarta: kencana, 2017), hlm. 372-408.

## 2. Data Display (Penyajian Data)

Penyajian data merupakan suatu cara untuk merangkai data dalam suatu organisasi yang mempermudah untuk membuat kesimpulan atau tindakan yang disampaikan.<sup>49</sup> Penyajian data yang bertujuan untuk menyeleksi data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian tentang strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes. Yang berarti data yang sudah dirangkum kemudian dipilih, sekiranya data mana yang dibutuhkan untuk penulisan laporan penelitian.

## 3. Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi merupakan langkah terakhir dalam proses analisis data. Peneliti menyimpulkan data-data yang telah didapat tentang kegiatan tersebut untuk bisa mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari persamaan, perbedaan atau hubungan. Penarikan kesimpulan dilakukan untuk membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan arti yang terkandung dengan konsep dasar dalam penelitian yang dilaksanakan. Apabila

---

<sup>49</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), hlm. 339.

penarikan kesimpulan sudah sesuai atau valid maka kesimpulan dapat dipertanggung jawabkan.<sup>50</sup>

Kemudian analisi ini dapat dilakukan saat peneliti berada dilapangan. Lalu mendiskripsikan semua data yang diperoleh, selanjutnya dianalisi secara sistematis, cermat dan akurat dalam mengambil kesimpulan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan robotik MAN 1 Brebes tentang Strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik.

---

<sup>50</sup> Sandu Sitoyo dkk, *Dasar Metodologi..*, hlm. 124.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. Sejarah Singkat Sekolah**

Madrasah Aliyah Negeri 1 Brebes didirikan pada tahun 1983 oleh Yayasan Sunan Kalijaga, dibawah kepemimpinan Drs. H. Rosyidi sebagai Pelindung dan Drs. Thohirin sebagai Ketua Yayasan. Pada waktu itu statusnya masih swasta dengan nama Madrasah Aliyah Sunan Kalijaga.

Lokasi Madrasah Aliyah Sunan Kalijaga berada di Pondok Pesantren An-Nidzom Nurul Huda Gamprit Kelurahan Pasarbatang Kecamatan Brebes Kabupaten Brebes (sebelah alun-alun Brebes kurang lebih 250 meter). Madrasah Aliyah tersebut dipimpin oleh Drs. Noor Salim Mukhtar sebagai Kepala Madrasah dan wakilnya adalah Sartono Marlan.

Pada tahun 1984, Madrasah Aliyah Sunan Kalijaga statusnya berubah menjadi Madrasah Aliyah Negeri Filial MAN Babakan Tegal dengan surat keputusan No:Kep/E/PP.0.3.2/336/1984. Keadaan siswa pada waktu itu dari tahun ke tahun semakin meningkat, sehingga pada tahun pelajaran 1990/1991 jumlahnya mencapai 224 siswa.

Pada tahun pelajaran 1991/1992 Madrasah Aliyah Negeri Filial Man Babakan di Brebes dinegerikan dengan Surat Keputusan No : 137 Tahun 1991 tanggal 11 Juli 1991 sebagai kepala MAN 1 Brebes pada waktu itu adalah Drs, Noor Salim Mukhtar.

Oleh karena MAN 1 Brebes pada waktu itu belum memiliki tanah, maka Pemerintah Daerah Kabupaten Brebes menyerahkan tanah milik Pemda Brebes seluas 9.672  $m^2$  untuk ditempati sebagai lokasi Pendidikan MAN 1 Brebes.

Sambil menunggu pembangunan Gedung MAN 1 Brebes berdiri untuk sementara menduduki gedung Sekolah Dasar Luar Biasa (LSDB) tepatnya pada bulan Agustus 1991.

Pada tahun 1993 MAN 1 Brebes secara resmi menggunakan lokasi gedung baru dengan alamat Jl. Yos Sudarso Komplek Islamic Centre Brebes.

Pada tahun 2006 gedung baru sudah dipakai sebagian siswa sedangkan kantor TU dan Ruang Guru masih di Gedung MAN 1 Brebes yang lama yang berlokasi di area *Islamic Centre*.

Pada tahun 2016 MAN 1 Brebes resmi pindah menggunakan Gedung baru yang berlokasi di Jl. Yos Sudarso No.20 sampai dengan sekarang.

## **2. Visi dan Misi MAN 1 Brebes**

### **a. Visi**

“Islami yang Anggun Bermoral dan Unggul Berprestasi”

### **b. Misi**

- 1) Menyelenggarakan Pendidikan yang berkualitas baik bidang IPTEK maupun IMTAQ dalam rangka meningkatkan daya saing dan produktivitas bangsa.
- 2) Mewujudkan lingkungan yang bersih, asri dan agamis
- 3) PBM yang berorientasi pada pemberdayaan peserta didik agar mampu menguasai materi pengetahuan dan keterampilan untuk bekal kehidupan.
- 4) Pemberdayaan masjid sebagai laboratorium keagamaan, pembiasaan sholat berjamaah serta sunnah, tartil Al-Qur'an, ucapan kalimat thoyibah dan perilaku sopan
- 5) Kerja sama dengan orangtua/wali (komite madrasah) menjalin hubungan baik dengan

masyarakat, kerja sama dengan dunia usaha sebagai perwujudan manajemen berbasis sekolah (MBS).

c. Tujuan

“mampu secara efektif melaksanakan ibadah ibadah jama’ah dengan benar dan tertib, khatam Al-Qur’an dengan bacaan tartil, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi secara profesional yang mampu memberikan sumbangan penting bagi masyarakat Indonesia dalam memasuki milineum baru”.

### 3. Struktur MAN 1 Brebes

Gambar 4. 1

## STRUKTUR SEKOLAHMAN 1 BREBES



## B. Deskripsi Data

### 1. Strategi Promosi Madrasah Melalui Ekstrakurikuler Robotik di MAN 1 Brebes

Sebagai sebuah Lembaga yang bergerak dalam bidang Pendidikan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas sudah menjadi bagian yang

tidak terpisahkan bagi MAN 1 Brebes untuk mempromosikan diri dan juga memasarkan sekolah kepada masyarakat luas agar semua tahu apa yang ditawarkan oleh MAN 1 Brebes dan apa saja yang didapatkan jika menyekolahkan anaknya di MAN 1 Brebes. Dalam hal ini, sekolah melakukan strategi dalam mempromosikan sekolahnya, yaitu dengan melalui ekstrakurikuler robotik. Promosi yang dilakukan pasti memerlukan sebuah strategi yang matang dan juga perencanaan yang mantap agar semua target dan tujuan awal dari promosi tercapai, namun apabila tidak ada strategi yang digunakan dan promosi hanya mengalir bagai air yang mengikuti arus maka bisa dikatakan ada faktor lain yang terlebih dahulu melampaui strategi yang akan digunakan dalam promosi.

Berikut hasil wawancara, observasi serta dokumentasi dari penelitian tentang strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes, dengan menggunakan strategi bauran promosi diantaranya:

a. Periklanan

Sebagaimana dijelaskan oleh Kepala Sekolah MAN 1 Brebes ibu Dra. Hj. Nurhayati,

M.Pd dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan:

Media periklanan yang digunakan MAN 1 Brebes dalam mempromosikan madrasah melalui ekstrakurikuler robotik melalui website MAN 1 Brebes, Facebook, Instagram, Youtube dan media sosial lainnya, kemudian melalui brosur, spanduk, pamflet dan bahkan beberapa kali ekstrakurikuler robotik kita masuk ke acara TV karena prestasi yang telah diraih ekstrakurikuler robotik kita.<sup>51</sup>

Bedasarkan uraian diatas, kemudian diperkuat oleh humas tentang strategi promosi madrasah melauai ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes Ibu Nur Azizah, S.Pd mengatakan:

Dalam promosi ekstrakurikuler robotik melalui periklanan kami mengedarkan brosur, membuat spanduk dan memberikan informasi terkait ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes di media sosial.<sup>52</sup>

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan pertanyaan yang sama dengan guru ekstrakurikuler robotik Bapak Moh. Izzudin yaitu:

---

<sup>51</sup> Wawancara dengan Ibu Nurhayati, Kepala Sekolah MAN 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 08.46 WIB

<sup>52</sup> Wawancara dengan Ibu Nur Azizah selaku humas MAN 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 09.14 WIB.

khusus untuk melalui periklanan kami disini ya tadi utamanya media sosial, setiap ada event apapun yang diikuti ekstrakurikuler robotik selalu kita upload media sosial MAN 1 Brebes dari mulai Facebook, Instagram, Youtube dan yang lainnya<sup>53</sup>

Jadi hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa bauran promosi di MAN 1 Brebes melalui ekstrakurikuler robotik menggunakan media periklanan yaitu dengan menggunakan media cetak maupun elektronik. Media cetak diantaranya seperti membuat brosur sekolah, dengan isi keunggulan-keunggulan yang dimiliki MAN 1 Brebes salah satunya memiliki ekstrakurikuler robotik dan media cetak yang lain yaitu membuat spanduk. Sedangkan media elektronik, promosi yang digunakan yaitu melalui Facebook, Instagram, website, Youtube dan lainnya.

Hal ini sesuai dengan yang peneliti amati terkait spanduk dan brosur di MAN 1 Brebes.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Wawancara dengan Bapak Moh. Izzudin selaku Pembina ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes pada 7 Juni 2023 pukul 10.30 WIB

<sup>54</sup> Observasi brosur dan spanduk MAN 1 Brebes pada 7 Juni 2023, pukul 11.00 WIB.

Setelah melakukan wawancara dan observasi, data ini diperkuat dengan dokumentasi yang diperoleh peneliti terkait brosur, spanduk dan sosial media.

**Gambar 4. 2**  
**Spanduk Ekstrakurikuler Robotik MAN 1 Brebes**

The banner for the Semarang Robotic Games 2023 features the school's logo and various partner logos including 'MANSABES kreatif', 'IYRA', and 'Robotasia'. The central text reads 'Selamat & Sukses atas raih prestasi siswa MAN 1 Brebes dalam ajang: SEMARANG ROBOTIC GAMES 2023'. It mentions the event is organized by Robotasia, IYRA & UIN Wallisongo on February 21, 2023. Two winners are highlighted: Adhieraanda Putra Abidin and Nahdine Nurunnajwa Elfath (Gold Medal, Creative Open) and Hafiz Ali Kusworo and Erlangga Putra Sadewa (Bronze Medal, Coding Mission). A photo of the school principal, Dra. Hj. Nurhayati, M.Pd, is on the right.

**Gambar 4. 3**  
**Spanduk MAN 1 Brebes**

The banner for new student acceptance (PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU) for the 2023-2024 school year. It lists the school's address and phone number. The acceptance is divided into two waves: Gel 1 (February 1-29, 2023) and Gel 2 (May 1-30, 2023). A photo of a student with a 'JUARA 1 MAN 1 BREBES' sash is featured. The banner also includes a QR code for online registration, a phone number (0857-1393-0988), and a website link (https://ppdb.man1brebes.sch.id/).

Sesuai yang peneliti amati isi dari spanduk di MAN 1 Brebes dari berbagai sumber Kepala Sekolah, humas, guru ekstrakurikuler robotik yang digunakan untuk kegiatan promosi sudah sesuai dengan teori yang berisi ajakan untuk mendaftar sekolah di MAN 1 Brebes dengan mempromosikan fasilitas-fasilitas yang ada. Terutama mempunyai fasilitas ekstrakurikuler robotik yang paling unggul.

#### Gambar 4. 4

#### Media sosial MAN 1 Brebes<sup>55</sup>



123 suka

man1brebes \_Assalamu'alaikum wr wb\_

Alhamdulillah siswa MAN 1 Brebes kembali meraih prestasi dalam ajang INTERNATIONAL YOUTH ROBOT COMPETITION (IYRC) Senior Level International tanggal : 20-23 Agustus 2021 di Daejeon Korea Selatan.

<sup>55</sup> Dokumentasi brosur spanduk media sosial pada 8 Juni, pukul 14.00 WIB.

Sesuai yang peneliti amati isi pesan dari media sosial yang digunakan untuk mempromosikan ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes yaitu ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes telah meraih prestasi ajang Internasional di Daejeon Korea Selatan.

b. *Personal selling*

*Personal selling* merupakan komunikasi secara langsung (tatap muka) diantara calon penjual dan calon pelanggan bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba untuk membelinya.

Sebagaimana dijelaskan oleh kepala MAN 1 Brebes ibu Nurhayati dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan:

kami melakukan *personal selling* datang ke MTS/SMP untuk memberikan pemahaman tentang kelebihan MAN 1 Brebes termasuk bahwa di MAN 1 Brebes ini ada ekstrakurikuler robotik dengan segudang prestasi yang telah diraih serta mempromosikan karya hasil ekstrakurukuler robotik.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Wawancara dengan Ibu Nurhayati Kepala Sekolah MAN 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 08.47 WIB.

Didukung oleh penjelasan humas MAN 1 Brebes Ibu Nur Azizah dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan bahwa:

kami melakukan sosialisasi PPDB sekaigus promosi di SMP/MTS yang sudah bekerja sama dengan kami dan kami selalu menonjolkan ekstrakurikuler robotik karena ekstrakurikuler robotik ini adalah ekstrakurikuler yang menjadi andalan kami karena di madrasah/sekolah lain ekstrakurikuler robotik sulit ditemukan. Kami dengan gencar mempromosikan ekstrakurikuler robotik pada saat sosialisasi dan kebanyakan setelah mereka mendengarkan ada ekstrakurikuler robotik dengan banyak prestasi baik tingkat nasional, asia dan internasional. Siswa yang kami sosialisasikan tertarik penasaran untuk bisa minimal tau tentang MAN 1 Brebes dan ekstrakurikuler robotik.<sup>57</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Pembina ekstrakurikuler robotik Bapak Moh. Izzudin, beliau menyatakan bahwa:

untuk promosi secara *personal selling* yang kami lakukan mensosialisasikan madrasah ke sekolah yang menjadi objek promosi dalam rangka penerimaan peserta didik baru disitu kami mempromosikan progam

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan Ibu Nur Azizah selaku humas MAN 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 09.15 WIB.

unggulan MAN 1 Brebes utamanya ekstrakurikuler robotik.<sup>58</sup>

Jadi, hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik dalam media *personal selling* yaitu dengan cara pihak dari MAN 1 Brebes ke beberapa sekolah yang berada di wilayah Brebes. Pihak sekolah bertatap muka langsung kepada peserta didik dan menjelaskan mengenai keunggulan-keunggulan yang dimiliki MAN 1 Brebes terutama pada bagian ekstrakurikuler robotik dan pada saat persentasi tersebut media yang digunakan adalah brosur.

Hal ini sesuai dengan yang peneliti amati di SMPN 1 Wanasari<sup>59</sup> Setelah melakukan wawancara dan observasi, data ini diperkuat dengan dokumentasi yang diperoleh peneliti terkait sosialisasi di SMPN 1 Wanasari.

---

<sup>58</sup> Wawancara dengan Bapak Moh. Izzudin selaku Pembina ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes pada 7 Juni 2023 pukul

<sup>59</sup> Observasi hasil sosialisasi di SMPN 1 Wanasari pada 7 Juni 2023, pukul 08.00 WIB.

**Gambar 4. 5**  
**Sosialisasi SMPN 1 Wanasari.<sup>60</sup>**



wawancara dan dokumentasi dari berbagai sumber Kepala Sekolah, Humas, Guru Ekstrakurikuler Robotik, kegiatan promosi tatap muka antar peserta didik menjelaskan kelebihan yang dimiliki MAN 1 Brebes, seperti Visi Misi, ekstrakurikuler dan agenda-agenda yang diadakan di MAN 1 Brebes termasuk menjelaskan tentang ekstrakurikuler robotik beserta prestasi yang telah diraihinya dan hasil karya dari ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes.

c. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan promosi yang sifatnya jangka pendek atau *short-term* yang

---

<sup>60</sup> Dokumentasi sosialisasi di SMPN 1 Wanasari pada 7 Juni pukul 08.00 WIB

bertujuan untuk mendorong pembelian atau penjualan baik itu produk atau jasa. Promosi penjualan dapat berupa diskon, kupon voucher, undian dan sebagainya.

Sebagaimana dijelaskan oleh Kepala MAN 1 Brebes Ibu Nurhayati dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan:

promosi penjualan yang dilakukan oleh MAN 1 Brebes yaitu dengan menyediakan fasilitas penuh untuk ekstrakurikuler robotik, Kami menyediakan sesuai kebutuhan karena robotik sendiri mengikuti perkembangan zaman sehingga alat-alatnya pun mengikuti kebutuhan itu sendiri. Maka ketika tim robotik/tim pendukung robotik sudah mendisain untuk robotik tahun ini kita mau bikin robot apa, madrasah tentunya menyediakan sarana prasarannya sehingga kami menyediakan sarpras sesuai kebutuhan itu jadi tidak ada anggaran yang mubadzir. Ekstrakurikuler robotik kami juga sering memprogramkan pelatihan untuk ekstrakurikuler robotik.<sup>61</sup>

Didukung oleh penjelasan humas MAN 1 Brebes Ibu Nur Azizah dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan bahwa:

dengan cara memberikan fasilitas terbaik ekstrakurikuler robotik kepada siswa.

---

<sup>61</sup> Wawancara dengan Ibu Nurhayati, Kepala Sekolah MAN 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 08.53 WIB.

Segala hal dengan alat sekecil apapun yang berkaitan dengan ekstrakurikuler robotik telah disediakan oleh MAN 1 Brebes yang didanai dari DIPA maupun komite sekolah.<sup>62</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh guru ekstrakurikuler robotik Bapak Moh. Izzudin, beliau menyatakan bahwa:

melalui promosi penjualan disini kami disekolah menyediakan berbagai kebutuhan terutama komponen-komponen yang terkait dengan robotik telah disediakan secara penuh, selain itu kami juga menghadirkan pelatih yang didatangkan dari luar dan telah disediakan program pelatihan robotik untuk siswa yang mengikuti ekstrakurikuler di MAN 1 Brebes.<sup>63</sup>

Jadi, hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi ekstrakurikuler robotik melalui media promosi penjualan MAN 1 Brebes yaitu dengan cara memberi fasilitas penuh kepada siswa yang telah mengikuti ekstrakurikuler robotik seperti sarana

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan Ibu Nur azizah selaku humas MAN 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 09.19 WIB.

<sup>63</sup> Wawancara dengan Bapak Moh. Izzudin selaku guru ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes pada 7 Juni 2023 pukul 10.37 WIB.

dan prasarana robotik dan program pelatihan robotik.

Hal ini sesuai dengan yang peneliti amati terkait adanya fasilitas saat pembelajaran ekstrakurikuler robotik berlangsung.<sup>64</sup> Setelah melakukan wawancara dan observasi, data ini diperkuat dengan dokumentasi yang diperoleh peneliti terkait foto pembelajaran ekstrakurikuler robotik berlangsung.

**Gambar 4. 6**  
**Pembelajaran Ekstrakurikuler Robotik.<sup>65</sup>**



---

<sup>64</sup> Observasi fasilitas saat pembelajaran berlangsung, 7 Juni 2023 pukul 15.00 WIB.

<sup>65</sup> Dokumentasi pembelajaran ekstrakurikuler robotik pada 7 Juni 2023 pukul 15.00 WIB.

Sesuai yang peneliti amati dari hasil wawancara dan dokumentasi dari berbagai sumber Kepala Sekolah, Humas, Guru ekstrakurikuler robotik promosi yang digunakan promosi penjualan yaitu dengan memfasilitasi lengkap kegiatan ekstrakurikuler robotik dan membuat program pelatihan dengan pelatih yang kompeten dalam bidang robotik yang didatangkan dari luar.

d. Publisitas/hubungan masyarakat

Sekolah pasti melakukan kegiatan bukan hanya dengan pihak internal sekolah melainkan juga pasti kegiatan eksternal sekolah. Pihak eksternal atau masyarakat merupakan khalayak penting bagi sebuah kemajuan sekolah apalagi jika dikaitkan dengan strategi promosi dalam sekolah. Pihak eksternal biasanya memiliki keterkaitan baik langsung maupun tidak langsung sekolah dengan masyarakat.

Dalam rangka melengkapi kegiatan promosi melalui publisitas/hubungan masyarakat yang dilakukan oleh MAN 1 Brebes , yang sebagaimana dijelaskan oleh Kepala Sekolah

MAN 1 Brebes Ibu Nurhayati dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan:

MAN 1 Brebes biasanya setiap akhir semester atau akhir tahun mendirikan pameran di sekolah yang mengundang kami, di pameran itu kami memamerkan hasil karya ekstrakurikuler robotik dan pretasi yang sudah diraih agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat.<sup>66</sup>

Didukung oleh penjelasan humas MAN 1 Brebes Ibu Nur Azizah dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan bahwa:

kami biasa mengadakan kegiatan biasanya di akhir semester ataupun di akhir tahun pelajaran dengan mendirikan pameran di sekolah yang menjadi objek promosi, kami beberapa kali mendirikan pameran khusus ekstrakurikuler robotik agar bisa lebih dikenal lagi oleh masyarakat.<sup>67</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh guru ekstrakurikuler robotik Bapak Moh. Izzudin, beliau menyatakan bahwa:

terkait dengan promosi yang dilakukan melalui humas, kami mengikuti pameran dan disitu kami menampilkan produk-

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Ibu Nurhayati , Kepala Sekolah MAN 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 08.57 WIB.

<sup>67</sup> Wawancara dengan Ibu Nur azizah selaku humas MAN 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 09.20 WIB.

produk yang telah ekstrakurikuler robotik hasilkan.<sup>68</sup>

Jadi, hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik dalam media publisitas/hubungan masyarakat adalah kegiatan promosi yang dilakukan melalui pameran dengan mendirikan stand dengan menampilkan hasil karya ekstrakurikuler robotik dalam event tertentu.

Hal ini sesuai dengan yang peneliti amati terkait mengadakan pameran di MTSN 2 Brebes<sup>69</sup> setelah melakukan wawancara dan observasi, data ini diperkuat dengan dokumentasi yang diperoleh peneliti terkait stand ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes.

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan Bapak Moh. Izzudin selaku guru ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes pada 7 Juni 2023 pukul 10.45 WIB.

<sup>69</sup> Observasi hasil pameran ekstrakurikuler robotik di MTSN 2 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 08.00 WIB

**Gambar 4. 7**  
**Pameran Ekstrakurikuler robotik MAN 1**  
**Brebes di MTSN 2 Brebes<sup>70</sup>**



Sesuai yang peneliti amati dari hasil wawancara dan dokumentasi dari berbagai sumber Kepala Sekolah, humas, guru ekstrakurikuler robotik melalui promosi publisitas/hubungan masyarakat yaitu dengan menampilkan karya-karya hasil robotik dari siswa MAN 1 Brebes.

## **2. Implikasi Strategi Promosi Madrasah Melalui Ekstrakurikuler Robotik di MAN 1 Brebes**

Keberhasilan sebuah madrasah tentunya tidak terlepas dari strategi promosi. Promosi adalah suatu

---

<sup>70</sup> Dokumentasi pameran ekstrakurikuler robotik di MTSN 2 Brebes pada 6 Juni 2023 pukul 09.00 WIB.

rencana kegiatan atau usaha menyampaikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen (termasuk pelanggan). Promosi juga menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Sehingga strategi promosi tersebut memberikan dampak terhadap MAN 1 Brebes.

Berikut ini dijelaskan terkait implikasi atau dampak adanya strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes yaitu sebagaimana dijelaskan oleh Kepala Sekolah MAN 1 Brebes Ibu Nurhayati dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan:

a. Periklanan

Sebagaimana dijelaskan oleh Kepala MAN 1 Brebes Ibu Nurhayati dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan:

adanya promosi melalui berbagai sosial media, di MAN 1 Brebes sendiri itu ada Facebook, Instagram, Youtube kemudian ada website MAN 1 Brebes pastinya, bahkan kita juga ada TikTok dan Twitter apalagi ditambah dengan viral nya siswa kami M. Haidar Khamzah yang diterima di 13 perguruan tinggi luar negeri terbaik top 100 dunia karena prestasi atau kejuaraan yang diraih melalui ekstrakurikuler robotik itu masuk ke banyak acara televisi. Dan juga promosi melalui brosur dan spanduk itu

sangat berdampak positif bagi MAN 1 Brebes yaitu masyarakat atau orangtua semakin banyak yang menyekolahkan anaknya di MAN 1 Brebes.<sup>71</sup>

Didukung oleh penjelasan Humas MAN 1 Brebes Ibu Nur Azizah dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan bahwa:

tentunya dari kegiatan promosi MAN 1 Brebes melalui ekstrakurikuler robotik berdampak baik, melalui sosial media kemudian brosur, spanduk dan yang lainnya. Masyarakat jadi semakin tau akan kelebihan MAN 1 Brebes serta berbagai prestasinya.<sup>72</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Guru ekstrakurikuler robotik Bapak Moh.Izzudin, beliau menyatakan bahwa:

promosi melalui brosur spanduk dan sosial media tentunya sangat berdampak baik untuk MAN 1 Brebes dengan adanya promosi tersebut masyarakat jadi lebih tau terutama tentang ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes yang telah meraih banyak prestasi dan menghasilkan banyak karya.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> Wawancara dengan Ibu Nurhayati, Kepala MAN 1 Brebes pada 8 Juni pukul 09.00 WIB

<sup>72</sup> Wawancara dengan Ibu Nur Azizah selaku humas MAN 1 Brebes pada 8 Juni pukul 09.50 WIB.

<sup>73</sup> Wawancara dengan Bapak Moh. Izzudin selaku Pembina ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes pada 7 Juni 2023 pukul 10.45 WIB.

Jadi, hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa implikasi strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes melalui periklanan yaitu membawa dampak positif dan juga respon positif dari masyarakat terhadap sekolah.

b. *Personal selling*

Sebagaimana dijelaskan oleh kepala sekolah MAN 1 Brebes Ibu Nurhayati dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan:

promosi *personal selling* dengan sosialisasi ke sekolah-sekolah mengenalkan kelebihan MAN 1 Brebes termasuk mengenalkan progam unggulan kami yaitu ekstrakurikuler robotik alhamdulillah sekarang ada kenaikan peserta didik yang signifikan.<sup>74</sup>

Didukung oleh penjelasan humas MAN 1 Brebes Ibu Nur Azizah dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan bahwa:

alhamdulillah mba itu tadi, kami melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah disini yang jadi objek kita kan SMP/MTS nggih, kami mengenalkan tentang kelebihan MAN 1 Brebes dan dengan gencar mempromosikan ekstrakurikuler robotik pada saat sosialisasi dan kami sekarang dari tahun ke tahun

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Ibu Nurhayati, kepala sekolah MAN 1 Brebes pada 8 Juni pukul 08.50 WIB

mengalami kenaikan jumlah siswa yang signifikan, pasti salah satu penyebab nya dari sosialisasi tadi.<sup>75</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Pembina ekstrakurikuler robotik Bapak Moh. Izzudin, beliau menyatakan bahwa:

tentunya promosi melalui sosialisasi kesekolah ada dampak positif yaitu sekolah yang menjadi objek promosi dapat mengetahui keunggulan MAN 1 Brebes terutama mengetahui bahwa di MAN 1 Brebes ada ekstrakurikuler robotik yang sudah menjuarai ditingkat internasional dan menghasilkan banyak karya robotik sehingga kemudian semakin banyak siswa yang minat untuk melanjutkan Pendidikan di MAN 1 Brebes.<sup>76</sup>

Jadi, hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa implikasi strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes melalui *personal selling* yaitu semakin meningkatnya peserta didik di MAN 1 Brebes dan secara langsung siswa jadi lebih tahu tentang

---

<sup>75</sup> Wawancara dengan Ibu Nur Azizah, selaku humas MAN 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 09.50 WIB.

<sup>76</sup> Wawancara dengan Bapak Moh. Izzudin, selaku Pembina robotik MAN 1 Brebes pada 7 Juni 2023 pukul 10.40 WIB.

kelebihan dan keunggulan yang dimiliki MAN 1 Brebes.

Hal ini sesuai dengan yang peneliti amati terkait data peserta didik di MAN 1 Brebes.<sup>77</sup> Setelah melakukan wawancara dan observasi, data ini diperkuat dengan tabel jumlah peserta didik

**Tabel 4. 1**  
**Jumlah Peserta Didik<sup>78</sup>**

<b>Tahun Pelajaran</b>	<b>Jumlah Pendaftar</b>
2019/2020	341
2020/2021	287
2021/2022	434
2022/2023	445

c. Promosi penjualan

Sebagaimana dijelaskan oleh kepala MAN 1 Brebes Ibu Nurhayati dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan:

MAN 1 Brebes ini mba, fasilitas sarana dan prasarannya sudah kami siapkan sesuai apa yang dibutuhkan siswa maupun guru dan yang lainnya, akreditasi kami pun sudah

---

<sup>77</sup> Observasi data peserta didik di MAN 1 Brebes, pada 8 Juni 2023 pukul 14.00 WIB.

<sup>78</sup> Dokumentasi tabel jumlah peserta didik di MAN 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 14.00 WIB.

bagus, begitupun ekstrakurikuler robotik kami selalu memenuhi apa yang dibutuhkan sehingga ini dapat menarik peserta didik untuk melanjutkan pendidikannya disini.<sup>79</sup>

Didukung oleh penjelasan humas MAN 1 Brebes Ibu Nur Azizah dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan:

tentunya dengan MAN 1 Brebes memberi fasilitas penuh kepada peserta didik yang sekolah disini membawa dampak baik termasuk dapat menarik peserta didik untuk melanjutkan Pendidikan disini.<sup>80</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Pembina ekstrakurikuler roboik Bapak Moh. Izzudin, beliau menyatakan bahwa:

memberi fasilitas penuh kepada peserta didik yang belajar di MAN 1 Brebes membuat siswa tertarik belajar disini, apalagi fasilitas yang diberikan ekstrakurikuler robotik membuat siswa yang minat semakin bertambah setiap tahunnya<sup>81</sup>

---

<sup>79</sup> Wawancara dengan Ibu Nurhayati, Kepala sekolah MAN 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 09.00 WIB.

<sup>80</sup> Wawancara dengan Ibu Nur Azizah, selaku humas Man 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 09.55 WIB.

<sup>81</sup> Wawancara dengan Bapak Moh.Izzudin, selaku Pembina ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes pada 7 Juni 2023 pukul 10.50 WIB.

Jadi, hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa implikasi strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes melauai promosi penjualan yaitu dapat menarik minat siswa.

d. Publisitas/hubungan masyarakat

Sebagaimana dijelaskan oleh kepala sekolah MAN 1 Brebes Ibu Nurhayati dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan:

dengan mengadakan pameran mendirikan stand ketika ada event tertentu di luar, ini akan mengundang kepercayaan masyarakat atau calon peserta didik mengenai keunggulan MAN 1 Brebes terutama keunggulan ekstrakurikuler robotik.<sup>82</sup>

Didukung oleh penjelasan humas MAN 1 Brebes Ibu Nur Azizah dalam wawancara yang dilakukan peneliti, beliau menjelaskan bahwa :

dengan mengikuti pameran ekstrakurikuler robotik sangat berdampak baik di MAN 1 Brebes karena masyarakat ikut serta melihat karya robotik yang dimiliki MAN 1 Brebes dalam hal ini bisa meyakinkan bahwa MAN

---

<sup>82</sup> Wawancara dengan Ibu Nur azizah, selaku humas MAN 1 Brebes pada 8 Juni 2023 pukul 09.30 WIB.

1 Brebes itu mempunyai keunggulan yang baik.<sup>83</sup>

Jadi, hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa implikasi strategi promosi madrasah melauai ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes melalui publisitas/hubungan masyarakat yaitu dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat.

### **C. Anilisis Data**

Dalam pembahasan ini peneliti akan menyampaikan hasil analisis data strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes. Data tersebut akan disajikan sesuai deskripsi hasil penelitian diatas, sebagai berikut:

1. Strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes
  - a. Periklanan

Terdapat media periklanan yang digunakan untuk mendukung dalam kegiatan periklanan, diantaranya:

- 1) Media cetak: merupakan media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual dalam melakukan fungsinya sebagai penyampaian informasi. Media cetak

---

<sup>83</sup> Wawancara dengan Ibu Nur Azizah selaku humas MAN 1 Brebes, pada 8 Juni 2023 pukul 09.20 WIB.

berupa surat kabar, majalah, brosur, katalog dan sebagainya.

- 2) Media elektronik, pesatnya perkembangan teknologi yang menghapuskan batas-batas ruang dan waktu yang membuat perusahaan khususnya Lembaga Pendidikan banyak media periklanan elektronik. Yang mempunyai sifat daya jangkau yang luas untuk menjangkau market yang lebih besar. Media elektronik terdiri dari televisi, radio, internet dan lain-lain.

Bedasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa MAN 1 Brebes telah melakukan promosi periklanan menggunakan media cetak maupun elektronik. Media cetak diantaranya seperti membuat brosur sekolah, dengan isi keunggulan-keunggulan yang dimiliki MAN 1 Brebes salah satunya memiliki ekstrakurikuler robotik dan media cetak yang lain yaitu membuat spanduk yang disertai foto-foto ekstrakurikuler robotik dan hasil spanduk di ditempel ditempat yang bisa dilihat masyarakat umum.

Sedangkan media elektronik, promosi yang digunakan yaitu melalui Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, TikTok dan website yang mengunggah seluruh informasi termasuk keunggulan MAN 1 Brebes.

b. *Personal selling*

*Personal selling* merupakan komunikasi komunikasi secara langsung (tatap muka) diantara calon penjual dan calon pelanggan bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba untuk membelinya.<sup>84</sup>

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa MAN 1 Brebes telah melakukan promosi *personal selling* yaitu dengan bersosialisasi ke beberapa sekolah yang berada di wilayah Kabupaten Brebes, seperti di SMPN 1Wanasari, MTSN 2 Brebes, SMP 3 banjarhajo dan masih banyak lagi. Pihak sekolah bertatap muka langsung kepada peserta didik dan menjelaskan

---

<sup>84</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm.224.

mengenai keunggulan-keunggulan yang dimiliki MAN 1 Brebes terutama pada bagian ekstrakurikuler robotik dan pada saat presentasi tersebut media yang digunakan adalah brosur.

c. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan perusahaan untuk memperkenalkan produk yang dipasarkan agar dapat dikenal oleh konsumen dapat dilihat menarik saat dipandang konsumen. Tjibtono menyatakan bahwa promosi penjualan adalah bentuk persuasi secara langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk barang yang dibeli pelanggan.<sup>85</sup>

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa MAN 1 Brebes telah melakukan promosi penjualan yaitu dengan cara memberi fasilitas penuh kepada siswa yang telah mengikuti ekstrakurikuler robotik dan juga telah memberika progam pelatihan dengan pelatih yang ahli dalam bidang robotik yang didatangkan dari luar.

d. Publisitas/hubungan masyarakat

---

<sup>85</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm.228

Publisitas merupakan suatu Teknik untuk menjamin pengertian diantara individu-individu. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono, publisitas ialah bentuk penyajian dan penyebaran ide, barang dan jasa secara non personal yang mana orang atau organisasi yang diuntungkan tidak membayar untuk itu.<sup>86</sup> Tetapi segera perlu diingatkan bahwa orang jangan menganggap publisitas sebagai komunikasi secara Cuma-Cuma.<sup>87</sup>

Bedasarkan teori diatas sudah sesuai dengan hasil penelitian bahwa MAN 1 Brebes telah melakukan promosi melalui publisitas/hubungan masyarakat yaitu mempromosikan melauai pameran ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes dengan menampilkan hasil karya robotik pada sekolah yang menjadi objek promosi dan pada event-event tertentu.

---

<sup>86</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm.226

<sup>87</sup> Winardi, *Promosi dan Reklame*, (Bandung: Mandar Maju,1992), hlm.115.

2. Implikasi strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes

Menurut Muhaimin fungsi promosi di Lembaga Pendidikan adalah untuk membentuk citra yang baik terhadap Lembaga Pendidikan yang bertujuan untuk menarik peserta didik. Oleh karena itu promosi harus berorientasi kepada pelanggan yang dalam konteks sekolah disebut dengan siswa. Disinilah perlunya sekolah untuk mengetahui keinginan calon siswa dalam memilih sekolah yang dipilihnya.<sup>88</sup> Berdasarkan temuan peneliti dilapangan mengenai strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes yang sebagaimana menggunakan strategi bauran promosi diantaranya periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas/hubungan masyarakat yaitu terdapat implikasi atau dampak yang positif di MAN 1 Brebes yaitu :

- a. Meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Pendidikan yang semakin besar. dalam hal ini dilihat dari bertambahnya orangtua siswa yang mendaftarkan anaknya di

---

<sup>88</sup> Muhaimin, *Manajemen Pendidikan : Aplikasi dalam penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah madrasah*, (Jakarta: kencana, 2011), hlm.201.

MAN 1 Brebes atau halnya bertambahnya siswa dari tahun ke tahun, hal ini sudah terbukti bahwa MAN 1 Brebes sudah mendapat kepercayaan yang lebih dari masyarakat

- b. Adanya loyalitas dan komitmen masyarakat atau orangtua siswa khususnya yang menggunakan jasa Pendidikan. Disini banyak orangtua siswa yang menjadi pelanggan setia dengan MAN 1 Brebes. Bentuk loyalitas tersebut adalah dengan menyekolahkan anaknya lagi kesekolahan yang sama dan memberi bantuan bimbingan untuk anak-anak dalam pelaksanaan pembelajaran.
- c. MAN 1 Brebes semakin mendapatkan citra baik di masyarakat. Karena masyarakat semakin mengenal keunggulan MAN 1 Brebes.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan terjadi banyak kendala serta hambatan. Hal tersebut bukan karena faktor kesengajaan, tetapi karena adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian. Adapun hambatan-hambatan itu diantaranya:

- a. Keterbatasan waktu penelitian. Penelitian ini hanya dilaksanakan pada saat peneliti membuat skripsi.
- b. Keterbatasan objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis memaparkan tentang strategi promosi madrasah dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi dengan tujuan untuk mendapatkan data, agar layak digunakan dalam mengetahui strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes.
- c. Keterbatasan penulis dalam pemahaman dan pengetahuan juga mempengaruhi proses dan hasil penelitian ini. Akibatnya masih banyak yang harus diperbaiki pada penyusunan hasil penelitian ini. Namun, evaluasi dan masukan dari dosen pembimbing dapat memberikan bantuan kepada peneliti untuk penyelesaian penelitian semaksimal mungkin, agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik yang dilakukan MAN 1 Brebes adalah melalui bauran promosi diantaranya:
  - a. Periklanan: promosi periklanan telah berjalan cukup baik. Hal itu dapat dilihat dari kegiatan yang dijalankan seperti penyediaan brosur, spanduk dan media sosial.
  - b. *Personal selling*: promosi melalui *personal selling* juga berjalan dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dengan cara penyampaian promosi secara langsung kepada peserta didik.
  - c. Promosi penjualan: promosi melalui penjualan juga berjalan dengan baik karena dengan apa yang ditawarkan MAN 1 Brebes dengan memfasilitasi sarana prasarana pembelajaran bisa menarik peserta didik.
  - d. Publisitas/hubungan masyarakat: promosi publisitas juga sudah baik, kegiatan yang terlaksana setiap tahunnya seperti mengikuti pameran umum khususnya robotik dengan

- bertujuan untuk memperkenalkan MAN 1 Brebes kepada masyarakat.
2. Implikasi atau dampak dari strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes dalam strategi bauran promosi yaitu periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas berdampak positif, diantaranya :
    - a. Meningkatnya peserta didik MAN 1 Brebes dari tahun ketahun
    - b. Dapat menarik minat peserta didik untuk belajar di MAN 1 Brebes
    - c. Meningkatkan kepercayaan masyarakat dan orangtua agar menyekolahkan anaknya di MAN 1 Brebes.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, sebaiknya MAN 1 Brebes perlu meningkatkan strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik dengan saran di bawah ini:

1. Hendaknya dalam promosi seperti spanduk, brosur lebih diperbanyak lagi, sehingga masyarakat lebih mengenal madrasah dan terutama pada media sosial lebih ditingkatkan lagi karena pada zaman milineal sekarang anak-anak lebih dominan ke media sosial

seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, TikTok, dan isi website MAN 1 Brebes lebih ditingkatkan lagi.

2. Mengenai media yang digunakan dalam promosi khususnya ekstrakurikuler robotik sarana dan prasarannya lebih di lengkapi lagi dan dirawat sebaik mungkin agar kegiatan promosi bisa efektif serta meningkatkan kedisiplinan pelatih maupun siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler.
3. Mengenai ekstrakurikuler robotik, pelatih perlu mengenalkan manfaat ekstrakurikuler tersebut agar siswa tertarik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Cv Pustaka Setia, 2009
- B. Suryo Subroto, *Proses Belajar Mengajar di Sekolah*, Jakarta: Rineka Cipta, 1997
- Basu Swastha DH dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty Offset, 2008
- Buhori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Buhori Alma, *Pemasaran Strategi Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2005
- Craig A Metler, *Action Research mengembangkan sekolah dan memberdayakan guru*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011
- Departemen Pendidikan Nasional, *Panduan Lengkap KTSP*, Yogyakarta: 2007
- Dewa Ketut Sukardi, Desak Made Sumiati, *Bimbingan dan penyuluhan*, Jakarta: Rineka Cipta, 1990
- Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*, Yogyakarta : CV Budi Utama
- Dirgantoro, *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus dan Implementasi*, Jakarta: Grasindo, 2001
- Dian Yunitasari, “Strategi Promosi Jasa Pendidikan di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu”, *Skripsi* ,Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019

- Eni Murwati, *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Tentang Manajemen Pemasaran Di MTS Negeri Maguwharjo)*, Yogyakarta: Tesis Progam Studi Pendidikan Agama Islam Pasca Sarjana UIN Sunan Kalijaga, 2017
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Yogyakarta: Andi Offset, 2008
- H. Frazier Moore, *humas; Membangun citra dengan komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005) hlm.5
- Houtman P. Siregar, *Mekanika Robot Berkaki*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012
- Iban Sofjan, *Manajemen Strategi*, Jakarta: Graha Ilmu, 2015
- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013
- Lexy J Molong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- M. Munandar, *Budgeting; Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja*, Yogyakarta: BPFE, 1998
- Moh. Uzar Usman, Lilis Setyowati, *Upaya Optimalisasi kegiatan Belajar Mengajar*, Bandung: Posdakarya, 1993
- Muhaimin, dkk. *Pengembangan model kurikulum tingkat satuan pendidikan (KTSP) pada sekolah dan madrasah*, Jakarta: Raja Grafino Persada, 2008
- Muhaimin, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah* Jakarta: Kencana, 2011

- Muhammad Uzer Usman dan Usman Setiawan, *Upaya Optimalisasi Kegiatan Belajar mengajar*. Bandung: Remadja Rosdakarya. 1993
- Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005
- Noviyanti, *Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam dalam Upaya meningkatkan Jumlah Siswa*,
- Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah*, Depok: Kencana, 2017
- Nurul Zuriah, *Metodologi penelitian sosial dan pendidikan*, Jakarta: Bumi aksara, 2009
- Permendikbud No 62 Tahun 2014 Tentang Kegiatan Ekstrakurikuler pada Pendidikan Dasar dan Menengah, pasal 1,2,3.
- Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi ke 2 Jakarta: Intermedia, 1983
- Publisher Routledge, 'Informa Ltd Registered in England and Wales Registered Number : 1072954 Registered Office : Mortimer House , 37- Journal of Marketing For Higher Education Doctoral Programs: What Factors Attract Students', *Journal of Marketing*, 7.794830839 (1997), 37–41 <<https://doi.org/10.1300/J050v07n04>>.
- Pusat Bahasa Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008
- Pusat Kurikulum, *Pengembangan Diri*, Jakarta: Balitbang Depdiknas, 2006

Ririun Tius, *Strategi Pemasaran Sekolah dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model Studi Kasus di SMP Kristen Satya Wacana Salatiga*, 2018

Robbins, Stephen P., and Timothy A Judge. "*Perilaku Organisasi*" Edisi kesepuluh. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2006.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm.308.

Sugiyono, *Metode Penelitian pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik, Cet 4*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1: Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jalan Prof. Hanika Km.2 Semarang 50185  
Telepon 024-7601295, Faksimile 024-7615387  
www.walisongo.ac.id

Nomor: 2763/Un.10.3/D1/TA.00.01/06/2023

Semarang, 05 Juni 2023

Lamp : -

Hal : Mohon Izin Riset

a.n : Malikhatus Aminah

NIM : 1803036106

Kepada Yth.

Kepala Sekolah MAN 1 Brebes

Di Tempat

*Assalamu 'alaikum. Wr. Wb*

Diberitahukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, bersama ini kami hadapkan mahasiswa:

Nama : Malikhatus Aminah

NIM : 1803036106

Alamat : Ds. Luwunggede RT 005 RW 003 Kec. Tanjung Kab. Brebes

Judul Skripsi : Strategi Promosi Madrasah Melalui Ekstrakurikuler Robotik di MAN 1 Brebes

Pembimbing :

1. Dr. Fatkuroji, M.Pd

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya yang bersangkutan di berikan izin riset dan dukungan data dengan tema/judul skripsi sebagaimana tersebut diatas dari tanggal 02 Juni – 02 Agustus 2023 .

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum. Wr. Wb.*

A.n. Dekan,

Staf Dekan Bidang Akademik



Muhammad Junaedi

Tembusan:

Dekan FITK UIN Walisongo (sebagai laporan)

## LAMPIRAN 2 : Surat Telah Melakukan Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN BREBES  
MADRASAH ALIYAH NEGERI 1**

Jalan Yos sudarso No. 20 Brebes 52212  
Telepon (0283) 672243, Email: manbrebessatu@yahoo.co.id  
Website : www.man1brebes.sch.id

### **SURAT KETERANGAN**

Nomor: 104 /Ma.11.29.01/KP.01.2/06/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Madrasah Aliyah Negeri 1 Brebes menerangkan bahwa :

Nama : Malikhatun Aminah  
NIM : 1803036106  
Fakultas : FITK UIN Walisongo Semarang  
Judul Skripsi : **"Strategi Promosi Madrasah Melalui Ekstrakurikuler Robotik di MAN 1 Brebes"**

Yang bersangkutan telah melaksanakan Riset tanggal 5 s.d 8 Juni 2022 di MAN 1 Brebes.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Brebes, 8 Juni 2023



### LAMPIRAN 3 Instrumen Penelitian

No	WAWANCARA	OBSERVASI	DOKUMENTASI
1	<b>Bagaimana strategi promosi madrasah melalui melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes?</b>		
	<b>Responden : Kepala Sekolah</b>		
	a. Bagaimana strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes?	Mengamati data promosi	Foto media promosi
	b. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui periklanan?	Mengamati promosi melalui periklanan	Foto media periklanan
	c. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui <i>personal selling</i> ?	Mengamati promosi melalui <i>personal selling</i>	Foto saat <i>personal selling</i>
	d. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi penjualan?	Mengamati promosi melalui promosi penjualan	Foto dari promosi penjualan

	e. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui publisitas / hubungan masyarakat?	Mengamati promosi melalui publisitas/hubungan masyarakat	Foto promosi publisitas/hubungan masyarakat
	f. Mengapa ekstrakurikuler robotik bisa paling unggul diantara ekstrakurikuler lain?	Mengamati hasil prestasi siswa pada ekstrakurikuler robotik	Foto hasil prestasi robotik
	g. Prestasi apa yang didapat dalam ekstrakurikuler robotik?	Mengamati hasil prestasi siswa pada ekstrakurikuler robotik	Foto hasil prestasi ekstrakurikuler robotic
<b>Responden : Humas</b>			
	a. Bagaimana strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes?	Mengamati proses promosi	Foto media promosi
	b. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui	Mengamati promosi melalui periklanan	Foto media periklanan

	periklanan?		
	c. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui <i>personal selling</i> ?	Mengamati promosi melalui <i>personal selling</i>	Foto saat <i>personal selling</i>
	d. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi penjualan?	Mengamati promosi melalui promosi penjualan	Foto dari promosi penjualan
	e. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui publisitas / hubungan masyarakat?	Mengamati promosi melalui publisitas/hubungan masyarakat	Foto promosi publisitas/hubungan masyarakat
	f. Mengapa ekstrakurikuler robotik bisa paling unggul diantara ekstrakurikuler lain?	Mengamati hasil prestasi siswa pada ekstrakurikuler robotic	Foto hasil prestasi robotik
	g. Prestasi apa yang didapat dalam ekstrakurikuler robotik?	Mengamati hasil prestasi lomba	Foto data hasil perlombaan siswa
<b>Responden : Guru Robotik</b>			

	a. Bagaimana strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes?	Mengamati proses promosi	Foto kegiatan promosi
	b. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui periklanan?	Mengamati promosi melalui periklanan	Foto dari periklanan
	c. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui <i>personal selling</i> ?	Mengamati promosi melalui <i>personal selling</i>	Foto saat <i>personal selling</i>
	d. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi penjualan?	Mengamati promosi melalui promosi penjualan	Foto promosi penjualan
	e. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui publisitas / hubungan masyarakat?	Mengamati promosi melalui publisitas/hubungan masyarakat	Foto promosi publisitas/hubungan masyarakat

	f. Mengapa ekstrakurikuler robotik bisa paling unggul diantara ekstrakurikuler lain?	Mengamati hasil prestasi siswa pada ekstrakurikuler robotic	Foto hasil prestasi robotik
	g. Prestasi apa yang didapat dalam ekstrakurikuler robotik?	Mengamati hasil prestasi lomba	Foto data hasil perlombaan siswa
<b>2</b>	<b>Bagaimana implikasi strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes?</b>		
	<b>Responden : Kepala Sekolah</b>		
	a. Bagaimana menurut Bapak/Ibu dalam strategi promosi ini cukup kuat untuk menarik minat peserta didik?	Mengamati saat kegiatan promosi	Foto saat wawancara dengan kepala sekolah
	b. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi periklanan ?	Mengamati hasil promosi periklanan	Foto hasil promosi periklanan
	c. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui	Mengamati hasil promosi <i>personal selling</i>	Foto hasil promosi <i>personal selling</i>

	promosi <i>personal selling</i> ?		
	d. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi penjualan ?	Mengamati hasil promosi penjualan	Foto hasil promosi penjualan
	e. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi publisitas/hubungan masyarakat ?	Mengamati hasil promosi publisitas/hubungan masyarakat	Foto hasil promosi publisitas/hubungan masyarakat
	<b>Responden : Humas</b>		
	a. Bagaimana menurut Bapak/Ibu dalam strategi promosi ini cukup kuat untuk menarik minat peserta didik?	Mengamati saat kegiatan promosi	Foto saat wawancara dengan humas
	b. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi periklanan ?	Mengamati hasil promosi periklanan	Foto hasil promosi periklanan

	c. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi <i>personal selling</i> ?	Mengamati hasil promosi <i>personal selling</i>	Foto hasil promosi <i>personal selling</i>
	d. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi penjualan ?	Mengamati hasil promosi penjualan	Foto hasil promosi penjualan
	e. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi publisitas/hubungan masyarakat ?	Mengamati hasil promosi publisitas/hubungan masyarakat	Foto hasil promosi publisitas/hubungan masyarakat
<b>Responden : Guru Robotik</b>			
	a. Bagaimana menurut Bapak/Ibu dalam strategi promosi ini cukup kuat untuk menarik minat peserta didik?	Mengamati saat kegiatan promosi	Foto saat wawancara dengan Guru Robotik
	b. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler	Mengamati hasil promosi periklanan	Foto hasil promosi periklanan

	robotik melalui promosi periklanan ?		
	c. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi <i>personal selling</i> ?	Mengamati hasil promosi <i>personal selling</i>	Foto hasil promosi <i>personal selling</i>
	d. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi penjualan ?	Mengamati hasil promosi penjualan	Foto hasil promosi penjualan
	e. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi publisitas/hubungan masyarakat ?	Mengamati hasil promosi publisitas/hubungan masyarakat	Foto hasil promosi publisitas/hubungan masyarakat

#### **LAMPIRAN 4: Transkrip Wawancara**

##### **Transkrip Wawancara**

##### **Humas**

Nama : Nur Azizah, S.Pd

Jabatan : Humas

Hari : Kamis, 08 Juni 2023

Waktu : 09.14 sampai selesai

1. Bagaimana strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes?

Jawab:

“ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes hanya merupakan salah satu media promosi kami untuk mengenalkan MAN 1 Brebes kepada masyarakat. Ekstrakurikuler robotik ini menjadi daya Tarik tersendiri yang sulit ditemui di madrasah/sekolah lain baik negeri maupun swasta di Kabupaten Brebes. Promosi ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes dilakukan dengan beberapa cara, mulai dari promosi melalui periklanan, seperti pengedaran brosur, spanduk dan media sosial. Promosi melalui personal selling dengan cara sosialisasi ke sekolah lain, dan promosi melalui humas dengan mengadakan stand dan pameran ekstrakurikuler robotik.”

2. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi periklanan?

Jawab:

“Dalam promosi ekstrakurikuler robotik melalui periklanan kami mengedarkan brosur, mebuat spanduk dan memberikan informasi terkait ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes di media sosial.”

3. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi *personal selling*?

Jawab:

“Kami melakukan sosialisasi PPDB sekaligus promosi di SMP/MTS yang sudah bekerjasama dengan kami dan kami selalu menonjolkan ekstrakurikuler robotik karna ekstrakurikuler robotik ini adalah ekstrakurikuler yang menjadi andalan kami karna di madrasah/sekolah lain ekstrakurikuler robotik sulit ditemukan, kami dengan gencar mempromosikan ekstrakurikuler robotik pada saat sosialisasi dan kebanyakan setelah mereka mendengarkan ada ekstrakurikuler robotik dengan banyak prestasi baik tingkat nasional, asia dan internasional. Siswa yang kami sosialisasikan tertarik penasaran untuk bisa minimal tau tentang MAN 1 Brebes dan ekstrakurikuler robotik.”

4. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi penjualan?

Jawab:

“Dengan cara memberikan fasilitas terbaik ekstrakurikuler robotik kepada siswa. Segala hal dengan alat sekecil apapun yang berkaitan dengan ekstrakurikuler robotik telah disediakan oleh MAN 1 Brebes yang di danai dari DIPA maupun komite.”

5. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui publisitas/hungan masyarakat?

Jawab:

“Kami biasa mengadakan kegiatan biasanya di akhir semester ataupun di akhir tahun pelajaran dengan mendirikan stand di sekolah yang menjadi objek

promosi, kami beberapa kali mendirikan stand khusus ekstrakurikuler robotik agar bisa lebih dikenal lagi oleh masyarakat.”

6. Mengapa ekstrakurikuler robotik bisa paling unggul diantara ekstrakurikuler lain?

Jawab:

“Karena memang ini ekstrakurikuler yang baru jadi mungkin dari sebagian siswa ini adalah menantang dan memang sulit ditemukan di madrasah/sekolah sekitaran Brebes. Sehingga ini jadi daya tarik tersendiri bagi siswa yang memang pengen tau persis dengan robotik dan ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes berhasil mengantarkan salah satu siswa bisa diterima di 13 perguruan tinggi luar negeri top 100 dunia berbekal dengan siswa tersebut ikut kejuaraan robotik punya sertifikat kejuaraan nasional, asia dan internasional. Dimana sertifikat ini yang mengantarkan siswa kami M. Haidar Hamzah diterima di 13 perguruan tinggi luar negeri.”

7. Prestasi apa yang didapat dalam ekstrakurikuler robotik?

Jawab:

“Prestasi yang telah diraih oleh ekstrakurikuler robotik banyak mba, kurang lebih ada 12, juara tingkat Kabupaten/Kota 1 kali, tingkat Nasional 7 kali dan tingkat internasional 4 kali.”

8. Bagaimana implikasi strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes?

Jawab:

“Secara umum kami ada penurunan jumlah siswa di tahun 2020, tapi setelah ada ekstrakurikuler robotik kemudian gencar promosi ternyata banyak diminati siswa. Ditahun 2020 ada penurunan jumlah siswa yang signifikan dan ditahun 2021/2022 siswa kami meningkat signifikan dan ditahun 2022/2023 juga meningkat signifikan. Mungkin salah satunya penyebab nya dari promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik.”

9. Bagaimana menurut ibu dalam strategi promosi ini cukup kuat untuk menarik minat peserta didik?

Jawab:

“Menurut saya ya cukup kuat, karena sekali lagi ini yang menjadi unggulan sulit ditemukan di sekolah lain.”

10. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi periklanan?

Jawab:

“tentunya dari kegiatan promosi MAN 1 Brebes melalui ekstrakurikuler robotik berdampak baik, melalui sosial media kemudian brosur, spanduk dan yang lainnya. Masyarakat jadi semakin tau akan kelebihan MAN 1 Brebes serta berbagai prestasinya.”

11. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi *personal selling*?

Jawab:

“alhamdulillah mba itu tadi, kami melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah disini yang jadi objek kita kan SMP/MTS nggih, kami mengenalkan tentang kelebihan MAN 1 Brebes dan dengan gencar

mempromosikan ekstrakurikuler robotik pada saat sosialisasi dan kami sekarang dari tahun ke tahun mengalami kenaikan jumlah siswa yang signifikan, pasti salah satu penyebabnya dari sosialisasi tadi.”

12. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi penjualan?

Jawab:

“tentunya dengan MAN 1 Brebes memberi fasilitas penuh kepada peserta didik yang sekolah disini membawa dampak baik termasuk dapat menarik peserta didik untuk melanjutkan Pendidikan disini.”

13. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi publisitas/hubungan masyarakat?

Jawab:

“dengan mengikuti pameran ekstrakurikuler robotik sangat berdampak baik di MAN 1 Brebes karena masyarakat ikut serta melihat karya robotik yang dimiliki MAN 1 Brebes adalah hal ini bisa meyakinkan bahwa MAN 1 Brebes itu mempunyai keunggulan yang baik”

Mengetahui,



Nur Azizah, S.Pd

## **Transkrip Wawancara**

### **Pembina Ekstrakurikuler Robotik**

Nama : Moh. Izzudin, S.Pd.Si

Jabatan : Pembina Robotik

Hari : Rabu, 07 Juni 2023

Waktu : 10.30 sampai selesai

1. Bagaimana strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes?

Jawab:

“kalo secara umum promosi yang pernah kita lakukan disini yang pertama, melalui media sosial, kemudian brosur dan spanduk terus melalui sosialisasi terutama di proses PPDB dan memang yang diutamakan promosi ekstrakurikuler robotik, itu pesan dari ibu kepala sekolah, kemudian yang lain kita juga pernah melaksanakan semacam pameran di sekolah lain Cuma memang dikemas dengan acara peringatan isra mi'raj, kami disitu memamerkan hasil karya dari ekstrakurikuler robotik.”

2. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi periklanan?

Jawab:

“khusus untuk melalui periklanan kami disini ya tadi utamanya media sosial, setiap ada event apapun yang diikuti ekstrakurikuler robotik selalu kita upload di media sosial MAN 1 Brebes dari mulai Facebook, Instagram, Youtube dan yang lainnya.”

3. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi *personal selling*?

Jawab:

“untuk promosi secara *personal selling* yang kami lakukan mensosialisasikan madrasah ke sekolah yang menjadi objek promosi dalam rangka penerimaan peserta didik baru disitu kami mempromosikan program unggulan MAN 1 Brebes utamanya ekstrakurikuler robotik.”

4. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi penjualan?

Jawab:

“melalui promosi penjualan disini kami disekolah menyediakan berbagai kebutuhan terutama komponen-komponen yang terkait dengan robotik telah disediakan secara penuh, selain itu kami juga menghadirkan pelatih yang didatangkan dari luar dan telah di sediakan program pelatihan robotik untuk siswa yang mengikuti ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes.”

5. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui publisitas/hubungan masyarakat?

Jawab:

“terkait dengan promosi yang dilakukan melauai humas, kami mengikuti pameran dan disitu kami menampilkan produk-produk yang telah ekstrakurikuler robotik hasilkan.”

6. Mengapa ekstrakurikuler robotik bisa paling unggul diantara ekstrakurikuler yang lain?

Jawab:

“karena selain prestasinya yang banyak baik ditingkat nasional maupun internasional, ekstrakurikuler robotik juga sulit ditemukan di sekolah lain yang berada disekitaran Brebes.”

7. Prestasi apa yang didapat dalam ekstrakurikuler robotik ?

Jawab:

“prestasi yang telah didapat ekstrakurikuler robotic banyak sekali mba, salah satunya juara di tingkat Kabupaten/Kota 1 kali kemudian juara tingkat nasional 7 kali dan juara ditingkat internasional 4 kali.”

8. Bagaimana implikasi strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes?

Jawab:

“salah satu dampaknya adalah meningkatnya jumlah peserta didik secara signifikan dan MAN 1 Brebes bisa lebih dikenal lagi oleh masyarakat.”

9. Bagaimana menurut bapak dalam strategi ini cukup kuat untuk menarik minat peserta didik?

Jawab:

“cukup kuat, karena banyak peserta didik yang tertarik dengan ekstrakurikuler robotik apalagi dengan viral nya salah satu siswa kami M. Haidar Hamzah yang diterima di 13 perguruan tinggi luar negeri terbaik top 100 dunia berbekal dari kejuaraan yang pernah di

raihnya baik ditingkat nasional maupun internasional di ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes.”

10. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi periklanan?

Jawab:

“promosi melalui brosur spanduk dan sosial media tentunya sangat berdampak baik untuk MAN 1 Brebes dengan adanya promosi tersebut masyarakat jadi lebih tau terutama tentang ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes yang telah meraih banyak prestasi dan menghasilkan banyak karya.”

11. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi *personal selling*?

Jawab:

“tentunya promosi melalui sosialisasi kesekolah ada dampak positif yaitu sekolah yang menjadi objek promosi dapat mengetahui keunggulan MAN 1 Brebes terutama mengetahui bahwa di MAN 1 Brebes ada ekstrakurikuler robotik yang sudah menjuarai ditingkat internasional dan menghasilkan banyak karya robotik sehingga kemudian semakin banyak siswa yang minat untuk melanjutkan Pendidikan di MAN 1 Brebes”

12. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi penjualan?

Jawab:

“memberi fasilitas penuh kepada peserta didik yang belajar di MAN 1 Brebes membuat siswa tertarik belajar disini, apalagi fasilitas yang diberikan ekstrakurikuler

robotik membuat siswa yang minat semakin bertambah setiap tahunnya.”

Mengetahui,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Moh. Izzudin', with a vertical line to its left and a horizontal line below it.

Moh. Izzudin, S.Pd,Si

## **Transkrip Wawancara**

### **Kepala Sekolah**

Nama : Dra. Hj. Hurhayati, M.Pd

Jabatan : Kepala Sekolah

Hari : Rabu, 08 Juni 2023

Waktu : 08.46 sampai selesai

1. Bagaimana strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes?

Jawab:

“strategi yang digunakan menggunakan langkah-langkah yang sesuai dengan promosi seperti menentukan tujuan promosi atau membuat dana anggaran dan sebagainya.”

2. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi periklanan?

Jawab:

“media periklanan yang digunakan MAN 1 Brebes dalam mempromosikan madrasah melalui ekstrakurikuler robotik melalui website MAN 1 Brebes, Facebook, Instagram, Youtube dan media sosial lainnya, kemudian melalui brosur, spanduk, pamflet dan bahkan beberapa kali ekstrakurikuler robotik kita viral dan masuk ke acara televisi karena prestasi yang telah diraih ekstrakurikuler robotik kita.”

3. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi *personal selling*?

Jawab:

“kami melakukan *personal selling* datang ke MTS/SMP untuk memberikan pemahaman tentang kelebihan MAN 1 Brebes termasuk bahwa di MAN 1 Brebes ini ada ekstrakurikuler robotik dengan segudang prestasi yang telah diraih serta mempromosikan karya hasil ekstrakurukuler robotik.”

4. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi penjualan?

Jawab:

“promosi penjualan yang dilakukan oleh MAN 1 Brebes yaitu dengan menyediakan fasilitas penuh untuk ekstrakurikuler robotik. Kami menyediakan sesuai kebutuhan karena roboik sendiri mengikuti perkembangan zaman sehingga alat-alatnya pun mengikuti kebutuhan itu sendiri. Maka ketika tim robotik/tim pendukung robotik sudah mendisain untuk robotik tahun ini kita mau bikin robot apa, madrasah tentunya menyediakan sarana prasarananya sehingga kami menyediakan sarpras sesuai kebutuhan itu jadi tidak ada anggaran yang mubadzir. Ekstrakurikuler robotik kami juga sering memprogramkan pelatihan untuk ekstrakurikuler robotik.”

5. Bagaimana cara melakukan promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi publisitas/hubungan masyarakat?

Jawab:

“MAN 1 Brebes biasanya setiap akhir semester atau akhir tahun mendirikan pameran di sekolah yang mengundang kami, di pameran itu kami memamerkan hasil karya ekstrakurikuler robotik dan prestasi yang sudah diraih agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat.”

6. Mengapa ekstrakurikuler robotik bisa paling unggul diantara ekstrakurikuler yang lain?

Jawab:

“karna memang ekstrakurikuler robotik ini banyak sekali meraih prestasi baik ditingkat nasional maupun internasional. Dan memang ekstrakurikuler robotik ini mampu menarik minat peserta didik.”

7. Prestasi apa yang didapat dalam ekstrakurikuler robotik?

Jawab:

“banyak sekali mba, yaitu tadi ekstrakurikuler robotik MAN 1 Brebes sudah banyak meraih prestasi baik ditingkat nasional maupun internasional.”

8. Bagaimana implikasi strategi promosi madrasah melalui ekstrakurikuler robotik di MAN 1 Brebes?

Jawab:

“pastinya sangat berdampak mba, apalagi setelah viralnya siswa kita M. Haidar Khamzah yang viral karena berhasil diterima di 13 perguruan tinggi luar negeri terbaik di dunia karena prestasi yang diraihnya melalui ekstrakurikuler robotik kemudian diliput

masuk ke beberapa acara televisi seperti SCTV, Imdosiar dan masih banyak lagi. Itu tentunya membuat masyarakat semakin percaya untuk menyekolahkan putra putrinya di MAN 1 Brebes.”

9. Bagaimana menurut Ibu dalam strategi ini cukup kuat untuk menarik minat peserta didik?

Jawab:

“ya cukup kuat, karena ya itu tadi dampaknya sudah terealisasi seperti semakin bertambahnya peserta didik, kemudian masyarakat jadi lebih mengenal MAN 1 Brebes dan masih banyak lagi.”

10. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi periklanan?

Jawab:

“adanya promosi melalui berbagai sosial media, di MAN 1 Brebes sendiri itu ada Facebook, Instagram, Youtube kemudian ada website MAN 1 Brebes pastinya, bahkan kita juga ada TikTok dan Twitter apalagi ditambah dengan viralnya siswa kami M. Haidar Khamzah yang diterima di 13 perguruan tinggi luar negeri terbaik top 100 dunia karena prestasi atau kejuaraan yang diraih melalui ekstrakurikuler robotik itu masuk ke banyak acara televisi. Dan juga promosi melalui brosur dan spanduk itu sangat berdampak positif bagi MAN 1 Brebes yaitu masyarakat atau orangtua semakin banyak yang menyekolahkan anaknya di MAN 1 Brebes.”

11. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi *personal selling*?

Jawab:

“promosi *personal selling* dengan sosialisasi ke sekolah-sekolah mengenalkan kelebihan MAN 1 Brebes termasuk mengenalkan program unggulan kami yaitu ekstrakurikuler robotik alhamdulillah sekarang ada kenaikan peserta didik yang signifikan.”

12. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi penjualan?

Jawab:

“MAN 1 Brebes ini mba, fasilitas sarana dan prasarananya sudah kami siapkan sesuai apa yang dibutuhkan siswa maupun guru dan yang lainnya, akreditasi kami pun sudah bagus, begitupun ekstrakurikuler robotik kami selalu memenuhi apa yang dibutuhkan sehingga ini dapat menarik peserta didik untuk melanjutkan pendidikannya disini.”

13. Bagaimana implikasi promosi ekstrakurikuler robotik melalui promosi publisitas/hubungan masyarakat?

Jawab:

“dengan mengadakan pameran mendirikan stand ketika ada event tertentu di luar, ini akan mengundang kepercayaan masyarakat atau calon peserta didik mengenai keunggulan MAN 1 Brebes terutama keunggulan ekstrakurikuler robotik.”

Mengetahui,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hj. Nurhayati', with a stylized flourish at the end.

Dra. Hj. Nurhayati, M.Pd

## LAMPIRAN 5 : Dokumentasi



Wawancara dengan Pembina Robotik



Wawancara dengan Kepala Sekolah



Kejuaraan lomba ekstrakurikuler robotik



Pembelajaran langsung ekstrakurikuler robotik.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Malikhatun Aminah  
Tempat Tanggal Lahir : Brebes, 17 Oktober 2000  
Alamat : Luwunggede Kec. Tanjung  
Kab. Brebes  
No Hp : 083891188908  
Email : [malikhatunaminah357@gmail.com](mailto:malikhatunaminah357@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

1. MI Darul Hikmah Luwunggede
2. SMP Al-Shighor Pangenan Cirebon
3. MAN Pekalongan

Semarang, 22 Juni 2023



Malikhatun Aminah

NIM : 1803036106