

**STRATEGI PROMOSI MADRASAH IBTIDAIYAH  
ROUDLOTUZZAHIDIN KARANGANOM  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SISWA  
PADA TAHUN PELAJARAN 2013/2014**

**NASKAH PUBLIKASI**

**Untuk Memenuhi Persyaratan  
Guna Mencapai Gelar S-1 Ilmu Komunikasi**



**Oleh: LUTFIL HAKIM**  
L100080149

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2014**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura, Surakarta 57102  
Telp. (0271) 717417 – Fax. (0271) 715448

---

**Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah**

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi tugas akhir :

Nama : M. Toharuddin, S.Pd,MA.

NIK : 848

Nama : Budi Santoso, S.sos, M.Si

NIK : 1276

Telah membaca, mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa:

Nama : Lutfil Hakim

NIM : L100080149

Judul Skripsi : Strategi Promosi Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin Karanganom  
Dalam Meningkatkan Jumlah siswa Pada Tahun Pelajaran 2013/2014

Naskah artikel tersebut layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, sehingga dapat dipergunakan sepenuhnya.

Pembimbing I

(M. Toharuddin, S.Pd,MA.)

NIK. 848

Pembimbing II

(Budi Santoso, S.sos, M.Si)

NIK. 1276

# **STRATEGI PROMOSI MADRASAH IBTIDAIYAH ROUDLOTUZZAHIDIN KARANGANOM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SISWA PADA TAHUN PELAJARAN 2013/2014**

**Lutfil Hakim** ([lutfilhakim88@yahoo.com](mailto:lutfilhakim88@yahoo.com))

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Komunikasi dan Informatika  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

## **ABSTRAK**

Promosi merupakan salah satu sarana untuk memperkenalkan sebuah produk yang berupa barang atau jasa kepada konsumen. Promosi dapat berupa iklan atau kegiatan promosi berbayar yang bertujuan memperkenalkan produk dan menarik minat calon konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Promosi juga dapat berupa kegiatan sosial di masyarakat sehingga masyarakat mampu melihat dan merasakan langsung manfaat dari produk yang ditawarkan.

Penelitian ini berupaya mengkaji efektivitas promosi yang dilakukan oleh Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin, Kunden, Karanganom, Klaten untuk meningkatkan jumlah siswanya pada tahun pelajaran 2013/2014. Sejak tahun ajaran 2009/2010, Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin melakukan berbagai upaya promosi untuk meningkatkan jumlah siswa baru yang mendaftar ke sekolah ini. Promosi dilakukan dengan dua cara, yaitu: melalui iklan dan kegiatan kemasyarakatan. Promosi melalui iklan dilakukan dengan mengiklankan diri di radio-radio lokal agar masyarakat lebih memahami visi, misi dan keunggulan yang dimiliki Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin sehingga masyarakat tertarik untuk mendaftarkan anak-anaknya ke sekolah ini. Selain itu, iklan juga dilakukan dengan memasang spanduk, poster, dan baliho di beberapa ruas jalan yang strategis dan sesuai dengan masyarakat yang menjadi target iklan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh pihak Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin berpengaruh positif terhadap peningkatan jumlah siswa di sekolah ini sejak tahun pelajaran 2009/2010. Hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah pendaftar baru yang bersekolah di sekolah ini.

**Kata Kunci:** Efektivitas Iklan, Peningkatan Jumlah Siswa

**PROMOTION STRATEGY OF ISLAMIC ELEMENTARY SCHOOL  
ROUDLOTUZZAHIDIN KARANGANOM  
IN RAISING THE SUM OF NEW STUDENTS OF ACADEMIC  
CALENDAR 2013/2014**

**ABSTRACT**

Promotion is one way to introduce a product to potential consumers. Promotion could take a shape of paid advertisement or social activity that aim to introduce products and attract potential consumers to buy and use these offered products. Social activity in the promotion aims to do social duty of an enterprise so that society can see and feel the usefulness of these products.

This research studies the effectiveness of promotion in Madrasah Ibtidaiyah (Islamic Elementary School) Roudlotuzzahidin, Kunden, Karanganom, Klaten to raise the sum of new students in the academic calender 2013/2014. This research explains that since academic calender 2009/2010, Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin has done many ways of promotion to raise the sum of new students registering in this school. There are two ways of promotion, that is: by advertisement and social activity. Promoting by advertisement was done by radio advertisements as to society could understand about vision, mission, dan excelences of this school. On the other hand, promotion was also done by setting posters in high way around the school that could be the target of promotion. The result of this research shows that promotion has positive influence to raise the sum of new students since academic calender 2009/2010.

**Key Words:** The Effectivity of Promotion, Raising the Sum of New Students

## A. PENDAHULUAN

Salah satu aspek pendukung keberhasilan sebuah lembaga pendidikan adalah keberadaan siswa yang jumlahnya sesuai dengan kuota ideal, yaitu, antara 25 sampai 30 siswa per kelas untuk pendidikan dasar (SD/MI). Namun, pada kenyataannya, dari sekitar 37 SD/MI di wilayah Kecamatan Karanganom, Klaten, hanya ada empat SD/MI yang memiliki siswa lebih dari 25 untuk setiap kelasnya.

Hal serupa juga terjadi dengan MI Roudlotuzzahidin yang terletak di Kelurahan Kunden, Kecamatan Karanganom, Kabupaten Klaten. Sebelum tahun 2010, jumlah siswa baru di MI Roudlotuzzahidin rata-rata kurang dari 20 siswa. Bahkan cenderung mengalami penurunan sejak tahun 2007. Data statistik di MI Roudlotuzzahidin menunjukkan pada tahun 2007, MI Roudlotuzzahidin mendapatkan siswa baru sebanyak 19 siswa, kemudian pada tahun 2008 menurun menjadi 17 siswa, dan pada tahun 2009 hanya 15 siswa yang mendaftar sebagai siswa baru.

Kondisi ini tentu membuat para pengelola MI Roudlotuzzahidin merasa cemas dengan kelangsungan pendidikan di MI Roudlotuzzahidin. Oleh karenanya, sejak tahun 2010 MI Roudlotuzzahidin menerapkan strategi baru untuk

mempromosikan MI Roudlotuzzahidin demi mendapatkan jumlah siswa yang lebih banyak. Efektivitas dari strategi promosi ini mulai tampak pada penerimaan siswa baru tahun 2010/2011.

Sejak tahun 2010, MI Roudlotuzzahidin berhasil meningkatkan jumlah siswa barunya secara signifikan, dari 22 siswa pada tahun pelajaran 2010/2011, meningkat menjadi 25 pada tahun pelajaran 2011/2012, meningkat lagi menjadi 29 pada tahun pelajaran 2012/2013, dan meningkat lagi menjadi 48 siswa pada tahun pelajaran 2013/2014.

Hal ini tidak terlepas dari kepiawaan pihak pengelola MI Roudlotuzzahidin dalam melakukan berbagai sarana promosi kepada masyarakat sekitar sehingga banyak orangtua yang berminat mendaftarkan anaknya ke MI Roudlotuzzahidin. Berbeda dengan sekolah-sekolah mahal berlabel SDIT yang lebih mengandalkan promosi dengan menggunakan bahasa-bahasa semisal “sekolah global”, “sekolah unggulan”, “sekolah berwawasan internasional” dan sebagainya, MI Roudlotuzzahidin justru menggunakan promosi dengan mengandalkan pada kearifan-kearifan lokal dan kearifan agama.

Banyaknya kegiatan ekstrakurikuler yang diadakan MI Roudlotuzzahidin tentu tidak banyak berpengaruh ter-

hadap peningkatan jumlah siswa bila tidak dikemas dengan bahasa promosi yang baik dan membuat para siswa serta orangtua mereka tertarik untuk mendaftarkan anaknya ke MI Roudlotuzzahidin.

Meningkatnya jumlah siswa Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin juga berpengaruh positif terhadap peningkatan prestasi siswa. Hal ini terbukti dengan berbagai raihan kejuaraan baik di tingkat kecamatan, kabupaten, maupun provinsi. Sejak tahun 2010, ada beberapa siswa yang menunjukkan keberhasilan pola pendidikan di sekolah ini sehingga membuat para siswanya mampu menunjukkan pencapaian yang belum pernah dicapai sebelumnya. Prestasi yang diraih siswa Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin tidak hanya dalam bidang akademik, tetapi juga non-akademik, terutama bidang yang menyangkut kesenian bernuansa Islami.

Torehan prestasi di atas membuktikan bahwa, promosi yang dilakukan pihak sekolah tidak hanya berhasil meningkatkan jumlah siswa, tetapi juga memupuk semangat guru untuk terus berinovasi mengembangkan berbagai bentuk pola pembelajaran terbaik bagi siswa-siswa MI Roudlotuzzahidin sehingga mampu meraih prestasi yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Artinya, sekolah ini melakukan promosi dengan

kerja keras untuk meningkatkan kualitas dan prestasi siswa dan guru sehingga apa yang dipromosikan sejalan dengan tujuan dan fungsi sekolah sebagai lembaga pendidikan.

Dari sinilah peneliti merasa tertarik untuk meneliti bentuk promosi yang dilakukan oleh MI Roudlotuzzahidin sehingga mampu mendapatkan siswa baru melebihi SD-SD yang ada di sekitarnya. Salah satu fenomena menarik berkaitan dengan sebuah Madrasah Ibtidaiyah (MI) yang bernama Roudlotuzzahidin, yang pada tahun pelajaran 2013/2014 memperoleh siswa baru lebih dari 45 siswa, tepatnya 48 siswa. Fakta lain yang menarik untuk diteliti adalah MI Roudlotuzzahidin mendapatkan jumlah siswa yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

Ada dua masalah utama yang menjadi pokok bahasan penelitian ini, yaitu: (1) Bagaimanakah bentuk promosi/iklan yang dilakukan oleh MI Roudlotuzzahidin? dan (2) Bagaimana pengaruh promosi tersebut terhadap minat orangtua untuk mendaftarkan anaknya ke MI Roudlotuzzahidin?

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

Secara etimologis, iklan berasal dari bahasa Arab "*i'lan*" yang berarti 'pemberitahuan'. Pemberitahuan dalam

hal ini berarti pemberitahuan mengenai barang atau jasa dari produsen kepada calon konsumen. Jadi, yang disampaikan kepada pihak lain tersebut berupa pesan tentang barang atau jasa yang diiklankan.

Pihak pembuat iklan mempunyai beberapa tujuan dalam mendesain setiap iklan, di antaranya: (1) menarik perhatian, (2) membangkitkan minat (3) merangsang hasrat ingin tahu, (4) menciptakan keyakinan dan (5) melahirkan tindakan membeli dan memakai barang atau jasa yang diiklankan. Mengingat fungsi iklan adalah mempengaruhi khalayak agar mau membeli barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen, pembuat iklan berusaha menggali potensi bahasa semaksimal mungkin untuk mencapai maksud tersebut.

Dengan bahasa iklan yang baik dan mengena pada masyarakat yang dituju, sebuah iklan bisa jadi sangat efektif dalam menarik minat calon pembeli/pengguna jasanya. Bahasa iklan sebagai ragam bisnis pada dasarnya merupakan salah satu pemakaian bahasa dalam komunikasi.

Bahasa iklan bertujuan mempengaruhi orang lain dan membuat si pendengar/pembaca melakukan sesuatu yang diinginkan, yaitu, mendaftarkan

anak-anaknya ke Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin.

### **C.PERUMUSAN MASALAH**

1. Bagaimana bentuk dan strategi promosi/iklan yang dilakukan oleh MI Roudlotuzzahidin?

2. Bagaimana strategi promosi tersebut mampu menarik minat orang tua untuk mendaftarkan anaknya ke MI Roudlotuzzahidin?

### **D.TUJUAN PENELITIAN**

Mengetahui strategi promosi yang dilakukan MI Roudlotuzzahidin, Karanganyar, Klaten dalam meningkatkan jumlah siswa baru pada tahun pelajaran 2013/2014

### **E.METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bertempat di MI Roudlotuzzahidin, yang beralamat di Dukuh Tegalarum, Kelurahan Kunden, Kecamatan, Karanganyar, Kabupaten Klaten. Sedangkan waktu penelitian adalah selama dua bulan, yaitu, dimulai dari bulan Desember 2013 hingga Januari 2014.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif.

Dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Observasi atau pengamatan. Peneliti melakukan pengamatan terhadap subjek penelitian dan mencatat peristiwa-peristiwa yang relevan dengan masalah penelitian ini.
- b. Wawancara, yakni mengadakan tanya jawab dengan kepala sekolah, guru agama, guru-guru lain, serta para siswa yang dapat memberikan data yang diperlukan.
- c. Dokumentasi, mencari data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, agenda, dan sebagainya yang berhubungan dengan penelitian.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis. Analisis data adalah upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus atau masalah yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain (Muhadjir, 1996: 104).

## **F.HASIL DAN PEMBAHASAN**

Promosi merupakan salah satu faktor penting keberhasilan sebuah iklan produk. Penggunaan bahasa yang tepat, sesuai dengan selera masyarakat, mudah dipahami, dan mudah diingat akan membuat sebuah iklan lebih dapat diterima masyarakat.

Untuk meningkatkan jumlah siswanya, sekolah-sekolah juga melakukan promosi agar menarik perhatian calon siswa dan orangtua. Akan tetapi, sekolah bukanlah sebuah komoditas yang hanya mengandalkan iklan dan promosi. Sekolah merupakan lembaga pendidikan yang nilai-nilai dan tujuannya harus disesuaikan dengan tujuan pendidikan itu sendiri. Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal (1) butir (1) menyatakan, “Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.”

Sekolah harus dapat mengembangkan iklim pendidikan dan suasana pembelajaran yang menarik, memiliki tenaga pendidikan yang berkualifikasi sebagai guru yang mampu membimbing siswa-siswanya menjadi lebih baik. Hal ini sejalan dengan UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal (1) butir (6).

Hal ini tampaknya terjadi pada Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin, Kunden, Karanganom, Klaten. Sekolah ini berkembang pesat lantaran memiliki tenaga-tenaga pendidik yang berkualifikasi sarjana pendidikan dengan minat dan bidang masing-masing. Setiap guru memiliki kualifikasi khusus untuk dapat mengajar di sekolah ini. Semua guru yang mengajar disyaratkan harus lulus Sarjana (Strata 1) Pendidikan dan memiliki keterampilan tambahan berupa pengetahuan tentang psikologi pendidikan, sistem pembelajaran yang baik, dan memiliki kepedulian serta kasih sayang untuk mendidik dan mendampingi anak-anak.

Melalui guru yang berkualifikasi, kepala sekolah yang memahami manajemen pengelolaan sekolah, serta tenaga administrasi yang *amanah* dan terampil, Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin, Kunden, Karanganom, Klaten berusaha mewujudkan fungsi dan tujuan pendidikan sebagaimana diamanatkan dalam UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas Pasal 3 yang menyatakan,

Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa,

berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Dengan prinsip dan iktikad baik inilah kemudian Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin melalui pembaruan dalam perekrutan guru maupun mengembangkan pendidikan tenaga pengajar agar sesuai dengan kualifikasi yang diinginkan sekolah dan orangtua siswa.

Kualitas guru dan peningkatan prestasi siswa di bidang akademik dan non-akademik merupakan komoditas sekolah yang laku dijual melalui iklan. Komoditas yang ditawarkan di Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin adalah sebagai berikut:

- a) Guru-guru yang memiliki kualifikasi mengajar baik dan lulus Strata Satu;
- b) Keunggulan akademik yang ditunjang dengan perpustakaan lengkap dan gedung yang representatif;
- c) Letak strategis, memiliki halaman parkir yang luas dan masjid yang cukup untuk menampung seluruh siswa dan guru berjamaah;
- d) Biaya terjangkau, bahkan pembebasan seluruh biaya bagi siswa yang kurang/tidak mampu;
- e) Pemberian beasiswa prestasi untuk siswa yang berprestasi;
- f) Ekstrakurikuler *hadrah*, *drum band*, pramuka, pendidikan baris-berbaris,

berbagai cabang seni Islami dan olahraga yang dilatih oleh tenaga pengajar profesional.

Untuk memperkenalkan masyarakat terhadap keunggulan yang menjadi komoditas sekolah, dibutuhkan bahasa iklan yang baik dan tepat dengan kondisi masyarakat. Iklan berfungsi untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat, mengenalkan masyarakat akan keunggulan program-program sekolah, kelebihan sekolah dibandingkan dengan sekolah-sekolah lain, dan fasilitas yang dapat diberikan sekolah kepada siswa selama mengenyam pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin. Penggunaan iklan yang tepat sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah siswa yang mendaftar di Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin.

Penggunaan iklan mulai gencar dilakukan menjelang penerimaan siswa baru tahun 2010/2011 dan terus dilakukan secara konsisten hingga sekarang dengan penambahan variasi dan bentuk bahasa iklan yang disesuaikan dengan perkembangan zaman serta selera masyarakat setempat. Selain juga secara internal memperbaiki kinerja kepala sekolah, guru, dan administrasi sekolah menjadi lebih baik.

Menjelang tahun ajaran baru, antara bulan Maret-Juni Madrasah Ibtidaiyah

Roudlotuzzahidin memasang iklan di radio-radio lokal untuk lebih memperkenalkan sekolah ini kepada publik.

Selain memasang iklan melalui radio, Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin juga menggunakan iklan dengan media spanduk dan poster. Spanduk dan poster dipasang di jalan raya Penggung-Jatinom dan jalan raya Klaten-Karangnom.

Selain melakukan promosi dalam bentuk iklan siaran radio dan poster, Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin juga menggunakan sarana lain yang mempromosikan dirinya, yaitu melakukan kegiatan-kegiatan sosial yang berkaitan langsung dengan sekolah maupun berhubungan dengan masyarakat. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan antara lain menjalankan aktivitas sekolah sehari penuh atau *fullday school*, menampilkan seni hadrah dan aktif dalam berbagai peringatan hari besar Islam.

Untuk menghapus kesan “jadul”, maka para pengurus Yayasan Roudlotuzzahidin menggunakan bahasa iklan dengan kata-kata “Fullday School” atau “Sekolah Sehari Penuh.” Istilah *Fullday School* sendiri selama ini digunakan oleh sekolah-sekolah Islam terpadu yang memiliki citra positif sebagai sekolah dengan kelebihan berupa penanaman nilai-

nilai keagamaan dengan kegiatan sekolah yang dilaksanakan hampir sehari penuh, yaitu, mulai dari pukul 07.00 hingga pukul 15.00.

Penggunaan istilah *Fullday School* diharapkan mampu mengubah citra “jadul” yang selama ini melekat pada Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin menjadi citra “sekolah modern” yang siap bersaing dengan sekolah-sekolah sederajat yang ada di sekitarnya (Wawancara dengan Subiyadi, S.Pd, Kepala Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin, 10 Februari 2014).

Dengan perubahan citra dari “jadul” ke modern, Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin sudah menempatkan dirinya sebagai sekolah yang siap bersaing dengan sekolah-sekolah lain yang setingkat dalam hal prestasi dan pengembangan diri siswa-siswanya.

Selain penambahan istilah “Full-day School”, sebagai salah satu bentuk penggunaan bahasa iklan, Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin juga mengintensifkan pelatihan hadrah dan bentuk-bentuk kesenian Islam yang lain, terutama seni membaca Alquran dan tambahan pengkajian Alquran sebelum dimulainya jam pelajaran, dari pukul 06.45 hingga pukul 07.00 setiap hari Senin hingga Kamis. Sedangkan kegiatan Hadrah dilakukan sore hari antara pukul 15.00 hingga

pukul 16.00 setiap hari Selasa dan Kamis (Wawancara dengan Zainal Abidin, S.Ag, guru Alquran Hadis dan pembina Hadrah, 10 Februari 2014).

Meningkatnya jumlah siswa Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin juga berpengaruh positif terhadap peningkatan prestasi siswa. Hal ini terbukti dengan berbagai raihan kejuaraan baik di tingkat kecamatan, kabupaten, maupun provinsi. Sejak tahun 2010, ada beberapa siswa yang menunjukkan keberhasilan pola pendidikan di sekolah ini sehingga membuat para siswanya mampu menunjukkan pencapaian yang belum pernah dicapai sebelumnya. Prestasi yang diraih siswa Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin tidak hanya dalam bidang akademik, tetapi juga non-akademik, terutama bidang yang menyangkut kesenian bernuansa Islami.

Torehan prestasi di atas membuktikan bahwa, promosi yang dilakukan pihak sekolah tidak hanya berhasil meningkatkan jumlah siswa, tetapi juga memupuk semangat guru untuk terus berinovasi mengembangkan berbagai bentuk pola pembelajaran terbaik bagi siswa-siswa MI Roudlotuzzahidin sehingga mampu meraih prestasi yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

## **G.KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Kesimpulan**

Iklan berusaha memberi informasi mengenai hal-hal yang patut dijadikan alasan dan pertimbangan agar orangtua mendaftarkan anaknya ke Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin.

Selain keunggulan-keunggulan di bidang akademik dan administratif, Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin juga merupakan sekolah yang mau dan mampu berbaur dan berperan dalam kegiatan sosial di masyarakat sekitarnya untuk lebih mengenalkan hasil pendidikan dan latihan kepada masyarakat. Pendidikan di sekolah ini tidak hanya berkuat pada pengajaran teori-teori abstrak, tetapi juga memiliki dampak dan peran nyata terhadap masyarakat. Peran siswa dan guru Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin dalam berbagai penyelenggaraan kegiatan sosial di masyarakat sekitar menjadikan nama dan citra sekolah ini semakin dikenal baik oleh masyarakat.

Promosi yang dilakukan oleh pihak Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin berpengaruh positif terhadap pening-

katan jumlah siswa di sekolah ini sejak tahun pelajaran 2009/2010. Hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah pendaftar baru yang bersekolah di sekolah ini.

Hal ini membuktikan bahwa strategi iklan yang dilakukan Madrasah Ibtidaiyah Roudlotuzzahidin dengan menggunakan media spanduk, baliho, poster, dan iklan di radio mampu menarik minat calon siswa dan orangtuanya untuk mendaftarkan anak-anaknya ke sekolah ini.

### **2. Saran**

- a. Sebagai sebuah karya tulis akademis, karya tulis ini hendaknya mampu memberi sumbangan pemikiran, wawasan, dan pengetahuan mengenai konsep, cara, dan praktik periklanan yang berkaitan dengan lembaga pendidikan.
- b. Lembaga pendidikan hendaknya mampu menggunakan sarana iklan dengan tetap menjaga kualitas dan tujuan pendidikan sesuai dengan amanat Undang-Undang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brown, Gillian dan Yule, George. 1996. *Analisis Wacana*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1994. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kotler, Philip. 1990. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, dan Penganalisaan*, Jakarta: Erlangga.
- Lewis, Herschell Gordon. 1996. *Iklan yang Efektif*. Jakarta: Dahara Prize.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.