

STRATEGI KOMUNIKASI SMA MUHAMMADIYAH 1 NGAWI DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DENGAN MENGUNGGULKAN PROGRAM EKSTRA BAKAT MINAT

Catur Diana Aprilia; Dian Purworini

**Prodi Ilmu Komunikasi dan Informatika, Fakultas Komunikasi dan Informatika,
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Abstrak

Persaingan sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik dimasa sekarang semakin ketat dan reputasi sekolah ditentukan oleh kegiatan ekstrakurikuler yang berkualitas. Humas SMA Muhammadiyah 1 Ngawi memiliki peran dalam menarik siswa baru dengan mempromosikan program unggulan ekstra bakat minat. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa bagaimanastrategi komunikasi humas SMA Muhammadiyah 1 Ngawi dalam upaya meningkatkan jumlah peseta didik dengan mengunggulkan program ekstra bakat minat. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kualitatif dengan metode penelitian studi kasus dan teori difusi inovasi oleh Everett M Rogers. Hasil penelitian menunjukkan ada proses difusi inovasi dalam pelaksanaannya yang meliputi empat komponen utama didalamnya yaitu Inovasi, Saluran Komunikasi, Jangka Waktu dan Sistem Sosial. Selain itu program ekstra bakat minat merupakan inovasi baru yang digunakan sekolah untuk meningkatkan prestasi dan ketrampilansiswa di bidang non akademik.

Kata Kunci : Strategi komunikasi, Humas, teori Difusi Inovasi, ekstra bakat minat

Abstrak

The competition among schools for increasing the number of pupils is now increasing, and the reputation of the school si determined by quality extracurricular activities. The public relationsof SMA Muhammadiyah 1 Ngawi has a role in attracting the interest of new students by promoting extra bakat minat programs. The purpose of this research is to analyze how the public relations communication strategy of SMA Muhammadiyah 1 Ngawi in an effort to increase the number of students by promoting extra bakat minat programs. This research is a qualitative research with a case study research method and uses the theory of innovation diffusion by Everett M Roger. The results of the study stated that the process of diffusion of innovation in the ekstra bakat minat program also includes four elements in it, namelyInnovation, Communication Channels, Time Period and Social System, beside the ekstra bakatminat program is new innovation used by schools to improve student achievement and skills in the non-academic field.

Keywords: Communication strategy, Public Relations, Diffusion of

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangannya, mutu pembelajaran keseluruhan pada lembaga pendidikan ditentukan oleh kegiatan ekstrakurikuler yang berkualitas. Hal ini berkenaan dengan persepsi konsumen terhadap kegiatan ekstrakurikuler yang menjadi nilai jual dari sebuah lembaga pendidikan. Akibatnya pada sekolah-sekolah unggulan, ekstrakurikuler menjadi pilihan utamadalam meningkatkan reputasi sekolah yang dikelolanya (Pakpahan et al., 2021).

Permendikbud Nomor 62 Tahun 2014, ekstrakurikuler merupakan kegiatan yang peserta didik lakukan, meliputi kegiatan intra kurikuler dan kurikuler di luar jam belajar sehari-hari yang diawasi dan dibina oleh satuan pendidikan. Tujuan kegiatan ekstrakurikuler menurut peraturan pemerintah ini adalah untuk mengoptimalkan potensi, semangat, minat, bakat, kerjasama, dan kemandirian siswa sebaik baiknya dalam rangka membantu pencapaian tujuan pendidikan nasional.

Menghadapi persaingan yang ketat di bidang ekstrakurikuler, sekolah harus mampu dalam pengelolaan kegiatan pendidikan secara efektif dan bermutu tinggi. Pengembangan ekstrakurikuler dapat menguntungkan bagi sekolah, salah satunya sebagai caramempromosikan sekolah kepada masyarakat (Nuryanto, 2017). Sekolah diharapkan dapat menghasilkan siswa yang berprestasi dalam berbagai kompetisi kejuaraan akademik maupun non akademik (Sudari, 2021). Karena kepercayaan masyarakat bergantung pada prestasi yang dihasilkan sekolah Astuti dalam (Sudari, 2021).

Komunikasi sangat penting untuk keberhasilan sekolah, karena memungkinkan penyebaran informasi public, persuasi sosial, dan membangun kepercayaan publik (Dini, 2022). Pengembangan strategi komunikasi merupakan hal paling penting dalam memenuhi tujuan yang ditetapkan untuk meningkatkan minat publik pada lembaga pendidikan. Perencanaan komunikasi mencakup manajemen dan strategi, dengan strategi yang digunakan untuk memutuskan secara kondisional tentang keseluruhan tindakan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan Arifin 1984 dalam (Astuti et al., 2023). Selain itu, strategi ini membutuhkan interaksi sosial dan komunikasi secara efektif dengan masyarakat yang menjadi target (Wulandari, 2021). Akibatnya, lembaga pendidikan

membutuhkan strategi komunikasi untuk menentukan keberhasilan tujuan organisasi.

Pada sekolah swasta diperlukan strategi komunikasi humas yang lebih baik dibandingkan dengan sekolah negeri, hal ini berkaitan dengan persepsi public terhadap lembaga pendidikan sangat penting untuk memikat siswa baru (Masitah, 2017). Humas adalah seni meningkatkan kesadaran public terhadap suatu lembaga atau organisasi guna meningkatkan kepercayaan public terhadapnya (Zuhriatin, 2018). Tujuan humas bukan hanyamemperkenalkan suatu lembaga, akan tetapi sebagai perantara untuk mempererat lembaga dengan lingkungannya serta menciptakan interaksi yang harmonis dan menguntungkan bagi semua pihak.

Strategi komunikasi yang diteliti dalam penelitian ini yaitu strategi komunikasi yang dilakukan oleh organisasi SMA Muhammadiyah 1 Ngawi. Alasan pentingnya yaitu, karena SMA ini adalah salah satu sekolah yang berhasil meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah dengan mensosialisasikan dan mempublikasikan kegiatan ekstrakurikuler unggulan dan hasil prestasi yang diraih siswa SMA Muhammadiyah 1 Ngawi seperti kelas Tahfidz, tapak suci (sekolah tergabung dalam persatuan Tapak Suci Putera Muhammadiyah Pimda 094 Kabupaten Ngawi), dan ekstra mengemudi untuk menambah ketrampilan siswa di bidang non akademik

Jumlah peserta didik yang terus mengalami peningkatan merupakan hasil strategi sekolah dalam menciptakan kegiatan baru yakni program ekstra bakat minat untuk mendorong para siswa agar dapat memiliki prestasi dalam bidang akademik maupun non akademik sesuai dengan bakat minatnya. Dengan keberhasilan sekolah dalam menghasilkan lulusan yang berprestasi, menimbulkan citra positif di masyarakat dan pada akhirnya akan mendorong para orang tua menyekolahkan anaknya di SMA Muhammadiyah 1 Ngawi. Oleh sebab itu sekolah harus terus mengembangkan serta membina komunikasi yang efektif dengan masyarakat melalui strategi komunikasi yang efisien agar komunikasi dapat tepat sasaran. Agar masyarakat mengetahui dan memahami, sekolah harus banyak mengkomunikasikan tentang keunggulan dan program-program sekolah kepada masyarakat luas. Sehingga dengan adanya pemahaman dan pengertian ini dapat diharapkan feedback yang sangat berguna bagi peningkatan jumlah siswa (Sabrina, 2014).

Keunggulan SMA Muhammadiyah 1 Ngawi adalah memiliki program ekstrakurikuler yang lengkap dan mendukung pengembangan bakat dan minat siswa.

Terdapat berbagai macam klub dan kegiatan. Siswa siswi di SMA Muhammadiyah 1 Ngawi dapat memilih dan bergabung dengan klub yang sesuai dengan minatnya. SMA Muhammadiyah 1 Ngawi memiliki kegiatan ekstrakurikuler atau yang biasa disebut dengan program ekstra bakat minat. Program unggulan ekstra bakat minat merupakan gagasan yang diwujudkan sekolah untuk menggali sekaligus sebagai wadah penyaluran bakat atau potensi siswa melalui kegiatan intensif. Pengembangan program ekstra bakat minat ini dijadikan sekolah sebagai upaya promosi untuk meningkatkan jumlah peserta didik. Antusiasme terhadap program unggulan sekolah di kalangan masyarakat umum dapat meningkatkan kesadaran akan nilai pendidikan (Rozi et al., 2022).

Pada pelaksanaannya, strategi komunikasi yang baik juga terlampir dalam program kerja humas SMA Muhammadiyah 1 Ngawi, antara lain, sekolah menjalin hubungan kerjasamadengan beberapa pihak seperti sekolah basic yang menjadi mitra SMA Muhammadiyah 1 Ngawi, alumni hingga wali murid. Penerapan aktivitas lain humas di sekolah, lebih banyak berhubungan dengan publikasi atau penyebaran informasi mengenai sekolah seperti berbagai program pengembangan atau kegiatan sekolah. Humas SMA Muhammadiyah 1 Ngawiberdasarkan struktur dan fungsi yaitu bertanggung jawab dalam memajukan dan meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah yang dikelolanya. Pada lembaga pendidikan, humas mengacu pada serangkaian praktik manajemen yang berkaitan dengan bagaimana lembaga terlibat dengan masyarakat dan dimaksudkan untuk mendukung proses pengajaran di lembaga yang relevan untuk meningkatkan standar pembelajaran (Harini, 2014).

Menurut temuan penelitian yang dilakukan (Afkarina, 2018), membentuk opini public tidak mudah karena dilakukan oleh public yang selektif. Setiap institusi membutuhkan humas,karena merupakan salah satu upaya dalam membangun reputasi pada sebuah lembaga. Selain itu peran serta relasi yang luas menjadikan humas sangat penting dalam menciptakan arah pendidikan yang memenuhi kebutuhan semua orang terutama masyarakat. Dalam studi ini, humas harus mampu mengembangkan nilai-nilai dan sikap terhadap publik untuk memenuhi kebutuhan organisasi. Keberadaan organisasi dikomunikasikan melalui pesan dari komunikasi publik yang dilakukan dimana berisi informasi dari organisasi yang dikelolanya.

Alasan penulis tertarik untuk melakukan penelitian adalah bahwa dalam lembaga pendidikan strategi komunikasi tidak terlepas dari peran humas dan eksistensi sekolah

ditentukan oleh kegiatan ekstrakurikulernya. Dalam kegiatan komunikasi terdapat proses penyampaian informasi dari satu orang ke orang lain dengan tujuan mendapatkan feedback yang diinginkan. Adanya kegiatan komunikasi diharapkan humas dapat membantu masyarakat memahami serta menerima informasi yang terkandung di dalamnya. Pada penelitian ini komunikasi yang efektif diperlukan humas SMA Muhammadiyah 1 Ngawi dalam menyebarluaskan program ekstra bakat minat agar masyarakat mengetahui program- program sekolah dan berminat untuk menyekolahkan anaknya di SMA Muhammadiyah 1 Ngawi. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa bagaimana strategi SMA Muhammadiyah 1 Ngawi dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik dengan mengunggulkan program ekstra bakat minat.

1.2. Teori yang Digunakan

1.2.1. Strategi Komunikasi

Menurut Effendi (2005) dalam bukunya Komunikasi teori dan Praktek strategi komunikasi merupakan kombinasi dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi ini harus dapat memperlihatkan bagaimana operasionalnya akan dilakukan, dalam arti metode (*approach*) dapat berubah sewaktu-waktu berdasarkan pada situasi dan kondisi (Gunawan, 2019).

Tujuan sentral strategi komunikasi terdiri atas tiga tujuan, 1). Dalam komunikasi terjadi adanya suatu pengertian 2). Bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik. 3). Penggiat untuk memotivasinya (Prasetia, 2021).

Dalam upaya untuk mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku audients atau target, strategi komunikasi harus direncanakan secara sistematis. Menurut Arifin (1994), komunikator harus menentukan langkah-langkah strategi komunikasi sebagai berikut, agar pesan dapat tersampaikan secara efektif a). Mengenal khalayak b). Menentukan tujuan c). Menyusun pesan d). Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan.

1.2.2. Humas (Hubungan Masyarakat)

Humas adalah kegiatan usaha terencana yang mengandung itikad baik, simpati, dan saling pengertian untuk mencapai keuntungan bersama dan kesepakatan dalam memelihara hubungan antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat umum melalui komunikasi dan sarana lain (media massa) Mulyono dalam (Isnaini, 2021).

Menurut Ruslan dalam (Masitah, 2017) humas merupakan komponen dari

kegiatan komunikasi (*technology of communication*) dan memiliki ciri-ciri komunikasi dua arah antar lembaga atau organisasi yang diwakilinya.

Edwin Emery dalam (Faridah, 2020) humas berfungsi sebagai upaya yang terkoordinasi oleh suatu lembaga untuk menciptakan hubungan dengan banyak publiknya yang menguntungkan kedua belah pihak. Kegiatan hubungan masyarakat tujuannya umumnya mencoba untuk mempengaruhi opini public yang menguntungkan sekolah dan organisasi pemerintah yang terlibat. Sedangkan tujuan utama humas adalah mengelola informasi internal dan eksternal dengan menyediakan informasi dan penjelasan tentang institusi, organisasi, serta kebijakan, program, dan tindakan mereka.

Sedangkan menurut Artis, tujuan humas adalah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk melakukan itu, humas harus lebih dahulu memiliki program kerja yang jelas dan spesifik mencari realitas yang sebenarnya, merencanakan, mengkomunikasikan, dan kemudian menilai hasil yang telah diperoleh (Afkarina, 2018).

Mengutip dari (Trianto, 2017), pengertian humas atau kegiatan kehumasan, bertujuan untuk mengembangkan hubungan yang harmonis dengan publik untuk mendapatkan goodwill dan kegiatan komunikasi pemasaran yang digabungkan dalam suatu perencanaan strategi komunikasi. Humas pendidikan khususnya harus mampu mengkomunikasikan kondisi internal kepada pihak eksternal sebagai bentuk publikasi atau pemasaran jasa pendidikan yang diberikan oleh lembaga pendidikan, agar masyarakat mengetahui dan tertarik dengan lembaga tersebut.

1.2.3. Teori Difusi Inovasi

Menurut teori difusi inovasi Everett M Rogers, ketika inovasi baru muncul dari waktu ke waktu dalam berbagai bidang dan kemunculan inovasi membutuhkan difusi agar dapat diterima masyarakat luas. Rogers (2003) mendefinisikan inovasi sebagai sebuah ide, kegiatan atau hal yang memiliki komponen kebaruan. Kebaruan yang dimaksud berdasarkan reaksi individu, hal tersebut dapat dikategorikan sebagai sebuah inovasi. Sementara difusi didefinisikan sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan ke sistem sosial dalam jangka waktu tertentu melalui berbagai saluran komunikasi. Difusi merupakan bentuk komunikasi khusus yang berfokus pada penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru (Rusdiana, 2014).

Menurut penelitian (İşman et al., 2018) yang berjudul “*Diffusion of Twitter in Turkey*”, difusi adalah penyebaran inovasi ke seluruh anggota sistem sosial dalam dari

waktu ke waktu menggunakan saluran komunikasi tertentu. Proses difusi diamati dalam elemen teori dari Rogers, yaitu 1). Inovasi, 2). Saluran Komunikasi, 3). Waktu, 4). Sistem social.

Inovasi, diartikan sebagai situasi yang melibatkan perubahan perilaku (Suwarno, n.d). Karena inovasi yang berbeda akan membutuhkan upaya atau difusi yang berbeda, suatu inovasi tidak boleh dianggap setara. Rogers dalam (Wood, 2017) inovasi mempunyai beberapa karakteristik, relative advantage, compability, complexity, trialability, observability.

Inti dari difusi inovasi adalah saluran komunikasi dan interaksi manusia yang melibatkan penyebaran ide-ide baru kepada satu orang atau lebih. Saat memilih saluran komunikasi, tujuan pesan dan sifat penerima harus diperhitungkan. Jika tujuan komunikasi adalah untuk menghadirkan inovasi kepada audients yang cukup besar dan luas, dapat dikatakan bahwa media massa adalah media komunikasi yang lebih cocok, cepat, dan efektif. Sebaliknya jika tujuan pesan adalah untuk secara langsung mempengaruhi sikap atau tingkah laku penerima, komunikasi interpersonal adalah saluran terbaik untuk digunakan (Rusdiana, 2014).

Komponen penting lain dari penyebaran inovasi adalah waktu. Menurut Rogers (2003), waktu dapat diukur dengan beberapa cara, salah satunya melalui keputusan inovasi yang terdiri dari tahap knowledge, persuasion, decision, implementation, confirmation.

Sebuah sistem sosial terdiri dari beberapa kelompok unit yang berbeda secara fungsional yang terhubung dan bekerjasama untuk mengatasi masalah dan mencapai tujuan bersama. Menurut Everett M. Rogers (1983), keberadaan sistem sosial dalam masyarakat dapat mempengaruhi diterima atau tidaknya sebuah inovasi baru. Karena nilai-nilai, norma, dan efek penyebaran inovasi pada masyarakat secara keseluruhan terkait erat dalam suatu sistem sosial. Karena proses dasar difusi adalah penerimaan suatu inovasi oleh anggota system social yang terdiri dari individu, kelompok informal, organisasi dan subsistem (Alasfor, 2016). Dalam situasi ini, system social akan menciptakan jaringan untuk menyebarkan inovasi dan berdampak interpersonal pada orang lain melalui orang dekat degan individu tersebut.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh SMA Muhammadiyah 1 Ngawi untuk meningkatkan jumlah peserta didik. Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan penelitian studi kasus dan menggunakan teori difusi inovasi oleh Everett M Rogers, yang menjelaskan proses difusi inovasi yang terdapat empat elemen utama yaitu, inovasi, saluran komunikasi, waktu dan sistem sosial.

Sumber data pada narasumber yang diwawancarai dilakukan secara purposive. Pemilihan informan berdasarkan pertimbangan ciri-ciri atau kriteria sebagai informan yang mengetahui dan terlibat dalam mempromosikan program ekstra bakat minat SMA Muhammadiyah 1 Ngawi. Sedangkan objek penelitiannya adalah terkait strategi komunikasi yang dilakukan oleh SMA Muhammadiyah 1 Ngawi dalam upaya meningkatkan jumlahpeserta didik dengan mengunggulkan program ekstra bakat minat.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh darinarasumber yang bersangkutan, yaitu kepala sekolah, waka humas, waka kesiswaan, wali kelas, panitia PPDB, dan 3 siswa siswi SMA Muhammadiyah 1 Ngawi. Data sekunder dalam penelitian ini adalah akun website dan beberapa media social sekolah yang menampilkan videoataupun dokumen foto kegiatan sekolah. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara secara mendalam yang dilakukan dengan subyek yang berkaitan langsung dengan kegiatan promosi. Adapun hal yang ditanyakan seputar strategi sekolah dalam mempromosikan sekolahsekaligus cara mengenalkan inovasi program ekstra bakat minat yang dikembangkan sekolah kepada calon siswa. Sedangkan pengumpulan data sekunder berupa analisis dokumentasi fotoatau video kegiatan sekolah.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data model interaktif. Pada analisis interaktif data diproses melalui komponen yang terdiri dari tahap reduksi data (memfokuskan hal-hal yang penting), penyajian data dalam bentuk narasi dan penarikan kesimpulan. Teknik validasi data dalam penelitian menggunakan triangulasi sumber, sehingga dapat menjadi dasardalam penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Berdasarkan wawancara dengan informan, peneliti menemukan hasil temuan mengenai

bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan sekolah, antara lain:

3.1.1 Inovasi

Inovasi didefinisikan sebagai “ide, praktik, atau proyek yang dirasakan sebagai hal baru oleh individu atau unit adopsi lainnya” Roger dalam (Wood, 2017). Dalam penelitian ini, untuk menarik minat masyarakat khususnya orangtua untuk menyekolahkan anaknya ke SMA Muhammadiyah 1 Ngawi, sekolah mengembangkan program ekstrakurikuler yang menarik sekaligus mendukung prestasi dan ketrampilan bidang non akademik siswa. Hal ini dikarenakan sekolah menyadari bahwa tidak semua siswa memiliki ketertarikan di bidang akademik. Program ekstra bakat minat sebagai inovasi baru yang dikembangkan sekolah untuk meningkatkan daya saing sekolah. Ekstra bakat minat merupakan wadah untuk para siswa dalam mengembangkan ketrampilan serta pengalaman yang tidak ditemui dalam kegiatan belajar mengajar sehari-hari.

"Kita mengembangkan ekstrakurikuler pilihan atau yang biasa disebut dengan ekstra bakat minat untuk mewadahi bakat minat siswa sekaligus untuk menunjang prestasi dan ketrampilan siswa di bidang non akademiknya". (Bapak Suyanto, S.Ag. M.S.I, kepala sekolah)

Pada awal pelaksanaannya sekolah menawarkan banyak kegiatan ekstra bakat minat, namun karena beberapa ekstra bakat minat tidak berdampak bagi kelangsungan sekolah maka ditiadakan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti, sekolah hanya berkonsentrasi pada kegiatan tahfidz untuk menyiapkan peserta didik agar mampu membaca dan menghafal al-Qur'an, ekstra tapak suci yang berpotensi menghasilkan prestasi, dan ekstra mengemudi untuk menambah keterampilan siswa siswi. Adapun ekstrakurikuler lainnya ada volley, hizbul wathan, dan music



Gambar 1. Salah satu kegiatan ekstra bakat minat mengemudi

Menurut ibu Alfi Anafidah M.Pd, ada tujuan yang bersifat positif dibalik diadakannya ekstra driver, yaitu memberikan nilai tambah pada pencitraan sekolah, bahwa Muhammadiyah tidak hanya mengajarkan pendidikan agama saja, sekolah tidak

hanya membekali ijazah para alumni nya, tetapi juga membekali ketrampilan mengemudi sebagai pegangan :

“... Tujuan kita membuat kegiatan baru yang sesuai dengan kebutuhan anak khususnya dan para orang tua yaitu untuk menunjukkan kepada mereka Muhammadiyah tidak hanya pendidikan agama saja tetapi juga sebagai tempat menggali bakat minat lewat ekstrakurikuler yang ditawarkan seperti TS, Tahfidz, dan ada juga ekstra mengemudi”.

Menurut Rogers dalam (Wood, 2017) suatu inovasi memiliki beberapa karakteristik. Pada penelitian ini karakteristik yang dimiliki program inovasi ekstra bakat minat oleh SMA Muhammadiyah 1 Ngawi yaitu:

a. Keuntungan relative (*Relative Advantage*)

Keuntungan relatif yang dimaksudkan disini mengacu pada persepsi bahwa inovasi lebih baik dibandingkan dengan gagasan yang digantikannya (Akin, 2016). Program ekstra bakat minat ini adalah pengembangan dari ekstrakurikuler yang sudah ada untuk meningkatkan kualitas dan mutu pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan peserta didik. Keuntungan relative dapat diukur dari segi ekonomi, kepuasan, prestasi social, kenyamanan dan sebagainya Rogers dalam (Sabila, 2018). Ekstra bakat minat ini tentunya akan lebih memberikan manfaat bagi siswa. Menurut penelitian (Putra, 2018), pariwisata apung kampoeng rawa mendorong perekonomian, dalam meningkatkan pendapatan yang diterima oleh petani dan nelayan. Dalam penelitian ini keuntungan relative dari program ekstra bakat minat dapat dilihat dari segi prestasi dan ketrampilan yang diperoleh siswa

“...jadi selain anak-anak mendapatkan pengalaman atau studi di bidang akademik siswa siswi kami juga mendapatkan pembelajaran di non akademik untuk mengembangkan minat bakatnya sesuai yang dimiliki”. (Bapak Suyanto, S.Ag. M.S.I, kepala sekolah)

“Prestasi semakin meningkat, khususnya tapak suci karena di sini latihannya yang paling aktif, terus pelatihnya juga kan dari atlet PON dan emang prestasinya bener-bener melejit”. (Fauziah Alfiyanti siswi SMAMuhammadiyah 1 Ngawi).

“Menambah ketrampilan karena enggak setiap SMA menyediakan ekstra mengemudi, walaupun ada biasanya di SMK Kejuruan”. (Faiq Rozana Hutomo, siswa SMA Muhammadiyah 1 Ngawi)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan didapatkan bahwa inovasi program ekstra bakat minat membawa keuntungan bagi para siswa karena sekolah memfasilitasi peserta didik untuk meningkatkan prestasi dan ketrampilan siswa.

b. Kesesuaian (*Compatibility*)

Kesesuaian adalah derajat di mana penemuan baru dianggap memuaskan kebutuhan

masyarakat Rogers dalam (Pinfield et al., 2016). Dalam penelitian ini sekolah mengembangkan program unggulan ekstra bakat minat dikarenakan program merupakan suatu inovasi yang harus diwujudkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan peserta didik. Dari hasil wawancara dengan informan kesesuaian yang dimaksud adalah menerapkan berbagai kegiatan ekstrakurikuler dan bakat minat pilihan untuk membantu setiap siswa mengidentifikasi potensi mereka dan mengembangkannya.

“Kegiatan sesuai dengan visi dan misi sekolah, dengan diadakan berbagai kegiatan ekstrakurikuler dan bakat minat pilihan yang menarik bagi siswa yang tujuannya untuk mendorong dan membantu siswa supaya dapat mengenali potensi masing-masing...” (Bapak Suyanto, S.Ag., M.S.I kepala sekolah)

“Pelaksanaan kegiatan ekstra bakat minat harus konsisten serta sejalan dengan tujuan sekolah. Dimana kegiatan tidak membebani siswa dan kegiatan ekstra bakat minat dapat mendorong siswa untuk berprestasi di bidang apapun, baik akademik atau non akademik...” (Ibu Alfi Anafidah, M.Pd waka kesiswaan)

Dengan demikian inovasi program ekstra bakat minat sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh para siswa. Sekolah memberikan ruang bagi para siswa untuk berkembang dan tumbuh sesuai potensi diri. Bentuk pengembangan inovasi ekstra bakat minat ini dilakukan dengan metode 5-1, yang terdiri dari 5 hari kelas reguler dan 1 hari kelas bakat minat. Menurut penelitian (Amanda, 2015), BPAM di BUMD es sejalan dengan yang dibutuhkan di desa Ketapanrame karena tidak hanya memberikanseluruh penduduk akses air bersih tetapi juga meningkatkan pendapatan desa.

c. Kerumitan (*Complexity*)

Proses inovasi dianggap rumit dan orang-orang merasa sulit untuk memahami dan menggunakannya, proses adopsi bisa memakan waktu yang sangat lama (Wood, 2017). Dalam penelitian ini, sebelum melaksanakan program ekstra bakat minat, SMA Muhammadiyah belum begitu banyak dikenal oleh masyarakat. Sebagian besar siswa yang mendaftar di SMA Muhammadiyah 1 Ngawi merupakan siswa yang dibawa oleh ibu bapak guru

“Kalo dulu kebanyakan siswa yang daftar sekolah ke sini itu berasal dari kenalan ibu bapak guru, baru tahun ini beberapa siswa mendaftar karena mereka memang tertarik dengan kegiatan-kegiatan sekolah kemudian mencari informasi melalui media sosial dan website sekolah”. (Ibu Ade Intan, M.Pd. waka humas)

“Kalo pendaftar dulu kebanyakan itu dibawa ya mbak. Ini ada juga karena melihat social media kita, contohnya face book, Instagram, dengan melihat adanya “oh ada kegiatan ini dan sebagainya”, mereka menghubungi contact person yang ada di media social tersebut, jadi mereka sudah tahu dan tidak adakesulitan memahami program kita”. (Ibu Alfi Anafidah, M.Pd, waka kesiswaan)

Seperti yang diungkapkan bapak Vian Prasetyo, S.Pd, penerimaan calon siswa terhadap program ekstra bakat minat ini tidaklah mudah, hal ini dikarenakan kurangnya popularitas SMA Muhammadiyah 1 Ngawi di masyarakat. Dari segi nama SMA Muhammadiyah 1 Ngawi masih kalah jauh dengan sekolah negeri lainnya yang memiliki branding lebih menggema baik dari fasilitas maupun program-program yang ditawarkan. Jadi untuk mengatasi masalah tersebut sekolah dengan konsisten selalu mengupdate informasi terbaru terkait kegiatan ataupun hasil prestasi siswa.

3.1.2 Saluran Komunikasi

Ibu Ade Intan M.Pd, selaku waka humas SMA Muhammadiyah 1 Ngawi mengatakan bahwa dalam upaya menyebarkan inovasi program ekstra bakat, sekolah melakukan beberapa strategi komunikasi yang diharapkan program ekstra bakat minat dapat meningkatkan jumlah peserta didik.

Pertama, mengoptimalkan sosialisasi secara langsung. Sebelumnya sekolah akan membentuk tim promosi PPDB yang terdiri dari waka humas sendiri, beberapa guru, dan siswa siswi untuk menjadi perwakilan sekolah. Setelah itu tim PPDB akan mengkomunikasikan secara langsung informasi kepada masyarakat dengan cara mendatangi sekolah-sekolah SMP/MTsn, bahkan melakukan *home visit door to door* ke rumah siswa. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Suyanto, S.Ag., M.S.I. :

“kita masih pakai cara tradisional dengan mendatangi SMP/MTsn, misal sesudah sosialisasi ternyata kouta kelas belum terpenuhi, kita juga melakukan sosialisasi ke masyarakat langsung dengan kegiatan *home visit door to door* untuk mengenalkan sekolah pada calon peserta didik”.

Berdasarkan pemaparan diatas salah satu proses difusi, yang melibatkan penyebaran inovasi di seluruh masyarakat adalah kegiatan sosialisasi. Dengan adanya kegiatan tersebut menjadi salah satu cara untuk SMA Muhammadiyah 1 Ngawi memberikan pengetahuan sekaligus mengenalkan sekolah di kalangan masyarakat.

Kedua, untuk lebih memperkenalkan program bakat minat tahfidz, sekolah mengadakan program daurah tahfidz untuk memaksimalkan hafalan para siswa. Ibu Ade Intan M.Pd, mengatakan bahwa tahfidz merupakan kegiatan wajib yang harus diikuti seluruh siswa siswi SMA Muhammadiyah 1 Ngawi. Kegiatan daurah tahfidz merupakan program intensif yang dilakukan sekolah sekaligus sebagai syarat kelulusan. Waktu pelaksanaannya pun pada akhir libur semester, sehingga tidak mengganggu aktifitas belajar siswa.

“Untuk memperkuat dan meningkatkan hafalan al Qur’an siswa, yang juga merupakan syarat kelulusan bagi siswa, kita mengadakan program dauratahfidz di gedung dakwah Muhammadiyah (Sine). Dalam acara itu juga kami turut mengundang beberapa tokoh Muhammadiyah seperti ketua PDM Ngawi, ketua PCM, perwakilan PCA juga dari AUM di Sine terus beberapa warga sekitar seperti ketua RT setempat ”.



Gambar 2. Pembukaan daurah tahfidz yang melibatkan tokoh masyarakat

Dampak yang diharapkan sekolah itu sendiri yakni mendapatkan pandangan baik dari kegiatan menghafal Al-Qur’an yang berlangsung kepada calon peserta didik dan masyarakat yang hadir dalam pembukaan program daurah tahfidz yang diadakan oleh SMA Muhammadiyah 1 Ngawi. Pada kesempatan ini juga humas memberikan sosialisasi kepada masyarakat secara langsung terkait program unggulan sekolah yaitu tahfidz. Menurut ibu Alfi Anafidah M.Pd., sekarang ini banyak orang tua siswa yang mencari sekolah yang berbasis agama Islam terutama tahfidz. Secara tidak langsung dengan kehadiran tokoh-tokoh Muhammadiyah dapat memotivasi melalui ajakan sehingga menarik perhatian serta dapat mempengaruhi masyarakat dalam menyekolahkan anaknya di SMA Muhammadiyah 1 Ngawi.

Sedangkan untuk memperkenalkan ekstra tapak suci sekolah dengan mengikuti berbagai turnamen kejuaraan baik daerah maupun nasional. Strategi lain yaitu dengan mengadakan invitasi, yang melibatkan ekstra bakat minat tapak suci. Kegiatan ini digunakan sekolah sebagai forum memasarkan SMA Muhammadiyah 1 Ngawi kepada masyarakat luas bahwa sekolah Muhammadiyah memiliki prestasi di bidang beladiri. Dengan diadakan event lomba-lomba yang targetnya adalah khalayak umum, harapan humas nama SMA Muhammadiyah 1 Ngawi bisa dikenal lebih luas.

“Selain dengan mengikuti turnamen-turnamen kejuaraan silat, untuk memperkenalkan TS secara khusus, sekolah pernah mengadakan lomba, seperti Kartonyono Cup dan Muhi Cup yang melibatkan ekstra tapak suci, yang mana

pesertanya dari masyarakat umum anak SMP dan SMA sekabupaten atau sekarisidenan Madiun. Dari situ Muhammadiyah tidak terkesan pendidikan saja” (Ibu Alfi Anafidah M.Pd, waka kesiswaan)



Gambar 3. Prestasi dalam bidang Tapak Suci

Ketiga menonjolkan keunggulan melalui strategi publikasi, sebagai bentuk saluran komunikasi dalam difusi inovasi melalui saluran massa, Ibu Ade Intan M.Pd, mengatakan salah satu kegiatan humas di SMA Muhammadiyah 1 Ngawi yaitu publikasi yang dilakukan untuk mempromosikan sekolah. Publikasi yang dilakukan sekolah dengan cara mendokumentasikan prestasi, kegiatan ekstra bakat minat, serta pembiasaan-pembiasaan yang selalu dilakukan sekolah dalam bentuk banner dan brosur sekolah melalui media social dan media internet. Menurut Ibu Ade Intan M.Pd., strategi tersebut bertujuan untuk menarik minat calon peserta didik untuk melanjutkan sekolah di SMA Muhammadiyah 1 Ngawi.

“... Jadi hasil prestasi anak-anak yang menang lomba baik itu dari ekstra bakat minat atau lomba lainnya selalu kita bagikan ke social media sekolah, yang sering biasanya itu Instagram. Kalo ndak waktu bikin brosur dan banner kita tampilkan disitu...”

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Alfi Anafidah M.Pd, selaku kesiswaan:

“Kita selalu mempublikasikan setiap kegiatan yang dilakukan sekolah sehari-hari dan juga prestasi apa saja yang sudah berhasil diraih siswa kami di media sosial seperti facebook, instagram, youtube bahkan whatsapp grup yang kita gunakan untuk mempublikasikan setiap kegiatan dan prestasi-prestasi yang berhasil diraih siswa”



Gambar 4. Kebiasaan setiap pagi mengaji bersama

Kemudian peneliti juga bertanya perihal mengapa memilih media massa dan media sosial sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat, Ibu Ade Intan, M.Pd, mengatakan bahwa.

“Bisa dibilang menggunakan kedua media tersebut proses menyebarkan luaskan informasi kepada masyarakat luas jauh lebih mudah”

Hal senada juga dikatakan oleh Bapak Vian Prasetyo S.Pd, yang merupakan panitia PPDB, beliau menjelaskan bahwa sekolah harus memanfaatkan perkembangan teknologi untuk saat ini, dikarenakan media massa saluran komunikasi yang lebih cocok, cepat dan efektif untuk mengkomunikasikan program serta kegiatan-kegiatan yang ada di sekolah kepada masyarakat luas. Dengan pemilihan saluran media komunikasi yang tepat masyarakat luas dapat lebih mudah mengakses informasi yang disebarkan oleh humas SMA Muhammadiyah 1 Ngawi dan mengetahui SMA Muhammadiyah 1 Ngawi daripada sebelumnya. Selain menampilkan informasi tersebut pihak sekolah juga memberikan kemudahan mengakses pendaftaran secara online bagi calon siswa siswi baru yang ingin melanjutkan sekolah ke SMA Muhammadiyah 1 Ngawi.

3.1.3 Jangka Waktu

Dalam proses difusi membutuhkan jangka waktu untuk dapat memberikan keputusan terhadap suatu inovasi baru mulai dari seseorang mengetahui tentang inovasibaru hingga memutuskan untuk menerima atau menolak inovasi baru tersebut. Pada penelitian ini diketahui bahwa dalam melakukan strategi komunikasi, sekolah memilih waktu yang tepat, dimana berdekatan dengan waktu PPDB. Sebelum memasuki bulan-bulan PPDB, sekolah sudah mulai menyebarkan langsung informasi terkait pendaftaranserta program-program sekolah kepada calon peserta didik.

“kira-kira 2 sampai 3 bulan, meskipun masih jauh dari masa PPDB, kita sudah

membentuk panitia baru lagi mulai menyusun dan merancang kapan harus melakukan sosialisasi dan promosi”(Bapak Vian Prasetyo, S.Pd.)

Hal ini sejalan dengan Ibu Ade Intan, M.Pd, beliau menuturkan bahwa untuk mengatasi persaingan dengan sekolah lain, SMA Muhammadiyah 1 Ngawi lebih awal melakukan pendekatan ekstrakurikuler dengan berbagai pendekatan. Hal ini dilakukan untuk memperoleh perhatian lebih awal dari calon pendaftar.

3.1.4 Sistem Sosial

Sebuah sistem sosial terdiri dari beberapa kelompok unit yang berbeda secara fungsional yang terhubung dan bekerjasama untuk mengatasi masalah dan mencapai tujuan bersama. Menurut Everett M. Rogers (1983), keberadaan sistem sosial dalam masyarakat dapat mempengaruhi diterima atau tidaknya sebuah inovasi baru. Karena nilai-nilai, norma, dan efek penyebaran inovasi pada masyarakat secara keseluruhan terkait erat dalam suatu sistem sosial. Jadi sistem sosial mampu memberikan andil dalam mempengaruhi bagaimana suatu inovasi dapat diterima oleh masyarakat.

Berdasarkan wawancara Ibu Ade Intan. M.Pd., selaku humas, diperoleh informasi bahwa dalam proses meyakinkan kepada calon peserta didik, sekolah melakukan kerjasama dengan wali murid siswa, guru beserta kepala sekolah mitra SMA Muhammadiyah 1 Ngawi untuk ikut serta menyebarluaskan informasi program ekstra bakat kepada masyarakat yang ada di sekitarnya.

“... Kita pegang wali murid yang keempat anaknya sekolah disini semua, kita juga melibatkan kepala sekolah, bahkan guru-guru di sekolah basic kita untuk membantu promosi juga. Istilahnya kita punya *link* atau *network* di luar sana supaya kita bisa menjaring anak-anak di luar sana. Karna memang sekarang itu SMA ini dikenal bukan karena sekolahnya tetapi karena *person* nya...”

Dalam proses menyebarluaskan inovasi program ekstra bakat minat beserta informasi PPDB, peran dari wali murid, kepala sekolah beserta guru-guru sangat penting, sebab keberadaannya dalam sistem sosial dapat membantu sekolah dalam membentuk persepsi publik yang baik sehingga dapat menarik minat calon pendaftar, ketika program ekstra bakat minat mulai disosialisasikan kepada masyarakat.

3.2. Pembahasan

Penelitian ini mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik. Hasil menunjukkan bahwa ada strategi difusi inovasi dalam pelaksanaannya.

Inovasi yang dilakukan oleh SMA Muhammadiyah 1 Ngawi adalah

dikembangkannya kegiatan ekstra bakat minat untuk menarik minat calon pendaftar. Program ekstra bakat minat ini menawarkan kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan keinginan dan kebutuhan peserta didik di bidang non akademik. Sehingga para siswa dapat memiliki ruang untuk menggali potensinya masing-masing di bidang non akademik. Program ini menjadi strategi promosi untuk bersaing dengan sekolah lainnya. Konsep pelaksanaan program ekstra bakat minat yang ditawarkan adalah sekolah membuat beberapa kegiatan yang dapat meningkatkan prestasi sekaligus ketrampilan bagi para siswa di luar jam belajar sehari-hari, dikarenakan sekolah menyadari bahwa tidak semua siswa memiliki ketertarikan di bidang akademik. Hal ini sejalan dengan temuan (Heri Khairiansyah, 2019), pengelolaan kegiatan ekstrakurikuler yang bermutu tinggi yang bersifat jasmani maupun rohani dan sains menjadi indikator utama wali murid dalam mendaftarkan anaknya ke sekolah tersebut.

Saluran komunikasi mengacu pada media dimana orang memperoleh informasi tentang inovasi dan merasakan kegunaannya yang melibatkan media massa dan komunikasi interpersonal (Zhang et al., 2015). Saluran antar pribadi terdiri dari dua subjek atau lebih dan lebih efektif dalam menciptakan atau mengubah perilaku subjek (Franceschinis et al., 2017). Pada penelitian ini komunikasi yang dipakai dalam memperkenalkan program ekstra bakat minat sekaligus PPDB kepada masyarakat, sekolah melaksanakan beberapa kegiatan komunikasi antar pribadi dalam mengkomunikasikan program ekstra bakat minat, seperti berkunjung ke sekolah-sekolah, melakukan pertemuan dengan wali murid, menjalin hubungan kerjasama dengan guru beserta kepala sekolah mitra SMA Muhammadiyah 1 Ngawi, dan melakukan pendekatan interpersonal pada kegiatan daurah tahfidz. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aisyah, 2016) saluran komunikasi antar pribadi, seperti diskusi, rapat, dan kontak tatap muka dengan target audience digunakan untuk mempengaruhi adopter agar mengadopsi inovasi baru.

Saluran komunikasi harus mempertimbangkan tujuan pesan dan karakteristik penerima untuk penyebaran informasi yang efektif. Saluran komunikasi massa lebih akurat, cepat, dan efektif dalam memperkenalkan inovasi ke audiens yang lebih luas. Media massa paling efektif digunakan untuk meningkatkan pengetahuan umum dan kesadaran luas akan inovasi (Scott et al., 2017). Pada penelitian ini humas SMA Muhammadiyah 1 Ngawi mengkomunikasikan program ekstra bakat minat sekolah

melalui kegiatan publikasi. Hal ini sebagai bentuk promosi sekolah agar masyarakat mengetahui dan tertarik dengan SMA Muhammadiyah 1 Ngawi.

Media yang digunakan adalah banner, brosur, Instagram, Facebook dan website. Hal ini sejalan dengan hasil temuan dari penelitian yang dilakukan oleh (Yap et al., 2017) yang berjudul “*Understanding Young Chinese Wine Consumers Through Innovation Diffusion Theory*” menjelaskan dalam menyebarkan informasi tentang anggur muda pada masyarakat luas menggunakan media koran, TV, dan radio.

Pengambilan keputusan dari seseorang tidak terlepas dari sebuah dimensi waktu (Liu et al., 2017). Kemampuan untuk memutuskan apakah untuk menerima atau menolak inovasi baru sepanjang proses penyebaran membutuhkan beberapa waktu antara menyadari inovasi dan membuat keputusan (Makkulawu, 2013). Dalam proses menyebarkan inovasi program ekstra bakat minat, berjalan cukup cepat. Sebelum memasuki masa PPDB, humas sudah melakukan sosialisasi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam memperkenalkan program- program sekolah. Hal ini didukung oleh karakteristik inovasi program ekstra bakat minat seperti yang dapat dirasakan oleh peserta didik: terfasilitasi nya setiap bakat minat sehingga meningkatkan prestasi dan mendapatkan bekal ketrampilan, kegiatan yang berlangsung tidak membebani siswa serta mudah diterapkan pada pelaksanaannya. Sedangkan inovasi pada penelitian ini memiliki sedikit kesulitan. Sehingga para siswa langsung bisa menerima inovasiekstra bakat minat ini.

Difusi tidak terlepas dari inovasi, karena proses utama difusi adalah diadopsi nya sebuahinovasi oleh anggota system social yang terdiri dari individu, kelompok informal, organisasi dan sub sistem (Alasfor, 2016). Adapun di dalam proses kegiatan promosi kegiatan program ekstra bakat minat, sekolah melibatkan unit (waka humas dan tim PPDB), dan kelompok lain (wali murid, guru beserta kepala sekolah mitra sekolah) terlibat secara aktif dalam memberikan informasi dan ajakan kepada masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SMA Muhammadiyah 1 Ngawi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Forlani & Parthasarathy dalam (Setyawan, 2017) melalui opinion leader dapat membantu guna mengajakdan mempengaruhi masyarakat untuk mengadopsi inovasi baru tersebut.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis ditemukan beberapa hal yang mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik dengan mengunggulkan program ekstra bakat minat yaitu adanya upaya dalam memperkenalkan inovasi ke seluruh masyarakat luas dengan pendekatan melalui saluran komunikasi interpersonal dan saluran media massa. Peran humas dalam penyampaian informasi inovasi ekstra bakat minat melalui kegiatan yang menarik, berhasil menjangkau khalayak dekat dan luas, sehingga inovasi program ekstra bakat minat dapat diterima di masyarakat. Sebagai sebuah inovasi program ekstra bakat minat memiliki keuntungan relatif serta kesesuaian dengan kebutuhan para siswa. Proses penerimaan program ekstra bakat minat pada calon siswadimulai dari adanya informasi yang disebarakan sekolah. Dalam tahap sistem sosial, kerjasamadengan wali murid, kepala sekolah dan para guru mitra sekolah menjadi hal penting yang membuat sekolah mampu mempengaruhi masyarakat khususnya para orang tua.

PERSANTUNAN

Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang selalu memberikan Rahmat serta kelancaran dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis berterimakasih khususnya kepada kedua orangtua dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat. Selain itu, penulis juga menyampaikan terimakasih kepada Ibu Dr. Dian Purworini S.Sos, M.M., selaku dosen pembimbing yang selama ini sudah meluangkan waktunya dan dengan sabar dalam memberikan bimbingannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik. Terimakasih kepada para informan dan pihak-pihak terkait yang sudah membantu serta mengizinkan peneliti melakukan penelitian di SMA Muhammadiyah 1 Ngawi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afkarina, N. I. (2018). Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(1), 50–63. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i1.5124>
- Aisyah, S. N. (2016). Strategi Komunikasi Pembangunan Riau Woven Working Group dalam Mengembangkan Keterampilan Anyaman Masyarakat Desa Pangkalan Gondai Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan. *Jom FISIP*, 3(3)(3), 1–15. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/9352/9017>

- Akin, U. (2016). *Innovation Efforts in Education and School Administration : Views of Turkish School Administrators*. 63, 243–260.
- Alasfor, K. A. (2016). Social Media Adoption Among University Instructors In Saudi Arabia. *Wayne State University Dissertations*, 1–128.
- Amanda, H. W. (2015). Strategi pembangunan desa dalam meningkatkan oendapatan asli desa melalui Badan Usaha Milik Desa (Bumdes): Studi pada badan pengelola air minum (Bpam) Di Desa Ketapanrame Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Publika*, 3(5), 7–12. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/11820>
- Noviera, F. R. (2023). *Strategi Komunikasi Dalam Proses Difusi Inovasi Budidaya Ikan Dalam Ember Pada Masyarakat Lampung (Studi Analisis terhadap Strategi Komunikasi Difusi Inovasi “ Budidaya Ikan dalam Ember ”)*. 6(1), 180–194.
- Dini, J. P. A. . (2022). Improving Children’s Cognitive Intelligence Through Literacy Management. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(3), 1588–1598.
- Faridah, S. (2020). Meningkatkan Citra Publik Lembaga Pendidikan Pada Masa Pandemic Covid-19 *EDUSIANA : Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam*. 7(02), 129–139.
- Cavalli, R. (2017). *Adoption of Renewable heating systems : an empirical test of the diffusion of innovation theory*. 1–29.
- Gunawan, L. P. (2019). Strategi Komunikasi Humas Polda Riau Dalam Mempublikasi Informasi Melalui Website WWW.TRIBATANNEWSRIAU.COM. *Jom FISIP*, 6.
- Harini, I. N. (2014). *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (studi kasus di SMP Al Hikmah Surabaya)*. 4(4), 47.
- Heri Khairiansyah, W. (2019). Strategi Membangun Citra Sekolah Melalui Program Ekstrakurikuler. *Tawazun: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(2), 234–249. <https://doi.org/10.32832/tawazun.v12i2.2056>
- Dağdeviren, E. (2018). Diffusion of Twitter in Turkey. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 17(4), 1–7. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1192806.pdf>
- Valente, T. W. (2017). *Social Network Theory*. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0092>
- Makkulawu, A. R. (2013). Proses Percepatan Difusi Inovasi Susu Strelisasi Nonthermal. *Jurnal Teknik Industri*, 3(1), 46–53.
- Masitah, F. K. (2017). Strategi Pencitraan dan Komunikasi dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Siswa (Studi Kasus di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya). *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 5(1).

- Nuryanto, S. (2017). Manajemen Kegiatan Ekstrakurikuler di SD Al Irsyad 01 Purwokerto. *Jurnal Kependidikan*, 5(1), 115–129.
- Habibah, U. (2021). Manajemen Program Pengembangan Kurikulum PAI Dan Budi Pekerti Dalam Pembentukan Karakter Religius Siswa. *Tafkir: Interdisciplinary Journal of Islamic Education*, 2 (1), 1–20.
- Middleton, C. (2016). Researchers' Adoption of an Institutional Central Fund for Open-Access Article-Processing Charges: A Case Study Using Innovation Diffusion Theory. *SAGE Open*, 6(1). <https://doi.org/10.1177/2158244015625447>
- Prasetia, M. A. (2021). Strategi Komunikasi MTs. T. I. Kerap Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Dimasa Pandemi Covid 19. *Program Studi Komunikasi Dan Dakwah Islam Jurusan Dakwah Fakultas Ushuludin Adab, Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu*.
- Putra, N. . (2018). *Adopsi Inovasi Wisata Apung Kampoeng Rawa Oleh Kelompok Tani dan Nelayan di Rawa Pening*.
- Imamah, N. N. (2022). Anger Management in Improving Teacher Performance in School. *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 243–253. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v6i1.3299>
- Rusdiana, A. (2014). *Konsep Inovasi Pendidikan*.
- Sabila, F. (2018). *Sosialisasi Inovasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Tirta Mandiri Oleh Pemerintah Desa Pongok, Klaten Dengan Pendekatan Teori Difusi Inovasi*.
- Sabrina, S. (2014). Pengelolaan hubungan sekolah dengan masyarakat (husemas) di sma negeri 1 2x11 enam lingkung kabupaten padang pariaman. *Jurnal Bahana Manajemen Pendidikan*, 2, 689–695.
- Mcguire, J. (2017). *Using Diffusion of Innovation Theory to Promote Universally Designed College Instruction*. 29(1), 119–128.
- Setyawan, S. (2017). *Pola Proses Penyebaran Dan Penerimaan Informasi*. 9(2), 146–156.
- Sudari, A. (2021). Manajemen Kegiatan Ekstrakurikuler Dalam Meningkatkan Prestasi Non Akademik Siswa. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(1,2021), 1–8.
- Trianto, R. (2017). Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Sekolah Islam di Surabaya (Study Kasus di Sekolah Dasar Integral Luqman Al Hakim (SDILH) Surabaya). *Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(1), 64–81.
- Wood, C. (2017). Barriers to Innovation Diffusion for Social Robotics Start-ups And Methods of Crossing the Chasm. *KTH Industrial Engineering and Management*, 1–45. <https://kth.diva-portal.org/smash/get/diva2:1109835/FULLTEXT01.pdf>

- Wulandari, R. (2021). Strategi Komunikasi Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan Berbasis Islam (Studi Kasus Di Sekolah Dasar Islam Al-Umar Ngargosoko, Kecamatan Srumbung, Kabupaten Magelang). *Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam (IAIN) Salatiga*.
- Chen, N. (2017). Understanding young Chinese wine consumers through innovation diffusion theory. *Tourism and Hospitality Management*, 23(1), 51–68. <https://doi.org/10.20867/thm.23.1.3>
- Spil, I. T. A. M. (2015). Using diffusion of innovation theory to understand the factors impacting patient acceptance and use of consumer e-health innovations : a case study in a primary care clinic. *BMC Health Services Research*, 15, 1–15. <https://doi.org/10.1186/s12913-015-0726-2>
- Zuhriatin. (2018). Manajemen Publik Humas Relation dalam Meningkatkan Mutu Madsah. *Vicraina J. Pendidik. Islam*, 3, 196–202.
- Kumparan.com.18 Agustus 2021. Ancaman “Matinya” Sekolah Swasta. Diakses pada 18 Februari 2022, dari <https://kumparan.com/asep-totoh/ancaman-matinya-sekolah-swasta-1wLwLet3Ma4>
- Kajian Pustaka.com. 9 Desember 2021. Hubungan Masyarakat (Humas) - Pengertian, Fungsi, Peran, dan Program. Diakses pada 18 Februari 2022, dari <https://www.kajianpustaka.com/2021/12/hubungan-masyarakat-humas.html>
- Website Resmi SMA Muhammadiyah 1 Ngawi. <https://smamuhammadiyah1ngawi.sch.id/>
- <https://www.instagram.com/smamuhingawi/>