PUNGGAWA
GLOBAL RESEARCH:
JURNAL MULTIDISIPLIN

Punggawa Global Research: Jurnal Multidisiplin
Volume 1, Nomor 6, 2026
E-ISSN: 3164-0117
Open Access: punggawajournal.com/pgr

Pengelolaan Promosi Program Madrasah dan Prestasi Siswa di MTsN 1 Bandar Lampung

Dodo Firdaus[1], Dadan Wildan Alhabsyi[2], Min Mosslim[3], Sela Kholidiani[4]
[1-4] Program Studi Manajemen Pendidikan islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia
Korespondensi: ddflestari@gmail.com, dadanwildanalhabsyi@gmail.com, minmuslim805@gmail.com, selakholidiani@radenintan.ac.id.

Informasi Artikel
Riwayat artikel:
Received Oct 6th, 2026
Revised Nov 17th, 2026
Accepted Nov 25th, 2026

Keyword:
Pemasaran Pendidikan; Hubungan masyarakat; Pembagian tugas; Publikasi digital; Media sosial

ABSTRAK
Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Bandar Lampung memperkenalkan program pendidikan dan prestasi siswanya kepada masyarakat tanpa melakukan kunjungan promosi ke sekolah dasar atau madrasah ibtidaiyah. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan cara madrasah mengelola promosi tersebut melalui pembagian tugas tim, pemilihan isi publikasi, dan penggunaan media. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dan telaah berita pada situs resmi madrasah, kemudian dianalisis dengan mengelompokkan temuan berdasarkan ketiga aspek tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tim berbagi tanggung jawab dalam mendokumentasikan kegiatan, menyiapkan berita, dan mengelola media sosial. Pemberitaan tentang uji kompetensi tulis kelas unggul dan penyerahan mushaf Al-Qur'an di asrama memberikan gambaran mengenai kegiatan program. Prestasi siswa dipublikasikan dengan mencantumkan cabang lomba, peringkat, dan pendampingan guru. Madrasah menggunakan situs resmi dan Instagram untuk menyampaikan informasi kegiatan, sedangkan spanduk digunakan untuk mengumumkan penerimaan murid baru. Temuan ini menunjukkan bahwa madrasah mengelola promosi melalui pekerjaan publikasi sehari-hari yang menghubungkan kegiatan pendidikan dengan informasi yang dapat diakses masyarakat.

© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Program pendidikan dan prestasi siswa merupakan dua aspek yang dapat diperkenalkan madrasah kepada masyarakat melalui kegiatan promosi. Informasi mengenai program membantu orang tua dan calon siswa mengenali pilihan pendidikan yang tersedia. Sementara itu, pemberitaan prestasi memberikan gambaran tentang kegiatan yang diikuti siswa dan capaian yang mereka raih. Dalam konteks manajemen pemasaran pendidikan, keduanya berkaitan dengan cara sekolah menentukan informasi yang akan disampaikan dan membagi tanggung jawab pelaksanaannya. Penelitian pada sebuah sekolah dasar di Jember menunjukkan bahwa publikasi kegiatan, pengenalan program unggulan, dan penyampaian prestasi siswa menjadi bagian dari pemasaran sekolah yang pelaksanaannya melibatkan pembagian tugas (Fathorrozi, Muhith, 2021).

Penelitian terdahulu memperlihatkan beragam cara madrasah mengelola publikasi. Di MTsN 5 Karawang, tim hubungan masyarakat berperan dalam menyiapkan dan memublikasikan konten kegiatan madrasah melalui TikTok (Nurhidayat et al., 2026). Di Madrasah Aliyah Swasta Yayasan Perguruan Islam Ihsaniyah, kegiatan publikasi melibatkan pelatihan menulis bagi siswa serta pemanfaatan situs resmi, media sosial, dan media pemberitaan daring (Novriansyah et al., 2025). Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan promosi dapat ditelaah melalui pihak yang

menyiapkan informasi, isi yang dipublikasikan, dan media yang digunakan untuk menyampaikannya kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara di MTsN 1 Bandar Lampung, narasumber menjelaskan bahwa madrasah menyelenggarakan program reguler, unggul, dan asrama. Dalam memperkenalkan madrasah kepada masyarakat, pihak madrasah tidak melakukan kunjungan promosi langsung ke sekolah dasar atau madrasah ibtidaiyah. Narasumber menjelaskan bahwa terdapat tim yang berbagi tugas dalam pemberitaan kegiatan dan pengelolaan media sosial. Salah satu contoh publikasi yang dapat ditelusuri melalui situs resmi madrasah ialah berita mengenai siswa yang meraih tiga piala pada ajang JTFEST ke-3 tahun 2026. Berita tersebut memuat jenis perlombaan yang diikuti serta capaian masing-masing siswa (Rini, 2026).

Kekhasan penelitian ini terletak pada kajian terhadap kegiatan publikasi sehari-hari sebagai bagian dari promosi di MTsN 1 Bandar Lampung. Keterangan narasumber mengenai pekerjaan tim dikaji bersama dengan isi pemberitaan pada situs resmi untuk memahami bagaimana program madrasah dan prestasi siswa diperkenalkan kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pengelolaan promosi program madrasah dan prestasi siswa di MTsN 1 Bandar Lampung dengan menelaah pembagian tugas tim, isi publikasi, dan media yang digunakan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan praktis bagi pengelola madrasah dalam membagi tanggung jawab publikasi serta menyajikan informasi program dan prestasi yang relevan bagi orang tua dan calon siswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji pengelolaan promosi program madrasah dan prestasi siswa di MTsN 1 Bandar Lampung, Pahoman. Sumber data penelitian meliputi keterangan narasumber dari pihak madrasah serta informasi program dan berita prestasi siswa yang dimuat pada situs resmi madrasah.

Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dan studi dokumentasi. Wawancara menggunakan pedoman pertanyaan yang mencakup program pendidikan, pembagian tugas tim publikasi, dan media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Pertanyaan lanjutan diajukan berdasarkan jawaban narasumber, terutama untuk memperjelas peran anggota tim dalam pemberitaan kegiatan dan pengelolaan media sosial. Studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah isi situs resmi madrasah, termasuk berita mengenai perolehan tiga piala oleh siswa pada ajang JTFEST ke-3 tahun 2026 (Rini, 2026).

Data dianalisis dengan membaca transkrip wawancara, memilih keterangan yang berkaitan dengan tujuan penelitian, lalu mengelompokkannya ke dalam tiga tema, yaitu pembagian tugas tim, isi publikasi, dan media yang digunakan. Keterangan mengenai pembagian tugas dianalisis berdasarkan penjelasan narasumber, sedangkan keterangan mengenai isi publikasi ditelaah bersama contoh pemberitaan pada situs resmi madrasah. Hasil analisis disajikan secara naratif untuk menggambarkan cara madrasah mengelola publikasi program pendidikan dan prestasi siswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembagian Tugas Tim dalam Pengelolaan Promosi

Berdasarkan hasil wawancara, MTsN 1 Bandar Lampung tidak melakukan kunjungan promosi langsung ke sekolah dasar atau madrasah ibtidaiyah. Narasumber menjelaskan bahwa masyarakat dapat memperoleh informasi mengenai madrasah melalui pemberitaan kegiatan dan prestasi siswa. Ketika ditanya mengenai pengelolaan Instagram, narasumber menyebut adanya pembagian tugas untuk menangani pemberitaan, dokumentasi, dan media sosial. Pembagian pekerjaan yang teridentifikasi dari wawancara disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Pembagian Tugas Publikasi di MTsN 1 Bandar Lampung

Bidang tugas	Kegiatan yang dijelaskan narasumber
Pemberitaan	Menyiapkan berita mengenai kegiatan madrasah dan capaian siswa untuk dipublikasikan.
Dokumentasi	Mengambil dokumentasi visual kegiatan madrasah sebagai bahan publikasi.

Bidang tugas	**Kegiatan yang dijelaskan narasumber**
Pengelolaan media sosial	Mengelola akun media sosial madrasah, termasuk memublikasikan informasi kegiatan melalui Instagram.

Sumber: Diolah dari hasil wawancara di MTsN 1 Bandar Lampung.

Tabel 1 menunjukkan bahwa unsur manajemen dalam promosi madrasah terlihat pada pembagian tanggung jawab. Dokumentasi menghasilkan bahan visual, pemberitaan memberikan keterangan tentang kegiatan, sedangkan pengelolaan media sosial berkaitan dengan penyampaian informasi kepada masyarakat. Temuan ini sejalan dengan Fathorrozi dan Muhith (2021), yang mengidentifikasi pembagian tugas sebagai bagian dari pengorganisasian pemasaran sekolah. Penelitian di MTsN 5 Karawang juga menemukan bahwa keberadaan tim humas mendukung publikasi kegiatan madrasah melalui media sosial (Nurhidayat et al., 2026).

Bentuk pengorganisasian publikasi dapat berbeda di setiap lembaga. Di MTsN 1 Klaten, pengelolaan situs resmi dipercayakan kepada tim yang ditetapkan melalui surat keputusan kepala madrasah (Anif Solikhin, Giyoto Giyoto, 2022). Di MI Al-Hidayah Mangli Jember, pengelolaan humas mencakup perencanaan komunikasi dan publikasi yang disesuaikan dengan identitas madrasah (Rahmania et al., 2025). Sementara itu, penelitian di SMP Negeri 7 Palembang mencatat bahwa belum adanya pembagian tugas khusus menjadi salah satu kendala pengelolaan media sosial (Atika et al., 2026). Pada MTsN 1 Bandar Lampung, wawancara memperlihatkan pembagian kerja pada tingkat pelaksanaan. Narasumber dapat menjelaskan pekerjaan yang ditangani anggota tim, mulai dari mendokumentasikan kegiatan hingga mengelola akun tempat informasi tersebut dipublikasikan.

Isi Publikasi Program Madrasah dan Prestasi Siswa

Narasumber menjelaskan bahwa MTsN 1 Bandar Lampung menyelenggarakan program reguler, unggul, dan asrama. Dua berita pada situs resmi madrasah memberikan contoh kegiatan yang berkaitan dengan program tersebut. Berita mengenai kelas unggul menjelaskan pelaksanaan uji kompetensi tulis sebagai bagian dari evaluasi kemampuan akademik siswa (Abu, 2026b). Berita mengenai Asrama Ar-Rafi' memuat penyerahan 100 mushaf Al-Qur'an kepada santri untuk mendukung kegiatan membaca, menghafal, dan mempelajari Al-Qur'an (Abu, 2026a). Berita pertama menggambarkan bentuk evaluasi akademik, sedangkan berita kedua memperlihatkan dukungan terhadap pembelajaran keagamaan di asrama.

Dalam pemasaran pendidikan, program merupakan layanan yang ditawarkan madrasah, sedangkan publikasi menjadi salah satu cara masyarakat mengenali isi layanan tersebut. (Saputro et al., 2023) mengidentifikasi tahfiz sebagai salah satu program pendidikan di MTs Al-Baqiyatush Shalihat dan media cetak sebagai sarana promosinya. Pentingnya penjelasan mengenai isi program juga terlihat dalam penelitian (Sobirin, Sofiya Qotrunnada, 2026) di SDIT Fitrah Insani Kedamaian, Bandar Lampung. Sekolah tersebut memiliki program unggulan, tetapi sebagian masyarakat belum memahami keunggulannya. Dalam konteks MTsN 1 Bandar Lampung, pemberitaan tentang ujian kelas unggul dan kegiatan asrama memberi pembaca contoh konkret tentang apa yang berlangsung dalam program tersebut.

Publikasi prestasi siswa terlihat pada berita perolehan tiga piala dalam JTFEST ke-3 tahun 2026. Berita itu mencantumkan nama siswa, cabang perlombaan, peringkat, serta guru yang mendampingi peserta. Tiga capaian tersebut meliputi juara kedua dai putri, juara ketiga Musabaqah Hifzhil Qur'an putri, dan juara ketiga Musabaqah Hifzhil Qur'an putra (Rini, 2026). Judul berita menyampaikan jumlah penghargaan, sementara isi berita menjelaskan bidang yang ditekuni siswa. Dengan demikian, masyarakat dapat mengenali kegiatan pengembangan siswa melalui capaian yang disebutkan secara spesifik.

Pemilihan kegiatan dan prestasi sebagai isi publikasi juga ditemukan di MTsN 5 Kenali Besar, Kota Jambi. Madrasah tersebut menampilkan kegiatan siswa, program ekstrakurikuler, serta prestasi akademik dan nonakademik melalui media digital dan cetak (Salmiyah, Siti Raudhatul Jannah, 2026). Di Bandar Lampung, MIN 4 memanfaatkan Instagram dan Facebook untuk menampilkan kegiatan serta prestasi akademik siswa (Marzuki, 2025). Di MAN 1 Bandar Lampung, publikasi prestasi merupakan bagian dari kegiatan humas melalui media digital (Sri Purwanti Nasution, 2024). Penelitian tersebut memperlihatkan kesamaan pada pemilihan pengalaman dan capaian siswa sebagai bahan publikasi.

Pada MTsN 1 Bandar Lampung, berita JTFEST menunjukkan bentuknya secara spesifik, yakni pemberitaan prestasi bidang keagamaan yang dilengkapi keterangan tentang peserta dan pendampingannya.

Media Penyampaian Informasi kepada Masyarakat

Hasil wawancara menunjukkan bahwa jenis informasi yang disampaikan berkaitan dengan media yang digunakan. Narasumber menyebut Instagram ketika menjelaskan publikasi kegiatan. Situs resmi menyediakan ruang untuk memuat berita program dan prestasi secara lebih rinci, sebagaimana terlihat pada pemberitaan kelas unggul, kegiatan asrama, dan JTFEST. Spanduk di depan madrasah disebut dalam konteks pengumuman penerimaan murid baru. Narasumber juga menjelaskan bahwa sebagian warga mengetahui informasi pendaftaran melalui percakapan dengan tetangga. Perbandingan temuan tersebut dengan praktik di lembaga pendidikan lain disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan Penggunaan Media Promosi dengan Penelitian Terdahulu

Aspek perbandingan	Temuan di MTsN 1 Bandar Lampung	Temuan penelitian terdahulu
Situs resmi dan media sosial	Situs resmi memuat berita program dan prestasi. Menurut narasumber, Instagram juga digunakan untuk memublikasikan kegiatan madrasah.	Madrasah Aliyah Swasta Yayasan Perguruan Islam Ihsaniyah memanfaatkan situs resmi, media sosial, serta kerja sama dengan media daring untuk mendukung publikasi (Novriansyah et al., 2025).
Media digital dan cetak	Pengumuman penerimaan murid baru disampaikan melalui spanduk di depan madrasah, sedangkan kegiatan madrasah dipublikasikan melalui media digital.	MTs Darul Arifin Muaro Jambi menggunakan media sosial bersama brosur, kalender, dan spanduk dalam pemasaran layanan pendidikan (Putri et al., 2023).
Kunjungan promosi ke sekolah	Narasumber menyatakan bahwa madrasah tidak melakukan kunjungan promosi langsung ke SD atau MI.	MTsN 15 Boyolali menggunakan media sosial sekaligus melakukan sosialisasi ke sekolah dasar (Arina Mana Sikana, 2026).
Komunikasi dari mulut ke mulut	Menurut narasumber, percakapan antartetangga turut menyebarkan informasi mengenai penerimaan murid baru.	Di MTs Tarbiyah Islamiyah Kota Jambi, komunikasi dari mulut ke mulut juga berlangsung bersama penggunaan media sosial dan spanduk (Tri Nurjanah, Maisah, 2026).

Tabel 2 memperlihatkan perbedaan antara saluran yang dikelola madrasah dan informasi yang diteruskan oleh warga. Pada situs resmi dan Instagram, tim madrasah bertanggung jawab atas bahan yang dipublikasikan. Dalam percakapan antartetangga, warga meneruskan informasi yang mereka peroleh. Keterangan mengenai percakapan warga terutama berkaitan dengan penerimaan murid baru. Adapun dalam promosi program dan prestasi siswa, hubungan antara pembagian tugas tim dan isi publikasi terlihat pada berita yang dapat ditelusuri secara langsung. Melalui pemberitaan tersebut, masyarakat memperoleh keterangan mengenai kegiatan akademik dan asrama, bidang prestasi siswa, serta pendampingan yang diberikan madrasah.

KESIMPULAN

MTsN 1 Bandar Lampung mengelola promosi program madrasah dan prestasi siswa melalui pembagian tugas dalam dokumentasi kegiatan, penulisan berita, dan pengelolaan media sosial. Madrasah menyelenggarakan program reguler, unggul, dan asrama. Pada situs resminya, masyarakat dapat mengenal pelaksanaan program melalui pemberitaan uji kompetensi tulis kelas unggul dan penyerahan mushaf Al-Qur'an di Asrama Ar-Rafi'. Prestasi siswa diperkenalkan melalui berita yang

merinci cabang lomba, peringkat, dan pendampingan guru, sebagaimana terlihat dalam pemberitaan JTFEST. Selain menggunakan situs resmi dan Instagram untuk publikasi kegiatan, madrasah memasang spanduk untuk menyampaikan informasi penerimaan murid baru. Menurut narasumber, informasi pendaftaran juga beredar melalui percakapan antarwarga. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun madrasah tidak melakukan kunjungan promosi langsung ke SD atau MI, tim tetap menjalankan fungsi promosi melalui pekerjaan publikasi sehari-hari. Pembagian tugas tersebut memungkinkan kegiatan program dan capaian siswa disajikan sebagai informasi konkret yang dapat diakses oleh orang tua, calon siswa, dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Abu. (2026, November 16). *100 Mushaf Al-Qur'an Hadir di Asrama Ar-Rafi', MTsN 1 Bandar Lampung Perkuat Tradisi Qur'ani*. MTsN 1 Bandar Lampung. MTsN 1 Bandar Lampung. https://www.mtsn1bandarlampung.sch.id/baca-berita-281-100-mushaf-al-quran-hadir-di-asrama-ar-rafi-mtsn-1-bandar-lampung-perkuat-tradisi-qurani

Abu. (2026, November 17). *Pastikan Ujian Berjalan Optimal, Kepala MTsN 1 Bandar Lampung Turun Langsung Monev Uji Kompetensi Tulis Kelas Unggul*. MTsN 1 Bandar Lampung. MTsN 1 Bandar Lampung. https://www.mtsn1bandarlampung.sch.id/baca-berita-282-pastikan-ujian-berjalan-optimal-kepala-mtsn-1-bandar-lampung-turun-langsung-monev-uji-kompetensi-tul

Anif Solikhin, Giyoto Giyoto, K. R. (2022). *Enhancing Performance Of School Public Relations: The Contributing Website Of School Public Relations Services In Madrasah Tsanawiyah*. *7*(2), 249–262. https://doi.org/https://doi.org/10.14421/manageria.2022.72-16

Arina Mana Sikana, R. I. (2026). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga: Studi Kasus Mtsn 15 Boyolali*. *11*(02).

Atika, N., Irawan, B., & Selli, S. (2026). Pelaksanaan Kegiatan Humas dalam Mempromosikan Sekolah melalui Media Sosial di SMP Negeri 7 Palembang. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *5*(2), 24899–24909. https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9341

Fathorrozi, Muhith, A. (2021). Peran Kepala Sekolah dalam Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Sekolah Dasar di Jember Jawa Timur. *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management*, *3*(2), 203–220. https://doi.org/10.35719/jieman.v3i2.73

Marzuki, A. W. dan I. (2025). *Perencanaan Strategis Untuk Membangun Citra Positif dan Daya Saing*. *7*(1), 82–90.

Novriansyah, M. A. D., Annur, S., & Afriantoni, A. (2025). Strategi Promosi Madrasah melalui Pemanfaatan Media Online citrasumsel.com. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, *15*(2), 359–372. https://doi.org/10.33367/ji.v15i2.7486

Nurhidayat, A., Taufik, M., Kejora, B., & Arifudin, Y. F. (2026). *Strategi Publikasi Kegiatan Madrasah Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Peningkatan Brand Image Mtsn 5 Karawang*. *11*(3), 5711–5720. https://ejurnal.stkip-pessel.ac.id/index.php/jmp

Putri, H., Fitriani, S., & Bawaihi, B. (2023). Educational Services Marketing in Customer Enhancement. *Journal of Curriculum and Pedagogic Studies (JCPS)*, *2*(1), 14–22. https://doi.org/10.30631/jcps.v2i1.1779

Rahmania, S., Munawaroh, R., Amelia, N., Wildan Yusuf, R., & Hidayat, R. (2025). Pengelolaan Humas Dalam Membangun Branding Madrasah Juara Di Madrasah Perkotaan Jember. *Al-Marsus: Journal Manajemen Pendidikan Islam*, *3*(2), 101–112. http://dx.doi.org/10.30983/al-marsus.v3i2.10332

Rini. (2026). *MTsN 1 Bandar Lampung Boyong Tiga Piala pada Ajang JTFEST ke-3 Tahun 2026*. MTsN 1 Bandar Lampung. https://www.mtsn1bandarlampung.sch.id/baca-berita-289-mtsn-1-bandar-lampung-boyong-tiga-piala-pada-ajang-jtfest-ke-3-tahun-2026

Salmiyah, Siti Raudhatul Jannah, A. P. (2026). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kenali Besar Kota Jambi*. *11*(1), 390–412.

Saputro, M., Samsu, & Rianty, I. (2023). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah Tsanawiyah Al-Baqiyatush Shalihat dalam Meningkatkan Animo Masyarakat di Kuala Tungkal. *NUR EL-ISLAM : Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan*, *10*(1), 165–185. https://doi.org/https://doi.org/10.51311/nuris.v10i1.523 ISSN:

Sobirin, Sofiya Qotrunnada, I. I. (2026). Analisis Swot Pemasaran Sekolah Islam. *El Madrasa Jurnal*

Manajemen Pendidikan Islam Vol., *6*(1), 17–39. https://ejurnal.iaiyasnibungo.ac.id/index.php/nurelislam/article/view/523%0AStrategi

Sri Purwanti Nasution, D. F. (2024). Strategi Promosi Berbasis Digital Marketing dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah. *Dinamika Pembelajaran : Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, *3*(2), 322–333. https://doi.org/10.62383/dilan.v1i4.882

Tri Nurjanah, Maisah, S. (2026). *Promosi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Madarasah Tsanawiyah Tarbiyah Islamiyah Kota Jambi*. *11*(1).