



MANAJEMEN PROMOSI PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU SMA NEGERI OLAH RAGA PROVINSI RIAU

Rika Yunandar¹, Isjoni², Daviq Chairilisyah³

^{1,2,3} Program Studi Magister Administrasi Pendidikan Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

¹rika_yunandar@yahoo.co.id, ²Isjoni@yahoo.com, ³daviqch@yahoo.com

ABSTRAK

Artikel ini melaporkan sebuah analisis manajemen promosi di SMA Negeri Olahraga provinsi Riau. Penelitian dengan judul "Manajemen Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau" menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data penelitian diperoleh melalui hasil wawancara terhadap sumber informasi penelitian dan observasi yang dilakukan di lembaga dan lingkungan sekitar mengenai kegiatan promosi yang dilakukan oleh SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Sumber data penelitian adalah kepala sekolah, humas, panitia penerimaan peserta didik baru, dan guru. Analisis data menggunakan model Analysis Interactive dari Miles dan Huberman. Hasil penelitian pada perencanaan kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau sudah dilaksanakan dengan baik. SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau dalam merencanakan kegiatan promosi telah merencanakan manajemen khusus untuk kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru. Pengorganisasian kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau sudah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan pengorganisasian yang dilakukan merupakan kegiatan pembagian tugas kepada seluruh panitia. Pelaksanaan kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga sudah dilakukan dengan baik. Hal ini terlihat dari pelaksanaan promosi yang telah dilakukan di seluruh Kabupaten atau Kota yang ada di Provinsi Riau berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan dan pengorganisasian. Pengawasan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga sudah dilaksanakan dengan baik. Kepala sekolah bersama-sama dengan kepanitiaan promosi penerimaan peserta didik baru telah menelaah dan mengklasifikasikan masalah atau kendala-kendala yang dihadapi saat melakukan promosi.

Kata Kunci: manajemen promosi, penerimaan peserta didik baru, sman olahraga

MANAGEMENT OF PROMOTION FOR NEW STUDENT ADMISSION OF RIAU SPORTS PUBLIC HIGH SCHOOL

ABSTRACT

This article reports an analysis of promotion management at SMAN Sports of Riau Province. The research entitled "Management of Promotion for New Student Admissions at SMAN Sports Riau" used a qualitative descriptive approach. The data were obtained through interviews on the sources of research information and observations observed in the institutions and the environment around the institution regarding promotion carried out by SMAN Sports Riau. Sources of data were the principal, public relations, committee that accepted new students, and teachers. Data analysis used the Analysis Interactive model of Miles and Huberman. The research outcome based on the planning of promotion in terms of the acceptance of new students at the Riau Sports Public High School has been applied well. Riau Sports Public High School in planning the promotion has planned specific management for promotion in terms of acceptance of new students. The organization of promotion in terms of the acceptance of new students at the Riau Sports Public High School has been implemented well. Organizing activities conducted were the activity for distributing the roles to all committees. The implementation of promotion in terms of the acceptance of new students at the Sports Public High School has been implemented well. It could be seen from the implementation of promotions that have been applied over the entire regencies or cities in Riau Province run well in accordance with the planning and organizing. Supervision of the promotion for new student admissions at the Sports Public High School has been applied well. The principal and the committee of new student admissions together have reviewed and classified the problems faced as long as advertising promotion.

Keywords: promotion management, new student admission, sports public high school

Submitted	Accepted	Published
17 November 2021	08 September 2022	29 September 2022

Citation	:	Yunandar, R., Isjoni., & Chairilisyah, D. (2022). Manajemen Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru Sma Negeri Olah Raga Provinsi Riau. <i>Jurnal PAJAR (Pendidikan dan Pengajaran)</i> , 6(5), 1480-1492. DOI : http://dx.doi.org/10.33578/pjr.v6i5.8617 .
-----------------	---	--

PENDAHULUAN

Penerimaan peserta didik baru merupakan salah satu mekanisme dari penyelenggaraan pendidikan menjelang tahun ajaran baru, seleksi terhadap calon peserta didik akan dilakukan oleh satuan pendidikan. Agar sebuah sekolah tetap bisa menjalankan sistem

pendidikannya, maka sekolah tersebut harus mengadakan penerimaan peserta didik baru. SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau sebagai salah satu sekolah yang ada di kota Pekanbaru juga dituntut dalam fungsinya, untuk bisa menyelenggarakan proses pembelajaran yang berakar pada nilai-nilai agama, kebudayaan nasional dan tanggapan terhadap tuntutan perubahan zaman.

Persaingan antar sekolah dalam penerimaan peserta didik baru telah menjadi sebuah realita yang muncul di wajah pendidikan di Indonesia. Sejalan dengan hal tersebut diharapkan menjadi sinyal kebangkitan pendidikan di Indonesia. Persaingan ini telah direpson dengan baik oleh seluruh sekolah baik dengan latar belakang Negeri dan swasta. Hal ini juga dilakukan oleh SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Apabila hal ini tidak direpson secara positif oleh sekolah maka bukan tidak mungkin akan tertinggal dari aspek informasi yang berakibat kurangnya minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut. Persaingan sekolah yang semakin aktif tersebut, promosi menjadi sesuatu yang harus dilakukan oleh sekolah.

Menurut Ali (2012) Menyatakan kristalisasi persaingan multi arah bukan hanya persaingan antara Sekolah Negeri dan Swasta, tetapi juga persaingan antara sesama Sekolah Negeri dan sesama Sekolah Swasta. Pada kenyataannya sekolah unggul akan memiliki kuota pendaftar siswa berlebih, sehingga harus melaksanakan proses seleksi yang lebih ketat. Selanjutnya jauh sebelum pendaftaran dibuka orang tua sudah antusias untuk mendaftarkan anaknya. Keadaan tersebut berbanding terbalik, sebelumnya banyak sekolah yang harus gulung tikar karena minimnya calon siswa yang mendaftar. Kondisi tersebut membuat setiap sekolah mempertimbangkan manajemen promosi dalam memenangkan persaingan tersebut. Muhaimin, dkk (2010) berpandangan bahwa promosi merupakan usaha untuk meningkatkan

masuknya calon siswa baru ke sekolah yang bersangkutan.

Kegiatan promosi oleh pihak manajemen SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau adalah dengan melakukan inovasi promosi serta menemukan strategi promosi yang tepat. Pada dasarnya di SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau yang menjadi pelaksana penerimaan peserta didik baru adalah panitia penerimaan siswa baru. Panitia bertugas menginformasikan, membujuk, dan merekrut peserta didik baru. Publikasi ataupun promosi dalam rangka meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap program-program sekolah. SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau dalam melakukan promosi juga melakukan kerjasama dan layanan informasi ke SMP/MTs, publikasi media massa, media sekolah, dan internet. Materi publikasi berkaitan dengan program sekolah seperti pembinaan bakat atlet, penggunaan sampah plastik, gerakan wakaf seribu rupiah sehari dan tabungan siswa. Selanjutnya yaitu prestasi sekolah seperti prestasi *aeromodeling*, prestasi sepakbola dan lain sebagainya. Kemudian prestasi siswa seperti: juara *aeromodeling*, juara sepak bola dan lain sebagainya. Sarana dan prasarana sekolah seperti asrama untuk peserta didik, fasilitas Olahrag sesuai dengan cabang olah raga.

Berkenaan dengan penerimaan siswa baru Muhaimin, dkk (2010:107) memaparkan promosi dan pendaftaran siswa baru juga merupakan sesuatu yang harus diperhatikan, salah satu kegiatan promosi adalah publikasi. Publikasi pada dasarnya bertujuan untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat. Dalam melakukan publikasi hendaknya dicantumkan aturan yang jelas dan syarat penerimaan siswa baru yang tepat sebagai persiapan para siswa sekolah lanjutan yang hendak masuk ke sekolah, tes penerimaan, dan syarat-syarat untuk siswa transfer. Selanjutnya kalender penerimaan yang disusun tepat. Kemudian informasi yang tepat serta syarat berkaitan dengan informasi keuangan.

Tabel 1. Data Pendaftar Sebagai Calon Siswa Tahun 2015-2020

No	Tahun	Jumlah Pendaftar
1	2015	355 orang
2	2016	378 orang
3	2017	386 orang
4	2018	400 orang
5	2019	406 orang
6	2020	420 orang

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan ditemukan setiap tahun di SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau selalu melakukan proses seleksi yang ketat terhadap calon peserta didiknya. Hal ini memberikan gambaran bahwa sekolah ini sangat selektif terhadap calon siswanya. Selanjutnya setiap tahunnya antusiasme masyarakat untuk mendaftarkan anaknya di sekolah SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau cukup tinggi. Meskipun masyarakat sudah mengetahui sekolah ini hanya menerima 100 peserta didik setiap tahunnya. Antusiasme ini tentunya menjadi suatu kelebihan yang ada pada sekolah ini.

KAJIAN TEORETIS

1. Manajemen

Pada sebuah sekolah manajemen merupakan salah satu aspek yang tidak dapat untuk dihindari. Manajemen sekolah akan menentukan kualitas sekolah. Sekolah dengan manajemen yang baik akan memiliki kualitas yang baik. Sarinah (2017) memaparkan asal usul kata manajemen dan definisinya. Secara etimologis kemungkinan berasal dari bahasa Italia (1561), yakni berasal dari kata *maneggiare* yang berarti mengendalikan. Bahasa Perancis mengadopsinya dari bahasa Inggris menjadi *management*, artinya seni melaksanakan dan mengatur. Manajemen belum memiliki definisi yang mapan. Mary Parker Follet mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Ricky W Griffin (2003) mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien.

Ada banyak fungsi manajemen yang dipaparkan oleh para ahli manajemen. Namun,

yang paling terkenal adalah yang dikemukakan oleh G.R Terry, yaitu: *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC). Sarinah (2017) lebih lanjut menggambarkan manajemen sebagai suatu proses dalam rangka mencapai tujuan dengan bekerja bersama melalui orang-orang dan sumber daya organisasi lainnya, proses itu meliputi fungsi manajemen yang telah disebutkan, yakni:

- Perencanaan (*planning*): Proses yang menyangkut upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan di masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi.
- Pengorganisasian (*organizing*): Proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan dapat memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan organisasi.
- Pelaksanaan (*actuating*): Proses implementasi program agar dapat dijalankan oleh seluruh pihak dalam organisasi dan proses memotivasi agar semua pihak tersebut dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi.

Pengawasan (*controlling*): Proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diimplementasikan dapat berjalan sesuai target yang diharapkan sekalipun berbagai perubahan terjadi dalam lingkungan bisnis yang dihadapi.

Indartono (2012) menjelaskan lebih lanjut mengenai proses manajemen tersebut, sebagai berikut:

- a. Proses perencanaan meliputi gagasan bahwa manajemen mengantisipasi berbagai kondisi seperti peluang dan kendala di masa depan, dan berusaha menetapkan lebih dulu apa yang harus mereka lakukan dan apa yang akan mereka capai.
- b. Proses pengorganisasian berarti menempatkan orang dan prasarana serta sarana dan sumberdaya dalam suatu tata-hubungan yang kondusif untuk bekerja sama menuju sasaran bersama.
- c. Proses pelaksanaan meliputi pemberian arahan, perintah kerja, dorongan dan motivasi kerja, serta pemecahan masalah. Sementara itu.
- d. Proses pengawasan dilakukan dengan pengamatan, mencermati laporan, dan melakukan inspeksi supaya pekerjaan di semua bagian sesuai dengan persyaratan kualitas dan ketentuan rencana hasil, dan sesuai dengan anggaran biaya.

Selanjutnya proses manajemen tersebut diterapkan berdasarkan prinsip-prinsip manajemen. Berikut ini adalah prinsip-prinsip dasar manajemen berdasarkan pandangan aliran manajemen modern menurut Indartono (2012): (1) Manajemen tidak dapat dipandang sebagai suatu proses teknis; (2) Manajemen harus sistemik dengan pertimbangan yang hati-hati; (3) Organisasi sebagai keseluruhan dan pendekatan manajer untuk pengawasan harus sesuai dengan situasi; (4) Pendekatan motivasional yang menghasilkan komitmen pekerja terhadap tujuan organisasi sangat dibutuhkan.

2. Manajemen Pendidikan

Manajemen pendidikan adalah suatu proses atau sistem pengelolaan (Oemar Hamalik dalam Haryanti, 2016). Manajemen pendidikan sebagai suatu proses atau sistem organisasi dan peningkatan kemanusiaan dalam kaitannya dengan suatu sistem pendidikan. Kegiatan pengelolaan pada suatu sistem pendidikan bertujuan untuk keterlaksanaan proses belajar mengajar yang baik (Oemar Hamalik dalam Haryanti, 2016), mencakup:

- a. Program kurikulum yang meliputi administrasi kurikulum, metode penyampaian, sistem evaluasi, sistem bimbingan.
- b. Program ketenagaan.

- c. Program pengadaan dan pemeliharaan fasilitas dan alat-alat pendidikan.
- d. Program pembiayaan.
- e. Program hubungan dengan masyarakat.

Pendekatan sistem dalam manajemen pendidikan sebagai akibat dari dianutnya pendekatan dalam sistem pendidikan. Sistem pendidikan adalah satu kesatuan dari berbagai unsur yang satu dengan yang lainnya saling berhubungan dan bergantung di dalam mengemban tugas untuk mencapai tujuan sistem tersebut. Unsur-unsur dari luar yang memasuki sistem dan kemudian mengalami proses disebut keluaran atau output (Oemar Hamalik dalam Haryanti, 2016).

Kemudian dilihat secara lebih khusus tujuan dari pelaksanaan manajemen pendidikan adalah terciptanya sistem pengelolaan yang relevan, efektif dan efisien yang dapat dilaksanakan dengan mencapai sasaran dengan suatu pola struktur organisasi pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas antara pemimpin program, tenaga pelatih fasilitator, tenaga perpustakaan, tenaga teknis lain, tenaga tata usaha dan tenaga pembina. Selain itu manajemen pendidikan bertujuan untuk memperlancar pengelolaan program pendidikan dan keterlaksanaan proses pembelajaran berdasarkan pendekatan cara belajar siswa aktif (Oemar Hamalik dalam Haryanti, 2016).

3. Manajemen Promosi

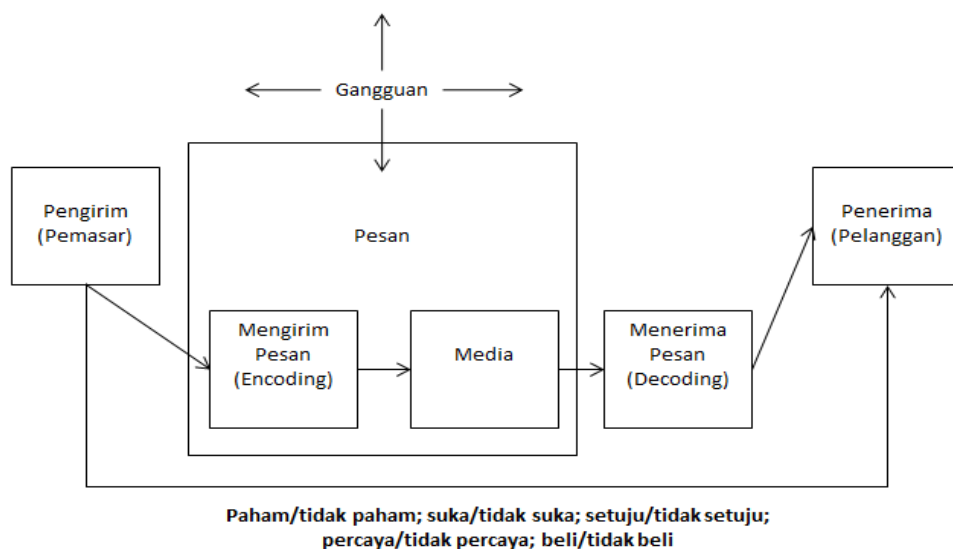
Komunikasi merupakan dasar atau basis utama untuk menyelenggarakan promosi. Tanpa diragukan, promosi merupakan elemen yang paling banyak dijumpai di masyarakat. Ini tidak mengherankan karena kegiatan promosi sangat diperlukan untuk mengkomunikasikan fitur dan manfaat produk kepada pasar sasaran yang diinginkan. Dengan komunikasi ini, organisasi dapat saling mengadakan interaksi. Dengan komunikasi pemasaran, pemasar dapat menyampaikan berbagai makna kepada konsumen.

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan kepada pihak lain dan memerlukan enam elemen, yaitu: sebuah sumber, sebuah pesan, sebuah saluran komunikasi, penerima, dan proses penyampaian (*encoding*) dan penerimaan (*decoding*) (Kerin dkk, dalam

Dharmmesta, 2011). Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi (Evans dan Berman, dalam Simamora, 2013) dan bertujuan untuk menstimulasi pasar sasaran (Stauble, dalam Simamora, 2013). Promosi atau komunikasi pemasaran adalah proses manajemen yang dilakukan oleh organisasi untuk berdialog dengan berbagai macam khalayak dengan cara mengembangkan, menyajikan, dan mengevaluasi sejumlah pesan kepada khalayak stakeholder (Fill, 1999 dalam Dharmmesta, 2011).

Definisi lain mengatakan, komunikasi pemasaran atau promosi adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual, dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pembuatan keputusan di bidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik (Nickels, 1978 dalam Dharmmesta, 2011).

Unsur-unsur yang terdapat dalam sistem komunikasi pemasaran dapat dilihat dalam Gambar 1 Model Dasar Komunikasi Pemasaran (Dharmmesta, 2011):



Gambar 1. Model Dasar Komunikasi Pemasaran (Dharmmesta, 2011)

Gambar 1 tersebut memperlihatkan sebuah model yang disebut Model Dasar Komunikasi Pemasaran atau model komunikasi pemasaran yang tradisional. Model tersebut menggambarkan bahwa proses komunikasi pemasaran diawali dari pengirim atau pemasar. Pemasar melakukan encoding, yaitu mengirim pesan dan saran penjualan. Kemudian pesan yang dikirim pemasar ditempatkan pada media sebagai alat untuk menempatkan pesan. Pesan yang telah ditempatkan dalam media kemudian diinterpretasikan oleh konsumen, dengan kata lain konsumen melakukan decoding. Umpan balik

akan terjadi dari pihak konsumen kepada pemasar dalam bentuk: paham/tidak paham, suka/tidak suka, setuju/tidak setuju, percaya/tidak percaya, beli/tidak beli. Proses ini dilakukan secara terus menerus dalam upaya membangun *relationship marketing* (pemasaran keterhubungan) (Dharmmesta, 2011).

Tahap-tahap tersebut mempunyai hubungan erat dengan kerangka tindakan yang sering disebut dengan kerangka AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Kerangka AIDA terdiri dari empat variabel pokok yang saling berhubungan dengan tugas-tugas promosi yaitu:

(1) Mencari perhatian (*attention*); (2) Membangkitkan minat (*interest*); (3) Membangkitkan keinginan (*desire*); (4) Mendorong tindakan (*action*). Dalam mendesain promosi supaya efektif, kiranya dapat mengikuti langkah-langkah berikut: (1) Mengidentifikasi audiens sasaran; (2) Menentukan respons yang diinginkan; (3) Merancang pesan, meliputi: isi dan format pesan; (4) Memilih media; (5) Menyeleksi sumber pesan; (6) Mengumpulkan umpan balik. Indikator manajemen promosi menurut Etty Kongrat, dkk (2011) terdiri atas:

1. Perencanaan Promosi:
 - a. Strategi dan taktik (merancang dan desain) promosi
 - b. Target dan sasaran promosi.
 - c. Menetapkan jadwal.
2. Pengeroganisasian promosi.
 - a. Menentukan personil yang terlibat dan perannya.
 - b. Pengalokasian sumber daya yang digunakan.
3. Pelaksanaan promosi.
 - a. Pengarahan dalam pelaksanaan promosi.
 - b. Menentukan media promosi.
4. Pengawasan promosi.
 - a. Evaluasi.
 - b. Umpan balik.

METODE PENELITIAN

Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis manajemen promosi di SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Penelitian “Manajemen Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau” menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Creswell (2010 dalam Sugiyono, 2013) menyatakan penelitian kualitatif sebagai proses eksplorasi dan memahami perilaku individu dan kelompok, yang menggambarkan masalah sosial atau masalah kemanusiaan. Selanjutnya Sugiyono (2013) menyatakan: “penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post-positivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) penulis membuat sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil

penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi”. Berpijak dari sini, penulis terdorong untuk mengadakan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian dilaksanakan di SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru. Metode pengumpulan data dan informasi menggunakan metode yakni dokumentasi, wawancara dan observasi. Sumber data adalah sumber data yang dapat memberikan informasi pada pokok permasalahan dan fokus penelitian yang terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer (*primary data*) yaitu data yang diperoleh langsung dari unit analisis penelitian melalui wawancara atau observasi. Data yang diperoleh melalui hasil wawancara terhadap sumber informasi penelitian dan observasi yang dilakukan di lembaga dan lingkungan sekitar mengenai kegiatan promosi yang dilakukan oleh SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Sumber data dalam penelitian ini adalah Kepala Sekolah, Humas, Panitia penerimaan peserta didik baru, dan Guru. Data sekunder (*secondary data*) yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari unit analisis, tetapi dari pihak-pihak tertentu melalui penelaahan dokumen atau laporan yang tersedia pada instansi tersebut dan secara deskriptif menurut pengamatan selama penulis bekerja di instansi tempat objek penelitian. Data ini berupa perencanaan, pelaporan, dan dokumen-dokumen terkait promosi SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Analisis data menggunakan model *Analysis Interactive* dari Miles dan Huberman

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah penulis melakukan penelitian di SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau dengan metode wawancara (foto dan transkrip wawancara terlampir pada Lampiran), observasi, dan dokumentasi dapat dipaparkan temuan penelitian sebagai berikut:

1. Perencanaan Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau

Proses perencanaan meliputi gagasan bahwa manajemen mengantisipasi berbagai kondisi seperti peluang dan kendala di masa

depan, dan berusaha menetapkan lebih dulu apa yang harus mereka lakukan dan apa yang akan mereka capai (Indartono, 2012). Dalam hal promosi, perencanaan meliputi penyusunan strategi dan taktik promosi (didalamnya terdapat pesan dan desain promosi), serta target dan sasaran promosi (meliputi respons yang diharapkan dari target dan sasaran promosi).

a. Manajemen Khusus Dalam Promosi

Pertanyaan pertama berkaitan dengan peningkatan antusias pendaftar sekolah mempunyai manajemen khusus atau tidak?. Pertanyaan ini dijawab langsung oleh kepala sekolah yang menyatakan bahwa adanya manajemen khusus yang dilakukan oleh sekolah untuk mendapatkan antusias yang tinggi dari masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Kepala sekolah menyampaikan:

“Untuk mendapatkan antusias yang tinggi dari masyarakat saya selaku kepala sekolah telah membuat sebuah manajemen khusus, pada manajemen yang dibentuk ini saya tidak hanya melibatkan guru di sekolah akan tetapi saya juga meminta partisipasi dari pelatih masing-masing cabang olahraga”.

Pernyataan kepala sekolah ini memberikan indikasi terlibatannya seluruh *stakeholder* yang ada untuk menarik antusias dari masyarakat. Cara ini dinilai cukup berhasil oleh Kepala Sekolah dan jajaran guru SMA Negeri Olahraga mengingat antusias masyarakat disetiap tahunnya yang meningkat.

Pernyataan kepala sekolah juga peneliti konfirmasi kepada bagian HUMAS SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Pada sesi wawancara pihak Humas menyampaikan:

“Dalam meningkatkan animo pendaftar kepala sekolah telah melakukan manajemen yang cukup baik, manajemen ini mungkin akan berbeda dengan sekolah Negeri lainnya, dimana kami tidak hanya melibatkan guru saja dalam menarik minat atau antusias pendaftar akan tetapi kepala sekolah juga

memberikan ruang kepada pelatih dan bahkan alumni dari SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau”.

Melihat pernyataan dari pihak HUMAS, mengindikasikan SMA Negeri Olahraga memiliki manajemen khusus untuk menarik antusias dari masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau.

b. Target dan Sasaran Promosi

Selanjutnya berkaitan dengan pertanyaan besar yang kedua yaitu siapa yang menjadi target dan sasaran promosi?. Pertanyaan ini dijawab langsung oleh kepala sekolah, dimana kepala sekolah menyampaikan:

“Pada dasarnya yang mengetahui seorang anak mau sekolah atau dengan kata lain ingin bersekolah di mana adalah anak itu sendiri, kita sebagai sekolah yang fokus pada bakat olahraga yang dimiliki oleh anak tentunya fokus promosi kita adalah siswa yang sedang berada di bangku sekolah setingkat SMP/MTS kelas Sembilan terkhusus anak yang memiliki bakat olahraga”.

Pernyataan kepala sekolah dengan target atau sasaran promosi menunjukkan SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau fokus pada target utama dari promosi yang dilakukan. Hal ini tentunya sesuatu yang baik atau bagus karena memang pada dasarnya dalam sebuah promosi harus mengetahui target utama dari promosi yang akan dilakukan.

Untuk mengkonfirmasi pernyataan Kepala Sekolah peneliti melakukan interview terhadap panitia penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Ketua penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau Mengatakan:

“Target atau sasaran dari promosi yang kita lakukan adalah siswa yang memiliki bakat olahraga dan tentunya sekarang sedang berada di bangku kelas Sembilan di SMP/MTS se Provinsi Riau”.

Pernyataan Ketua penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau ini tentunya sejalan dengan pernyataan yang diucapkan oleh Kepala Sekolah kepada peneliti. Hal ini memberikan konfirmasi kepada peneliti bahwa SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau

dalam melakukan promosi telah menentukan sasaran atau target promosinya.

c. Menuangkan Manajemen Khusus ke Dalam Perencanaan

Selanjutnya berkaitan dengan Bagaimanakah manajemen khusus tersebut dituangkan dalam perencanaan promosi, telah diperoleh informasi dari kepala sekolah SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Kepala Sekolah menyampaikan:

“Pada dasarnya manajemen tentunya tidak akan berhasil jika tidak punya perencanaan yang baik. Saya selaku kepala sekolah dalam menuangkan manajemen tersebut tentunya saja membentuk wadahnya dulu, wadah tersebut adalah panitia penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Setelah kepanitian ini terbentuk barulah saya bersama dengan seluruh pihak mendiskusikan dan melakukan pencatatan terkait dengan manajemen khusus yang sudah direncanakan”.

Pernyataan Kepala Sekolah terkait dengan cara menuangkan manajemen khusus tersebut cukup menarik. Dimana setelah mendapatkan ide manajemen khusus Kepala Sekolah langsung membentuk susunan kepanitian penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Pembentukan kepanitian ini sendiri dimaksudkan agar manajemen khusus tersebut dapat dikembangkan dengan baik. Tentunya dalam mengembangkan manajemen tersebut Kepala Sekolah dan seluruh warga Sekolah telah melakukan berbagai rapat koordinasi guna tercapainya perencanaan yang baik dalam pelaksanaan penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau.

Berdasarkan uraian di atas peneliti menarik kesimpulan bahwa perencanaan promosi yang dilakukan oleh SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau dalam penerimaan peserta didik baru sudah tergolong baik. Dimana kepala sekolah dan tim telah menyiapkan manajemen khusus untuk melakukan promosi, kemudian menetapkan target dan sasaran utama promosi dan telah menuangkan manajemen khusus tersebut ke dalam perencanaan promosi dengan membentuk

kepanitian penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau.

2. Pengorganisasian Promosi Penerimaan Peserta Didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau

Proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan dapat memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan organisasi (Indartono, 2012). Dalam penelitian ini kita akan melihat bagaimana SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau mengorganisasikan sumber dayanya ketika melakukan promosi. Pengorganisasian tersebut meliputi: siapa yang terlibat dalam penyusunan manajemen khusus, apa yang pertama kali dilakukan manajemen promosi, apa ada perubahan manajemen khusus dari tahun ke tahun.

a. Yang Terlibat Dalam Manajemen Khusus

Pada pertanyaan pertama yaitu siapa saja yang terlibat dalam penyusunan manajemen khusus untuk promosi penerimaan peserta didik baru?. Kepala sekolah sebagai informan pertama yang peneliti wawancarai menyampaikan:

“Seperti yang sudah saya sampaikan sebelum ini bahwa saya telah membentuk panitia penerimaan peserta didik baru. Akan tetapi, kepanitian penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau tidak serta merta akan bekerja sendiri dalam menyusun manajemen khusus tersebut. Kita sangat terbuka dengan saran yang membangun untuk pelaksanaan penerimaan peserta didik baru di SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau”.

Pernyataan kepala sekolah tersebut memberikan indikasi kepada peneliti bahwa dalam penyusunan manajemen khusus, Kepala Sekolah telah melibatkan banyak unsur. Untuk memastikan hal ini peneliti mengkonfirmasi kepada panitia penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Ketua Panitia penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau menyatakan:

“Dalam menyusun manajemen penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau memang terlihat sepele, namun hal tersebut merupakan sesuatu yang sangat sulit untuk dilakukan, berdasarkan saran dan ajuran dari kepala sekolah kita sebagai panitia sangat terbuka pada stakeholder yang ingin memberikan masukan dalam pelaksanaan promosi sekolah. Sejauh ini guru dan pelatih pada masing masing cabang olahraga sangat aktif dalam memberikan masukan pada manajemen promosi yang akan kita laksanakan”.

Pernyataan dari ketua penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau menunjukkan dalam merumuskan manajemen promosi, sekolah melibatkan hampir seluruh warga sekolah dan *stakeholder*.

b. Yang Pertama Kali Dilakukan Manajemen Promosi

Selanjutnya pada pertanyaan kedua yaitu dalam manajemen promosi sekolah, apa saja yang pertama dilakukan?. Kepala Sekolah memberikan pernyataan:

“Hal pertama yang kita lakukan adalah melakukan pemilihan tim untuk melakukan promosi ke masing-masing Kabupaten/Kota di Provinsi Riau. Hal ini saya rasa langkah tepat yang harus dilakukan pada awal pelaksanaan promosi, karena saya ingin bakat siswa yang berprestasi dibidang olahraga dapat terjaring dengan baik dari seluruh Kabupaten/Kota”.

Hal senada juga diucapkan oleh ketua panitia dan humas yang mengatakan dalam manajemen penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau hal yang pertama dilakukan adalah dengan membentuk Tim promosi daerah. Tim ini nantinya akan diberikan tugas melaksanakan promosi dan mencari bakat sampai kepada pelosok daerah. Pembentukan tim perdaerah dimaksudkan agar tim promosi fokus dalam melakukan promosi sehingga harapan terjaringnya bakat olahraga sampai ke pelosok daerah di Provinsi Riau lebih tinggi.

c. Perubahan Manajemen Khusus Dari Tahun Sebelumnya

Pertanyaan ketiga berkaitan dengan apakah ada perubahan manajemen promosi yang dilakukan dari tahun-tahun sebelumnya?. Informasi yang diperoleh dari kepala sekolah sebagai berikut:

“Pada dasarnya dalam melakukan manajemen promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau tidak mengalami perubahan yang signifikan, karena memang di tahun sebelumnya kita sudah melaksanakan kegiatan penerimaan peserta didik baru dengan manajemen yang hampir serupa, hanya saja jika ditemukan kendala yang berarti maka akan dilakukan perbaikan untuk penerimaan peserta didik baru di masa berikutnya”.

Pernyataan kepala sekolah ini memberikan gambaran bahwa ditahun sebelumnya SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau sudah memiliki manajemen yang cukup matang dalam melaksanakan promosi penerimaan peserta didik baru ke daerah di Provinsi Riau. Hanya saja SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau tetap akan melakukan perubahan jika memang ada penambahan cabang olahraga atau permasalahan lain yang dianggap membutuhkan perhatian serius.

Uraian di atas menunjukkan bahwa SMA Negeri Olahraga dalam melakukan pengorganisasian promosi penerimaan peserta didik baru sudah dalam kategori yang baik. Sekolah telah melibatkan banyak pihak dalam manajemen promosi, kemudian telah memikirkan langkah pertama yang dilakukan dan telah merespon setiap permasalahan pada manajemen promosi.

3. Pelaksanaan Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau

Proses pelaksanaan meliputi pemberian arahan, perintah kerja, dorongan dan motivasi kerja, serta pemecahan masalah (Indartono, 2012).

a. Bentuk Pengarahan Dalam Pelaksanaan Promosi

Pertanyaan pertama yaitu bagaimanakah bentuk pengarahan dalam pelaksanaan promosi penerimaan peserta didik baru?. Peneliti

mendapatkan informasi dari paparan Kepala Sekolah sebagai berikut:

“Dalam melakukan promosi seluruh tim bergerak berdasarkan hasil rapat sudah dilakukan bersama, dilapangan dalam melakukan pengarahan tim akan melakukan sosialisasi berkaitan dengan profil sekolah, wilayah, kondisi sekolah, peraturan dan yang paling penting adalah prestasi yang sudah kita raih”.

Hal di atas menggambarkan bentuk konsisten yang dimunculkan oleh tim penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Tim akan bergerak berdasarkan arahan dan hasil rapat yang sudah dijalankan sebelum melakukan promosi. Pada saat melaksanakan promosi tim akan melakukan pengarahan dengan melakukan sosialisasi berkaitan dengan profil sekolah, wilayah, kondisi sekolah, peraturan dan memaparkan prestasi sekolah.

b. Media Yang Digunakan Dalam Melaksanakan Promosi

Pertanyaan kedua yaitu media apa saja yang digunakan dalam melaksanakan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau?. Sebagai informan pertama Kepala sekolah memberikan penjelasan bahwa dalam melaksanakan kegiatan promosi, SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau sangat gencar melakukan promosi dengan menggunakan platform seperti *instagram, facebook, whatsapp, website* sekolah dan media massa yang ada di Pekanbaru.

Pernyataan kepala sekolah ini diperkuat oleh HUMAS SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau yang menyatakan:

*“Sebagai sekolah yang hadir dimasa sekarang ini kami selaku pihak yang terlibat dalam promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau sangat diuntungkan oleh berbagai platform promosi yang ada seperti *instagram, whatsapp dan lainnya*”.*

c. Pelaksanaan Promosi

Selanjutnya pada pertanyaan ketiga yaitu bagaimana pelaksanaan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau?. Berdasarkan wawancara dengan

ketua panitia penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau menyebutkan:

“Untuk waktu pelaksanaan promosi sudah kita mulai dari bulan Februari sebelum siswa kelas Sembilan melaksanakan ujian akhir sekolah. Kita melakukan promosi jauh lebih awal dibandingkan dengan sekolah umum. Seperti yang sudah saya sampaikan bahwa kita sudah melaksanakan kegiatan promosi ke berbagai daerah di Provinsi Riau”.

Penjelasan ketua pelaksana penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau memberikan gambaran bahwa sekolah sudah melakukan pergerakan lebih dini dalam hal promosi sekolah dibanding dengan sekolah umum lainnya. Hal ini pada dasarnya wujud dari manajemen promosi yang baik.

4. Pengawasan Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau

Proses pengendalian dilakukan dengan pengamatan, mencermati laporan, dan melakukan inspeksi supaya pekerjaan di semua bagian sesuai dengan perencanaan (Indartono, 2012). Kegiatan yang termasuk dalam pengendalian promosi ini adalah kendala atau hambatan penerimaan peserta didik baru, evaluasi pelaksanaan promosi penerimaan peserta didik baru dan strategi setelah melakukan evaluasi.

a. Kendala atau Penghambat dalam Promosi

Pertanyaan pertama yaitu adakah atau apa saja yang menjadi kendala atau penghambat dalam promosi penerimaan peserta didik baru? Kepala Sekolah saat diberikan pertanyaan ini menjawab:

“Yang namanya proses promosi tentunya akan ada saja kendala yang kita temui di lapangan. Seperti laporan dari beberapa tim yang menuju daerah diketahui dibeberapa daerah, sekolah yang diundang tidak semua yang menghadiri kegiatan promosi dan juga dibeberapa daerah tertentu tidak terjangkau oleh jaringan internet, sehingga tentunya informasi berkaitan dengan sekolah kita kemungkinan tidak sampai kepada siswa.

Kemudian tidak semua siswa memiliki bakat olahraga, kasus yang kita temui pada beberapa cabang orang siswa menumpuk pada beberapa Kabupaten/Kota saja, sebenarnya hal ini juga didasari oleh keterbatasan cabang orang di SMA Negeri Olahraga ini”.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat kita ketahui bahwa kendala pada pelaksanaan promosi itu sendiri tergolong kurang, dimana masalah mendasarnya adalah ketidak hadirannya sekolah waktu pelaksanaan promosi, hal ini tentunya bisa di atasi dengan pemberian brosur, meskipun pengetahuan anak bisa saja kurang karena tidak dijelaskan secara langsung.

b. Evaluasi Pada Pelaksanaan Promosi

Pertanyaan kedua terkait dengan bagaimanakah evaluasi pada pelaksanaan promosi?. Kepala sekolah memberikan jawaban sebagai berikut:

“Kegiatan evaluasi promosi kita laksanakan pada dua tahapan yaitu pada saat promosi masih berlangsung dan pasca promosi. Kegiatan evaluasi pada promosi yang masih berlangsung kita laksanakan secara online, hal ini guna memperoleh solusi yang cepat pada setiap kendala yang dihadapi dilapangan, kemudian evaluasi pasca kegiatan promosi kita lakukan di sekolah dengan melibatkan seluruh stakeholder. Kegiatan ini diperuntukkan untuk mempersiapkan promosi di masa mendatang”.

Pernyataan ini dibenarkan oleh seluruh majelis guru dan kepanitian penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau. Kegiatan evaluasi seperti cenderung akan lebih efektif mengingat permasalahan yang ditemukan dilapangan akan cepat teratasi dan mempunyai persiapan untuk masa mendatang.

c. Strategi Yang Diambil Setelah Melakukan Evaluasi

Kemudian untuk pertanyaan yang terakhir yaitu strategi apa yang diambil setelah melakukan evaluasi?. Keputusan yang diambil bersama setelah melakukan evaluasi pasca promosi adalah dengan melakukan *talents scoting* tiga bulan sebelum

pelaksanaan penerimaan peserta didik baru. Hal ini dilakukan guna mendeteksi bakat siswa sejak dini. Kegiatan ini dilaksanakan dengan melakukan koordinasi dengan pelatih di daerah.

Pada penelitian Susana Aliyannata (2016) Pelaksanaan strategi manajemen humas dalam penerimaan siswa baru yang dilaksanakan oleh humas di MTs Negeri 2 Simo meliputi dua program yaitu kegiatan langsung dan tidak langsung. Kegiatan langsung dengan menggunakan media cetak terdiri dari brosur, spanduk dan baliho sedangkan kegiatan tidak langsung merupakan kegiatan tatap muka atau melakukan sosialisasi langsung baik menggunakan bantuan media atau tanpa bantuan media, evaluasi program humas dilaksanakan pada setiap akhir pelaksanaan program yang dilakukan penanggung jawab kepada panitia penerimaan siswa baru. Hasil penerimaan siswa baru pada tahun 2015/2016 menunjukkan bahwa jumlah kuota 74 siswa terpenuhi pada setiap tahunnya.

Perencanaan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau juga sudah dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang ada, perencanaan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau dilakukan sebelum siswa-siswa kelas sembilan SMP/MTS seluruh Kabupaten/Kota melaksanakan ujian nasional. Sebelum melakukan promosi pihak sekolah terlebih dahulu melaksanakan rapat, didalam rapat membahas tentang pembentukan manajemen khusus, target dan sasaran promosi, strategi yang dipakai, dana dan jadwal kegiatan. Adapun yang terlibat dalam rapat adalah Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, Guru-guru, Pelatih-pelatih dan *Stakeholder* yang dirasa perlu. Pihak sekolah menjangkir kebutuhan bakat, minat dan kebutuhan akademik peserta didik. Pihak sekolah juga bekerja sama dengan Dinas Pendidikan dan Dispora Provinsi Riau dan Dinas Pendidikan dan Dispora Kabupaten/Kota.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Asrori (2019) terkait dengan manajemen promosi peserta didik baru. Pada penelitian ini diketahui bahwa dalam melakukan promosi sekolah harus mempersiapkan

manajemen promosi khusus. Pada penelitian ini juga diketahui bahwa sekolah melakukan promosi pada beberapa Kecamatan yang ada.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Tyiagita (2016) terkait dengan strategi pemasaran atau promosi sekolah untuk penerimaan peserta didik baru. Pada penelitian ini diketahui bahwa dalam melakukan promosi, sekolah harus mempersiapkan manajemen khusus agar minat masyarakat terhadap sekolah menjadi tinggi. Pada penelitian ini diketahui bahwa sekolah melakukan kegiatan jemput bola dengan mengunjungi dan melakukan sosialisasi pada sekolah setingkat sekolah menengah pertama.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Fikri (2020) pada penelitian ini diketahui bahwa untuk menarik minat siswa dan masyarakat, sekolah telah menerapkan manajemen khusus dan telah memanfaatkan teknologi yang ada seperti media sosial, media cetak dan lain-lain. Sekolah juga melakukan sosialisasi ke sekolah SMP/MTs yang ada.

Penelitian ini pada dasarnya memiliki keunikan yang cukup kompleks. Pada dasarnya orang tua menyekolahkan anaknya di suatu sekolah karena alasan tertentu misalnya saja orang tua menyekolahkan anaknya di SMK karena menginginkan anaknya selesai sekolah sudah mampu untuk bekerja di dunia profesional. Seperti yang kita ketahui atlet di Indonesia sendiri masih jauh dari kata sejahtera. Banyak atlet yang hidupnya justru tidak diperhatikan oleh pemerintah meskipun sudah mengikuti kejuaraan internasional atau bahkan menjuarai kejuaraan internasional. Harusnya keadaan ini menjadi pertimbangan orang tua untuk menyekolahkan anaknya di sekolah yang secara nyata merupakan sekolah yang mendidik anak mereka menjadi seorang atlet. Akan tetapi, faktanya sekolah SMA Negeri Olahraga setiap tahunnya memiliki peminat yang tinggi, hal ini dapat dilihat dari pendaftar disetiap tahun yang meningkat, sementara diketahui sekolah hanya menerima 100 peserta didik setiap tahun.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Perencanaan kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau sudah dilaksanakan

dengan baik. SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau dalam merencanakan kegiatan promosi telah merencanakan manajemen khusus untuk kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru. Selanjutnya, dalam merencanakan ini panitia SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau telah menetapkan sasaran promosi penerimaan peserta didik baru yang terdiri dari siswa kelas IX SMP/MTS di seluruh Kabupaten/Kota Provinsi Riau. Setelah semua telah direncanakan oleh kepanitian SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau selanjutnya, manajemen khusus dituangkan dan ditetapkan dalam perencanaan.

Pengorganisasian kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau sudah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan pengorganisasian yang dilakukan merupakan kegiatan pembagian tugas kepada seluruh panitia. Kegiatan pengorganisasian yang dilakukan yakni berkaitan dengan penyusunan tim promosi, pihak-pihak yang terlibat dalam promosi, dan apa-apa yang akan dilakukan serta mengorganisasikan perubahan manajemen promosi dari tahun sebelumnya.

Pelaksanaan kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga sudah dilakukan dengan baik. Hal ini terlihat dari pelaksanaan promosi yang telah dilakukan di seluruh Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Riau berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan dan pengorganisasian. Kepala sekolah dalam pelaksanaan promosi penerimaan peserta didik baru melakukan pengarahan kepada kepanitian promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di daerah dengan menggunakan media seperti: whatsapp grup. Kemudian dalam pelaksanaan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga menggunakan media/platform yang familiar dengan target sasaran promosi seperti: website resmi sekolah, whatsapp, instagram, facebook dan media massa yang ada di Provinsi Riau.

Pengawasan promosi penerimaan peserta didik baru SMA Negeri Olahraga sudah dilaksanakan dengan baik. Kepala sekolah bersama-sama dengan kepanitian promosi penerimaan peserta didik baru telah menelaah dan mengklasifikasikan masalah atau kendala-

kendala yang dihadapi saat melakukan promosi. Setelah itu melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan promosi yang telah dilaksanakan. Kemudian melakukan telaah dan mengklasifikasikan kemudian merencanakan strategi untuk pelaksanaan promosi di tahun berikutnya.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan Pengawasan promosi penerimaan peserta didik baru sebaiknya dilakukan di awal bulan pada semester dua, agar sekolah memiliki waktu lebih banyak untuk pelaksanaan promosi ke daerah-daerah yang ada di Provinsi Riau.
2. Sebaiknya kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru tidak hanya dilakukan sekali saja, tetapi bisa dilakukan dua sampai tiga kali agar informasi tentang SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau benar-benar sampai kepada siswa-siswa yang ada di kabupaten/kota dan sekolah-sekolah yang ada di daerah terpencil dan tidak dapat akses internet.
3. Siswa-siswa yang menjadi target dan sasaran promosi penerimaan peserta didik baru tidak hanya memiliki keberbakatan di bidang olahraga tetapi sebaiknya juga memiliki keberbakatan bidang akademik.
4. Kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru tidak hanya dilakukan kepada perwakilan sekolah-sekolah yang ada di Kabupaten/Kota, tetapi juga sebaiknya dilakukan ke kecamatan-kecamatan. Supaya siswa-siswa yang terjaring dalam proses promosi adalah siswa-siswa yang terbaik.
5. Siswa-siswa dari daerah yang memiliki minat dan bakat yang lebih, tetapi memiliki keterbatasan biaya, pihak sekolah sebaiknya menanggung 100% biaya keberangkatan, pembelajaran dan biaya kehidupannya selama di SMA Negeri Olahraga Provinsi Riau sampai mereka tamat

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M & Asrori, M. (2012). *Psikologi remaja perkembangan peserta didik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Dharmmesta, B. S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Griffin, R. W. (2004). *Manajemen*; edisi ketujuh jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Haryanti. (2016). *Pengaruh Kemampuan dan Motivasi Guru dalam Mengajar terhadap Efektifitas Belajar Siswa*. Bandung: Universitas Winaya Mukti.
- Indartono, S. (2012). *Pengantar Manajemen: Character Inside*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Muhaimin, dkk (2010). *Manajemen Pendidikan dalam Aplikasinya dalam penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah /Madrasah*. Jakarta : Kencana Prenada Mulia Group.
- Sarinah. (2017). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Deepublish.
- Simamora, B. (2013). *Pemasaran Strategik*. Jakarta: Universitas Terbuka.