

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu Negara yang terus mengupayakan peningkatan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) melalui Pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu jalur yang efektif untuk mengembangkan minat, bakat dan potensi yang dimiliki oleh seorang anak. Hingga saat ini pendidikan menjadi salah satu prioritas utama di Indonesia. Pemerintah telah melakukan program wajib belajar selama 12 tahun dan memberikan sebuah fasilitas sekolah gratis mulai dari jenjang SD/MI sampai dengan SMA/MA.

Saat ini telah banyak berdiri sekolah-sekolah di Indonesia baik negeri ataupun swasta. Peserta didik merupakan sosok yang menjadi sasaran utama atas terjadinya kegiatan belajar mengajar di sekolah. Saat ini sekolah diibaratkan sebagai penjual maka harus mencari cara untuk menarik konsumen (calon siswa-siswi baru) dan bersaing dengan sekolah-sekolah lainnya agar bisa memperoleh siswa-siswi baru. Begitu juga dengan Pendidikan, banyaknya sekolah-sekolah di Indonesia yang berdiri maka sekolah tersebut harus mampu menunjukkan kualitas, fasilitas, keunggulan dan eksistensinya.

Salah satu bukti eksistensi dalam lembaga pendidikan yaitu dengan semakin meningkatnya ketertarikan seorang peserta didik untuk bersekolah

di lembaga pendidikan tersebut dan eksis dalam kejuaraan atau lomba-lomba yang diadakan oleh pemerintah atau lembaga lainnya. Siswa-siswi saat ini menjadi aspek utama dalam sebuah kegiatan belajar mengajar supaya pendidikan dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Sekarang masyarakat sudah bisa memfilter sekolah-sekolah yang menurutnya berkualitas, hal ini ada karena mereka takut anaknya tidak mampu berkompetensi di era globalisasi saat ini. Artinya perihal ini menandakan kepada para pengelola sekolah bahwa kualitas sangatlah penting untuk menciptakan sekolah-sekolah yang mampu bersaing di era globalisasi. Untuk memilih suatu lembaga pendidikan yang baik pada dasarnya calon siswa-siswi baru dan juga orang tua selalu dihadapkan dengan berbagai pilihan sekolah yang ada. Dari berbagai pilihan tersebut pastinya calon siswa-siswi baru akan memilih yang terbaik untuk dirinya. Untuk menarik calon peserta didik dibutuhkan strategi promosi yang baik guna tercapainya tujuan *marketing* atau promosi dari lembaga pendidikan tersebut.

Setiap lembaga pendidikan akan bersaing dalam menggunakan berbagai jenis media yang dinilai bisa dijadikan sebuah daya pikat untuk memenangkan rivalitas terhadap pesaingnya agar menarik calon siswa-siswi baru. Seiring dengan perkembangan teknologi dan globalisasi, media cetak dan elektronik saat ini menjadi nilai lebih karena media tersebut dapat memberikan pesan informasi dengan detail lembaga pendidikan yang lebih akurat dan lebih terkini.

Seperti SMK Teknologi Pilar Bangsa yang mempromosikan sekolahnya melalui media cetak dan elektronik yang sangat menarik dan dapat dipahami secara singkat. Melalui media tersebut SMK Teknologi Pilar Bangsa berharap akan memikat calon peserta didik atau siswa-siswi baru karena didalam media tersebut dijelaskan tentang fasilitas dan keunggulan sekolah.

SMK Teknologi Pilar Bangsa adalah suatu lembaga pendidikan yang berada di wilayah Sepatan, Kabupaten Tangerang – Banten. Dengan fasilitas yang memadai dan keunggulan dari ekstrakurikuler yang sudah sering mendapatkan gelar pada setiap perlombaan. SMK Teknologi Pilar Bangsa memiliki empat jurusan yaitu Multimedia, Administrasi Perkatoran, Teknik Kendaraan Ringan (Otomotif) dan Akuntansi. SMK Teknologi Pilar Bangsa juga memiliki sederet prestasi sehingga menjadikan sekolah tersebut dapat disampaikan keunggulannya, dengan berbagai fasilitas, jurusan dan prestasi yang dimiliki.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Pada dasarnya setiap sekolah menginginkan dan mengharapkan unggul dalam persaingan dibidang pendidikan agar mendapatkan calon siswa-siswi baru, sekolah akan melakukan strategi dalam mempromosikannya. Hal tersebut juga sudah dilakukan oleh SMK Teknologi Pilar Bangsa. Dalam mempromosikan sekolah SMK Teknologi Pilar Bangsa menggunakan media cetak dan elektronik seperti menyebarkan

brostur, *upload video profile* di *Youtube* sebagai bahan untuk kebutuhan promosinya yang bertujuan agar calon siswa-siswi baru tertarik dan ingin bergabung dengan SMK Teknologi Pilar Bangsa.

Dengan kegiatan promosi yang sudah disebutkan di atas adanya tetap harus ada yang diperhatikan karena dikhawatirkan takut ada yang kurang maksimal dalam hal mempromosikan sekolah. Pada tahun 2017 SMK Teknologi Pilar Bangsa mendapatkan 540 siswa-siswi baru namun ditahun 2018-2019 SMK Teknologi Pilar Bangsa mendapatkan 450 siswa-siswi baru.

Hal tersebut tentunya menjadi faktor yang membuat kurang maksimalnya dalam mempromosikan sekolah pada saat penerimaan calon siswa-siswi baru, maka dari itu apakah ada yang kurang maksimal dalam mempromosikan sekolah? Apakah strategi promosinya atau faktor lain yang menjadi penghambat, bisa jadi dari strategi promosi nya yang kurang.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah penulis uraikan diatas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut: **Bagaimana Strategi Penggunaan Media SMK Teknologi Pilar Bangsa Dalam Mempromosikan Sekolah dan Menarik Minat Calon Siswa-Siswi Baru ?**

### 1.3. Tujuan Penelitian

Dalam membuat penelitian ini, penulis mempunyai maksud dan tujuan yang ingin penulis sampaikan. Tujuan dari penulisan laporan karya ilmiah ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui strategi penggunaan media SMK Teknologi Pilar Bangsa dalam mempromosikan sekolah dan menarik minat calon siswa-siswi baru.

#### 2. Tujuan Khusus

- Untuk mengetahui pengelolaan medianya dalam mempromosikan sekolah.
- Untuk mengidentifikasi pemilihan strategi media yang digunakan SMK Teknologi Pilar Bangsa.
- Untuk mengetahui hambatan dan tantangan apa saja dalam mempromosikan sekolah.

### 1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara Praktis, laporan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi SMK Teknologi Pilar Bangsa untuk memahami temuan dari penelitian agar dapat menjadi masukan dalam meningkatkan dan memperbaiki strategi penggunaan media dalam mempromosikan sekolah untuk menarik calon siswa-siswi baru.

2. Secara teoritis, menjadi data pembeda dalam penelitian sebelumnya terkait dengan tema yang serupa atau menjadi sebuah bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya terkait isu yang juga sama dan sebagai hasil laporan penelitian Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Jakarta.

### 1.5. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan thesis ini diuraikan secara singkat isi yang ada dari setiap bab dengan uraian sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini mendeskripsikan latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi uraian tentang tinjauan pustaka dengan penelitian terdahulu, Teori Komunikasi Persuasif, Teori IMC (*Integrated Marketing Communication*), Strategi, Media, Promosi dan Kerangka Pemikiran.

#### **BAB III : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang desain atau penelitian, pendekatan yang digunakan adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif tujuan deskriptif untuk menjelaskan Strategi Penggunaan Media SMK Teknologi Pilar Bangsa

Dalam Mempromosikan Sekolah dan Menarik Calon Siswa-Siswi Baru.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Bab ini berisikan deskripsi terkait tentang gambaran objek penelitian dan uraian hasil penelitian dalam bentuk Strategi Penggunaan Media SMK Teknologi Pilar Bangsa Dalam Mempromosikan Sekolah dan Menarik Calon Siswa-Siswi Baru.

**BAB V : PEMBAHASAN**

Bab ini berisi gambaran atau penafsiran hasil penelitian, serta triangulasi data dengan teori

**BAB VI : PENUTUP**

Bab ini mendeskripsikan terkait kesimpulan dari penelitian dan saran dari peneliti.