

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, sifatnya mutlak bagi kehidupan baik dalam kehidupan perseorangan maupun kehidupan bangsa dan negara. Maju mundurnya suatu bangsa banyak ditentukan oleh maju mundurnya pendidikan bangsa itu. Mengingat sangat pentingnya bagi kehidupan, maka pendidikan harus dilaksanakan sebaik-baiknya sehingga memperoleh hasil yang diharapkan.

Saat ini, dunia pendidikan harus diperlakukan dan dikelola secara profesional, karena semakin ketatnya persaingan, lembaga pendidikan akan ditinggalkan konsumen atau masyarakat jika dikelola seadanya. Setiap lembaga pendidikan mengetahui bahwa proses pembelajaran disekolah tidak akan pernah statis, akan tetapi senantiasa dinamis mengikuti kemajuan ilmu dan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat. Untuk itu, sekolah dituntut lebih meningkatkan kualitas pendidikan dari segala sisi.

Dengan persaingan yang semakin ketat, mau tidak mau setiap sekolah harus melakukan pengelolaan yang baik agar memberikan layanan yang terbaik, karena jika tidak demikian, maka konsumen atau masyarakat akan dengan mudah mencari lembaga lain yang lebih menguntungkan dan menjanjikan.

Pemasaran atau promosi menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa. Untuk itu, lembaga pendidikan (sekolah) dituntut untuk melakukan strategi promosi guna mempertahankan dan meningkatkan kuantitas siswa yang ada. Tujuan dari strategi promosi tentunya agar masyarakat umum tertarik terhadap citra baik sekolah tersebut sehingga tertanam nilai-nilai kepercayaan dalam benak setiap konsumen yang pada akhirnya akan bermuara pada bertambahnya jumlah siswa di lembaga tersebut.

Strategi promosi adalah salah satu kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran. Strategi promosi yang dimaksud disini adalah setiap langkah yang diambil oleh sekolah untuk berkomunikasi dengan masyarakat dengan tujuan dapat mencapai target atau sasaran yang sudah ditetapkan sekolah.

Promosi merupakan salah satu yang harus dikelola dengan baik dan kreatif agar produk yang dipasarkan dikenal dan diketahui oleh konsumen dan diharapkan akan menumbuhkan minat konsumen, dengan demikian promosi dapat disebut sebagai kegiatan mengkomunikasikan informasi yang ada pada lembaga lembaga dari penjual ke pembeli atau pihak lain untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat sehingga masyarakat berminat untuk membeli produknya. Dengan promosi, sekolah dapat memperkenalkan dan menambah keyakinan masyarakat akan informasi yang ditawarkan oleh suatu lembaga. Oleh karena itu, sekolah harus berusaha untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas, karena dengan adanya produk yang berkualitas, layanan yang memuaskan dan didukung dengan promosi yang maksimal, maka hasil yang diharapkan akan tercapai.

Smk Muhammadiyah Sungailiat merupakan salah satu lembaga pendidikan swasta yang banyak diminati masyarakat dan memiliki guru-guru yang professional yang sesuai dengan disiplin ilmunya masing-masing. Sekolah ini merupakan sekolah swasta yang tiap tahun ajaran baru menerima \pm 300 siswa baru. Berlokasi di Jl Pramuka (tambang 23) sungailiat, Bangka, sekolah ini tetap mampu mendapatkan minat konsumen di atas rata-rata sekolah swasta lainnya

Telah diketahui bersama bahwa untuk jenjang pendidikan dasar (SD, SMP/MT, SMA dan sederajat) khususnya sekolah negeri mendapatkan dispensasi atau keringanan dalam hal pembiayaan operasional pendidikan berupa dana BOS dari pemerintah. Adanya bantuan dana operasional sekolah/pendidikan membuat masyarakat menengah ke bawah menjatuhkan pilihan ke sekolah atau lembaga pendidikan negeri ketimbang swasta karena biaya yang akan dikeluarkan tidak sebesar lembaga pendidikan yang dikelola oleh swasta.

Smk Muhammadiyah Sungailiat ini diharapkan mampu bersaing dengan sekolah-sekolah lain terutama sekolah negeri. Dalam hal ini, sekolah harus selalu melakukan inovasi-inovasi baru terutama pada pelaksanaan promosi, agar masyarakat lebih mengenal dan menjatuhkan pilihannya ke sekolah ini.

Berdasarkan dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Promosi dan Publikasi Smk Muhammadiyah Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa”**.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada pembatasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti adalah :

- a. Bagaimana strategi promosi dan publikasi Smk Muhammadiyah Sungailiat dalam meningkatkan jumlah siswa?
- b. Apa manfaat dari strategi promosi dan publikasi Smk Muhammadiyah Sungailiat?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah pada pelaksanaan strategi promosi sebagai berikut:

Pembuatan media promosi dalam bentuk Design Grafis yaitu:

1) Branding

Kata *branding* berasal dari kata *brand* yang dalam bahasa Indonesia berarti merek. Dalam penggunaannya, kata *brand* dan *branding* memiliki makna yang berbeda. Jika kata *brand* berarti merek, maka *pengertian branding* adalah berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk membangun dan membesarkan sebuah *brand* atau merek.

a) Logo

Logo adalah suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah di ingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya.

Sebuah logo wajib mempunyai filosofi dan kerangka dasar yang berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. Sebuah logo memiliki ciri khas seperti warna dan bentuk logo tersebut.

2) Stationary

Dalam pekerjaan menjadi seorang desainer grafis, terkadang kita dapat permintaan dari suatu perusahaan untuk membuat stationary. Namun apa itu stationary? Berikut adalah pengertian dari stationary dan apa saja contohnya.

Stationary merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris yang artinya peralatan kantor/ perlengkapan perusahaan. Contoh dari stationary adalah: peralatan tulis, souvenir, peralatan kerja, dll.

Namun arti stationary dalam desain grafis adalah peralatan kantor yang dicetak dan merupakan gambar yang harus didesain agar menarik dan menggambarkan citra perusahaan. contoh: kartu nama, email template, kop surat, letter head, amplop, cover CD, member card dll.

Dalam membuat stationary kita dapat menggunakan software desain grafis umum seperti Photoshop, Adobe Illustrator atau CorelDraw.

a) Desain Kalendar Dinding

Kalender merupakan salah satu benda yang kita butuhkan dalam kehidupan sehari-hari mengingat fungsinya yang sangat vital untuk menunjukkan tanggal dan bulan. Jadi jika anda memiliki agenda khusus dalam satu bulan harus, anda hanya perlu melingkari tanggal-tanggal penting. Anda tidak akan melupakan jadwal- jadwal penting anda.

Ada 365 hari dalam satu tahun dan itu bisa ditampilkan dalam satu halaman saja atau disebarakan pada beberapa halaman.

b) Kop Surat

Kop Surat adalah identitas suatu perusahaan/instansi agar penerima surat mengetahui asal surat tersebut serta perusahaan atau lembaga apa yang mengirim surat kepada mereka. Kop surat biasanya terletak di bagian paling atas dalam surat atau istilah umumnya yaitu kepala surat.

3) Promosi

promosi adalah mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek atau brand. Ini adalah salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran, yang mencakup empat P: price, product, promotion, and place atau harga, produk, promosi, dan tempat.

Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produknya. Informasi bisa bersifat verbal dan visual.

a) Spanduk

Spanduk ialah sebuah kain rentang yang berisi propaganda, slogan atau juga berita yang juga perlu diketahui oleh umum. Dan pengertian lain dari spanduk ialah kain yang membentang yang biasanya juga berada di tepi jalan yang berisi sebuah text, berwarna dan juga bergambar. Spanduk merupakan sebuah media informasi, dan biasanya juga dibuat dengan menggunakan sebuah cat, sablon (screen printing) ataupun dengan menggunakan cat mesin.

Spanduk yang ada pada jaman sekarang merupakan media promosi yang cukup populer saat ini, dikarenakan harga dari spanduk yang cukup murah dan juga proses dari pengerjaannya yang cepat. Dimana pada saat ini sudah banyak sekali perusahaan yang bergerak pada bidang periklanan dan juga mempunyai mesin digital print untuk membuat spanduk.

b) Poster

Poster adalah media publikasi yang terdiri atas tulisan, gambar ataupun kombinasi antar keduanya dengan tujuan memberikan informasi kepada khalayak ramai. Poster biasanya dipasang ditempat-tempat umum yang dinilai strategis seperti sekolah, kantor, pasar, mall dan tempat-tempat keramaian lainnya. Informasi yang ada pada poster umumnya bersifat mengajak masyarakat.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini penulis menerapkan beberapa tujuan yang didapatkan serta manfaat yang di dapat oleh instansi dan masyarakat

1. Tujuan dari penelitian ini adalah :
 - a. Memberi dukungan kepada lembaga dalam upaya mempromosikan Smk Muhammadiyah Sungailiat Membangun citra Smk Muhammadiyah Sungailiat Sebagai Penghasil lulusan siap kerja, cerdas dan komptitif.
 - b. Meningkatkan simpati masyarakat terhadap Smk Muhammadiyah Sungailiat Mendorong lulusan SMP dan MTs untuk melanjutkan sekolahnya ke Smk Muhammadiyah Sungailiat.
2. Manfaat bagi lembaga:
 - a. Diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan di lingkungan masyarakat dan pembaca tentang strategi promosi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah siswa.
 - b. Diharapkan masyarakat mampu memberikan masukan yang berarti dalam melaksanakan strategi promosi di Smk Muhammadiyah Sungailiat serta bisa dijadikan sebagai alat evaluasi terhadap strategi promosi yang digunakan.
 - c. Bagi Mahasiswa, memberikan manfaat dalam penerapan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktek yang nyata di dunia kerja dan masyarakat serta melatih diri dan menambah pengalaman untuk beradaptasi dengan dunia kerja yang sesungguhnya.

1.5 Metodologi Pengumpulan Data

Penulis melakukan penelitian dengan cara metode yang efektif yaitu dengan mengumpulkan data dengan menyajikannya disertai analisa yang dapat memperjelas objek yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang di lakukan oleh penulis yaitu dengan cara:

- 1) Wawancara

Wawancara secara langsung dengan karyawan dan pimpinan insitusi sekolah yang bersangkutan mengenai yang apa akan di teliti.

2) Observasi

Observasi Smk Muhammadiyah Sungailiat dalam prosesnya untuk mengenal tempat yang akan kita teliti.

3) Tinjauan Pustaka

Mengumpulkan berbagai data dan referensi dari berbagai sumber seperti buku dan internet yang berkaitan dengan masalah yang akan kita teliti.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara ringkas permasalahan Laporan penulisan Tugas Akhir (TA) ini, Tugas akhir ini akan disusun berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, menguraikan latar belakang secara umum, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan secara langsung.

BAB II METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang metode pengumpulan data, spesifikasi teknologi Hardware dan software

BAB III KONSEP PERANCANGAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang Smk Muhammadiyah Sungailiat, struktur organisasi serta segala yang terlibat di dalamnya dan berhubungan dengan yang penulis lakukan.

BAB IV IMPLEMENTASI DESAIN DAN MULTIMEDIA

Bab ini berisi daftar hasil implementasi desain laporan Tugas Akhir (TA) beserta dengan gambarnya dalam bentuk foto. Kemudian memuat tentang Kesimpulan dan saran tentang masalah penelitian,

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan dan saran ini memuat kembali masalah penelitian, berupa bukti-bukti yang dihasilkan dan akhirnya kesimpulan yang diajukan. Diterima atau sebaliknya.