

STRATEGI PROMOSI PADA PROGRAM PENERIMAAN MURID BARU

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promossi Humas PP Darul Hijrah Puteri)

Miftahu Rahmah¹⁾

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Kalimantan

ABSTRAK

Strategi promosi atau strategi pemasaran penting dalam mendorong suksesnya kegiatan pemasaran. Mengingat pentingnya strategi promosi dalam program penerimaan murid baru untuk tahun ajaran baru di PP Darul Hijrah Puteri, menarik peneliti untuk mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Promosi pada Program Penerimaan Murid Baru (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Humas PP Darul Hijrah Puteri)”, memiliki rumusan masalah bagaimana strategi promosi, media dan seperti apa hasil dan evaluasi dari strategi promosi yang di terapkan oleh Humas PP Darul Hijrah Puteri untuk mempromosikan program penerimaan murid baru. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, tempat diadakannya penelitian ini adalah PP Darul Hijrah Puteri yang terletak di desa Batung Cindai Alus Martapura, subjek penelitian dalam tulisan ini adalah Humas PP Darul Hijrah Puteri, yang menjadi objek penelitian adalah strategi promosi yang diterapkan oleh humas PP Darul Hijrah Puteri, teknik pengumpulan data untuk penelitian ini adalah observasi, wawancara yang dilakukan dengan humas PP Darul Hijrah dan dokumentasi, proses pengolahan data dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini adalah strategi promosi yang diterapkan sangat baik, media yang digunakan untuk promosi adalah media cetak (spanduk dan brosur) dan media sosial (instagram @darulhijrahputri dan facebook Ponpes Darul Hijrah Putri), hasil dan evaluasi dari strategi promosi yang telah dilakukan adalah tercapainya tujuan promosi yakni meningkatnya pendaftar dibandingkan tahun sebelumnya dan dengan adanya utusan-utusan untuk mempromosikan program penerimaan murid baru kedaerah-daerah tertentu, humas PP Darul Hijrah sangat terbantu dalam program promosi penerimaan murid baru tahun ini.

Kata Kunci: Strategi, promosi, program penerimaan murid baru

PENDAHULUAN

Lembaga pendidikan adalah lembaga atau tempat berlangsungnya proses pendidikan atau belajar mengajar yang dilakukan dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku individu menuju kearah yang lebih baik melalui interaksi dengan lingkungan sekitar. Lembaga pendidikan pun ada bermacam yaitu lembaga pendidikan formal (lembaga pendidikan sekolah), lembaga pendidikan nonformal (lembaga pendidikan di masyarakat) dan lembaga

pendidikan informal (lembaga pendidikan keluarga). Pesantren sebagai lembaga yang mengiringi dakwah islamiah di Indonesia memiliki persepsi yang plural. Pesantren bisa dipandang sebagai lembaga ritual, lembaga pembinaan moral lembaga dakwah, dan yang paling paling populer adalah sebagai instuisi pendidikan islam yang mengalami konjungtur dan romantika kehidupan dalam

menghadapi berbagai tantangan internal maupun eksternal.

PP Darul Hijrah Puteri Martapura merupakan salah satu pondok pesantren di Kalimantan Selatan. Untuk meningkatkan jumlah peserta didiknya PP Darul Hijrah Puteri mengadakan penerimaan murid baru di setiap tahun ajaran barunya, untuk meningkatkan jumlah calon murid barunya bagian humas PP Darul Hijrah Puteri mengumumkan pendaftaran untuk penerimaan calon murid baru melalui media cetak, radio dan lain sebagainya.

Strategi promosi erat kaitannya dengan strategi pemasaran suatu objek. Bagian ini menjadi sangat penting dalam mendorong suksesnya kegiatan pemasaran sehingga dapat menarik, membujuk masyarakat /konsumen dengan objek yang kita promosikan. Mengingat pentingnya strategi promosi dalam penerimaan peserta didik yang baru untuk tahun ajaran baru di PP Darul Hijrah Puteri, menarik peneliti untuk mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Promosi pada Program Penerimaan Murid Baru (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Humas PP Darul Hijrah Puteri)”.

Perumusan Masalah

Ada pun rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi promosi yang di terapkan oleh Humas PP Darul Hijrah Puteri untuk mempromosikan penerimaan murid baru?
2. Apa media yang digunakan untuk mempromosikan program penerimaan murid baru yang di terapkan oleh Humas PP Darul Hijrah Puteri?
3. Bagaimana hasil dan evaluasi dari penerapan strategi promosi yang di

terapkan oleh Humas PP Darul Hijrah Puteri?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang di terapkan oleh Humas PP Darul Hijrah Puteri dalam mempromosikan penerimaan murid baru.
2. Untuk mengetahui media-media yang digunakan oleh Humas PP Darul Hijrah Puteri untuk mempromosikan penerimaan murid baru.
3. Untuk mengetahui bagaimana hasil dan evaluasi dalam penerapan strategi yang digunakan.

KERANGKA TEORI

Komunikasi Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dengan mana individu-individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan orang lain. (Kotler, 1967). Pemasaran dapat dikatakan sebagai manajemen program yang dikerjakan oleh sejumlah orang untuk menjual produk berupa barang atau jasa demi meraih keuntungan tertentu. Komunikasi pemasaran adalah sebagian aktivitas dari keseluruhan pemasaran.

Strategi promosi

Istilah promosi bisa digunakan secara internal oleh perusahaan pemasaran dalam artian dimulai dari dalam perusahaan kepublik atau pasar. Promosi adalah komunikasi yang dirancang untuk menangkap kepentingan umum untuk mendapatkan pengakuan, pengertian, dan dukungan bagi organisasi atau perusahaan dari suatu produk tertentu. Aktivitas komunikasi ini dapat melibatkan pencetakan

poster, brosur, logo, selebaran, memasang spanduk, posting internet sebagai media yang memberitahukan sesuatu kepada masyarakat (Alo Liliweri, 2011:502-503)

Berikut ini disampaikan tujuh langkah untuk mencapai tujuan promosi secara benar:

4. Tentukan bauran promosi
5. Kembangkan pesan promosi
6. Kembangkan anggaran promosi
7. Tentukan efektivitas (Alo Liliwer, 2011:512-513).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Lokasi Penelitian

Tempat diadakannya penelitian adalah PP Darul Hijrah Puteri yang terletak di desa Batung Cindai Alus Rt. 02 Kec. Martapura Kab. Banjar Prov. Kalimantan Selatan.

Subjek dan Objek Penelitian

Adapun subjek penelitian dalam tulisan ini adalah Humas PP Darul Hijrah Puteri. Adapun objek penelitian dalam tulisan ini adalah strategi promosi yang diterapkan oleh humas PP Darul Hijrah Puteri.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2017:224).

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan

1. Menilai peluang komunikasi pemasaran
2. Menentukan saluran komunikasi yang digunakan
3. Tentukan tujuan

lapangan dan bahan-bahan lain, adapun proses pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan empat tahap yaitu:

1. Pengumpulan data
2. Reduksi data
3. Penyajian data
4. Penarikan kesimpulan

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan humas PP Darul Hijrah melakukan promosi dibantu dengan santriwati perwakilan tiap-tiap konsulat atau daerah. Khalayak yang di jadikan target untuk promosi ini adalah murid kelas 6 SD, kelas 3 SMP/Mts dan orang tua murid dengan tujuan agar dapat menarik perhatian dan membujuk murid-murid tersebut dan orang tua untuk melanjutkan pendidikan anaknya di PP Darul Hijrah Puteri.

Saluran komunikasi yang digunakan adalah saluran komunikasi personal (komunikasi atau promosi yang dilakukan secara langsung atau tatap muka) dan non personal (promosi atau penyampaian pesannya dilakukan dengan menggunakan media). Media yang digunakan untuk melakukan promosi ada bermacam-macam seperti media cetak (brosur dan spanduk) dan media online (media sosial facebook dan media sosial instagram).

Pesan yang disampaikan pada saat promosi dilakukan secara langsung adalah berbagi pengalaman bagaimana kehidupan di PP Darul Hijrah Puteri, seperti apa PP Darul

Hijrah Puteri tersebut (fasilitasnya, ekstrakurikuler, kegiatan sehari-hari dan lain-lain), berbagi informasi seputar pendaftaran murid atau santriwati baru dan lain sebagainya. Untuk penetapan anggaran promosi ini menggunakan metode sesuai kemampuan, karena harus sesuai dengan RAPB (Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja) PP Darul Hijrah Puteri.

tahun sebelumnya adalah tahun ini promosi yang dilakukan langsung di daerah-daerah dilakukan oleh santriwati yang dipilih mewakili konsulatnya masing-masing, sedangkan tahun sebelumnya dilakukan oleh ustdz dan ustdzah karena keterbatasan waktu dan anggaran biaya sehingga promosi tidak dapat dilakukan di semua daerah-daerah yang sudah ditargetkan sebelumnya.

Strategi promosi yang diterapkan oleh humas PP Darul Hijrah Puteri dikemas dengan sedemikian rupa sehingga tercapailah tujuan dari pada promosi tersebut dan membuahkan hasil yang memuaskan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dideskripsikan tentang strategi promosi penerimaan murid baru oleh Humas PP Darul Hijrah Puteri adalah:

1. Strategi promosi yang diterapkan oleh Humas PP Darul Hijrah Puteri adalah mempromosikan program penerimaan murid baru dengan mengirim utusan-utusan (santriwati) di setiap daerah untuk melakukan promosi langsung atau menyebarkan brosur-brosur dan memasang spanduk-spanduk yang berisi informasi tentang program penerimaan murid baru di PP Darul

Hasil dari promosi yang sudah dilakukan adalah meningkatnya pendaftar calon murid atau santriwati baru dibandingkan tahun sebelumnya dan faktor pendukung meningkatnya jumlah pendaftar adalah karena meningkatnya keinginan orang tua untuk menyekolahkan anaknya di sebuah lembaga pendidikan yang bernuansa agamis., evaluasi penerimaan santriwati baru tahun ini dengan

Hijrah Puteri. Strategi promosi yang sudah diterapkan sangat baik sehingga dapat tercapai tujuan promosi.

2. Media yang digunakan untuk promosi penerimaan murid baru adalah media cetak (spanduk-spanduk dan brosur-brosur) dan media sosial (instagram @darulhijrahputri dan facebook Ponpes Darul Hijrah Putri).
3. Hasil dari promosi ini adalah jumlah calon murid baru atau para pendaftar yang mendaftar untuk penerimaan murid baru di PP Darul Hijrah Puteri tahun ini melebihi dari daftar para pendaftar tahun sebelumnya. Evaluasi antara tahun ini dengan sebelumnya adalah terbantunya bagian humas PP Darul Hijrah Puteri dengan utusan-utusan yang mewakili kegiatan promosi langsung di daerah-daerah tertentu dibandingkan dengan tahun sebelumnya promosi dilakukan oleh bagian humas dengan terjun ke daerah-daerah tertentu karena keterbatasan waktu dan anggaran maka tidak semua daerah bisa dipromosikan. Serta adanya keinginan orang tua untuk menyekolahkan anaknya di sebuah lembaga pendidikan yang agamis.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penerapan strategi dan media yang digunakan sangat baik dan terkoordinir tapi alangkah baiknya jika media untuk promosi diperbanyak seperti memasang promosi di papan reklame atau billboard di pinggir jalan dan mengadakan kegiatan-kegiatan tertentu seperti lomba antar sekolah dan lain-lain.
2. Pertahankan kegiatan-kegiatan promosi seperti mengirim utusan-utusan (santriwati) di setiap daerah untuk mempromosikan program penerimaan murid baru, karena merupakan salah satu strategi promosi langsung yang menguntungkan.
3. Jagalah kepercayaan para pendaftar karena respon mereka sangat penting untuk menunjang promosi dikemudian nanti oleh karena itu berikanlah kesan positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-11. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Heryati, Yeti. Muhsin, Mumuh. 2014. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*. Bandung. CV Pustaka Setia
- Isnaini, Santi. 2010. *Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Sebagai Penyampai Pesan Promosi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia*. Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik Tahun 22, nomor 4: 324-332
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Liliwari, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana
- Morrisan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Grup
- Profil Pondok Pesantren Darul Hijrah Puteri*
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- Suryabrata, Sumadi. 2016. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Zikmun, Babin. 2011. *Riset Pemasaran*. Edisi sepuluh. Jakarta: Salemba Empat