

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan bagi sebuah bangsa merupakan kebutuhan yang mutlak diperlukan karena hal ini menyangkut masa depan bangsa. Ini berarti bahwa kemajuan bangsa terletak pada kualitas manusianya, dan peningkatan kualitas manusianya hanya dapat dibina melalui pendidikan. Pendidikan adalah usaha sadar yang direncanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pendidikan bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Salah satu usaha untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia ialah melalui proses pembelajaran di sekolah. Apabila kita membicarakan pendidikan, maka sudah barang tentu hal yang tidak boleh terabaikan adalah peranan sekolah sebagai suatu lembaga pendidikan formal. Sekolah merupakan lingkungan pendidikan formal. Dikatakan “formal” karena di sekolah terlaksana serangkaian kegiatan terencana dan terorganisasi, termasuk kegiatan dalam rangka proses belajar mengajar di dalam kelas.

Kegiatan itu bertujuan menghasilkan perubahan- perubahan positif dalam diri anak didik, sejauh berbagai perubahan itu dapat diusahakan melalui usaha belajar. Dengan belajar yang terarah dan dipimpin, anak didik memperoleh pengetahuan, pemahaman, keterampilan, sikap dan nilai yang sesuai dengan apa yang diinginkan, maka penentuan perumusan tujuan pendidikan nasional menentukan hasil- hasil yang seharusnya diperoleh di bidang kognitif,

psikomotorik dan afektif, baik yang mencakup semua jenjang dan jenis pendidikan sekolah, maupun yang khusus mengenai jenjang dan jenis pendidikan sekolah tertentu.

Dalam proses pendidikan disekolah, kegiatan belajar- mengajar merupakan kegiatan yang paling pokok. Itu berarti bahwa berhasil tidaknya pencapaian tujuan pendidikan banyak bergantung kepada bagaimana proses belajar yang dialami oleh siswa sebagai anak didik.

Pentingnya dari keberadaan sekolah swasta mendapatkan sebuah pengakuan hukum sebagaimana yang sudah tersirat dalam undang-undang Sisdiknas Nomor 20 Tahun 2003 (Pasal 54 ayat 1; Pasal 55 ayat 1). Jumlah sekolah formal umum yang diselenggarakan oleh swasta berkembang cukup pesat. Perbandingan jumlah sekolah swasta terhadap sekolah negeri adalah sebagai berikut: 1. TK 42.667: 230; SD 9.861: 136.332; SLTP 9.832: 11.244; dan SMA 4.699: 3.014.

Sedangkan persentase murid sekolah swasta, 98,83% di TK; 7,68% di SD, 36,77% di SLTP; dan 43,29% di SMA (Supriadi, 2003). Sungguhpun demikian, penambahan jumlah sekolah swasta tidak selalu selaras dengan peningkatan mutunya.

Belajar mengajar adalah suatu proses yang mengandung serangkaian perbuatan guru dan siswa atas dasar hubungan timbal balik antara guru dan siswa yang berlangsung dalam situasi pembelajaran untuk mencapai tujuan tertentu.

Kegagalan atau keberhasilan suatu lembaga pendidikan dalam mencapai tujuan pendidikan sesuai dengan yang diharapkan, tidak terlepas dari adanya peran

guru didalamnya. Hal ini dapat dimengerti karena guru merupakan unsur utama yang melaksanakan kegiatan pokok yaitu proses belajar mengajar, peran tersebut menuntut guru harus mempersiapkan diri sebaik- baiknya, baik secara fisik maupun non fisik seperti moral, intelektual dan kecakapan lain seperti kecakapan dalam pengelolaan pembelajaran dengan baik.

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang terus mengupayakan peningkatan kualitas sumber daya manusia, salah satunya melalui jalur pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu sarana yang sangat efektif untuk mengembangkan potensi yang dimiliki oleh anak.

Saat ini pendidikan menjadi prioritas utama di Indonesia. Pemerintah telah menggalakkan program wajib belajar 12 tahun dan memberikan fasilitas sekolah gratis mulai dari jenjang SD/MI sampai dengan SMA/MA. Untuk itu, peran lembaga pendidikan yang memfokuskan kepada jenjang pendidikan dasar, kini kian diharapkan. Peserta didik merupakan sosok yang menjadi alasan utama atas terselenggaranya kegiatan belajar mengajar.

Keberadaan peserta didik ibarat konsumen terhadap penjual (sekolah). Apabila sekolah diibaratkan sebagai penjual maka harus mencari cara untuk menarik konsumen dan bersaing dengan penjual-penjual lain.

Banyaknya konsumen yang datang pada penjual tersebut, hal ini menunjukkan bahwa barang-barang yang dijual sangat menarik perhatian 2 konsumen. Begitu pula dengan pendidikan dengan banyaknya sekolah-sekolah yang berdiri maka sekolah tersebut harus mampu bersaing untuk menunjukkan eksistensinya. Salah satu bukti eksistensi dalam suatu lembaga pendidikan yaitu

ditandai dengan meningkatnya minat peserta didik untuk bersekolah di lembaga pendidikan tersebut.

Peserta didik memang menjadi aspek yang paling utama dalam sebuah penyelenggaraan pendidikan supaya pendidikan dapat berjalan dengan baik. Sekolah harus bisa merekrut calon-calon peserta didik sebanyak mungkin agar proses belajar mengajar dapat berjalan dengan lancar. Saat ini masyarakat sudah mampu memilah dan memilih sekolah-sekolah berkualitas.

Pemahaman ini muncul karena mereka takut putra putrinya tidak mampu bahkan kalah bersaing di era globalisasi. Hal ini mengindikasikan kepada para pengelola sekolah bahwa betapa pentingnya menciptakan sekolah-sekolah yang berkualitas. Untuk memilih suatu sekolah pada dasarnya calon peserta didik (juga orang tua peserta didik) selalu dihadapkan oleh adanya pilihan-pilihan tentang berbagai sekolah yang ada. Dari berbagai pilihan tersebut tentunya calon peserta didik akan memilih salah satu dari berbagai pilihan yang tersedia.

Maka dari itu dalam hal ini sekolah saling berlomba-lomba untuk menarik minat calon peserta didik supaya memilih sekolah tersebut. Dengan adanya persaingan sekolah yang semakin ketat, maka pemasaran lembaga pendidikan merupakan salah satu cara yang sangat efektif untuk mengenalkan sekolah pada masyarakat dan calon peserta didik.

Selain bersaing dengan lembaga-lembaga pendidikan lain pihak sekolah juga harus menjaga hubungan dengan masyarakat yang efektif untuk menimbulkan motivasi bagi masyarakat dengan melakukan perusuai terhadap hal-hal yang disampaikan kepada masyarakat.

Berdasarkan pengetahuan yang didasarkan pada analisis dan pemahaman situasi yang ada di lingkungan 6 masyarakat melalui faktor yang mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap organisasi bertujuan untuk menjaga reputasi dan menciptakan citra baik lembaga di mata masyarakat.

Data penerimaan peserta didik Di SMA Yadika 3 Ciledug tahun ajaran 2019/2020 sebanyak 135 Siswa. Intinya jumlah siswa/I yang masuk tidak mengalami peningkatan sehingga dalam hal ini pihak sekolah begitu penting untuk mengevaluasi dari penerimaan siswa/I baru.

Disampaikan oleh pihak sekolah yang disampaikan oleh Pak Abdi wakil ketua Kesiswaan SMA Yadika 3 penurunan jumlah siswa/I terjadi di tahun 2019 karena pada tahun 2018 jumlah siswa/I kelas X berjumlah 155 siswa/i. maka dari itu peneliti melakukan penelitian mengenai evaluasi terhadap efektifitas media promosi di Sekolah SMA Yadika 3, karena sebelumnya pihak sekolah tidak melakukan evaluasi terhadap media promosi sekolah SMA Yadika 3

Sekolah-sekolah yang berada dalam sistem zonasi sudah menjadi ancaman dalam lembaga pendidikan, dan memberikan peluang besar kepada sekolah-sekolah swasta. Dan adanya juga sistem seleksi yang ketat sudah menjadi peluang untuk sekolah swasta bagi para anak didik yang tidak bisa masuk ke sekolah Negeri. Jumlah sekolah di Jakarta Barat yang berjumlah 133 yang diantaranya SMA Negeri di Jakarta Barat berjumlah 23 dan Sekolah SMA Swasta di Jakarta Barat sebanyak 110. Dari sebanyaknya sekolah tersebut di Jakarta Barat anak-anak lebih berlomba-lomba untuk masuk ke Sekolah Negeri, tapi di sisi lain ada juga yang mencari dan memilih Sekolah Swasta karena mereka mencari sarana dan

prasarana yang menunjang bakat dan minat . Lalu di Tangerang sendiri terdapat sekolah swasta yang sebanyak 52 sekolah yang tersebar di Tangerang kota sampai Tangerang selatan.

Pada persaingan yang semakin ketat, mau tidak mau setiap sekolah swasta 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. Disamping itu, sekolah swasta pun dituntut untuk dapat memposisikan diri dengan melakukan strategi yang jitu demi mempertahankan eksistensinya, karena betapa pun bagusnya suatu lembaga pendidikan apabila tidak dipromosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan tidak dikenalnya lembaga tersebut dikalangan masyarakat.

Promosi menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh sebuah lembaga pendidikan, selain ditujukan untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa.

Persaingan sekolah swasta yang begitu pesat antar lembaga pendidikan untuk menarik minat siswa, maka dengan segala upaya dan usaha harus dilakukan untuk memperkenalkan produk pendidikan kepada masyarakat, tentunya pendidikan yang berkualitas, bermutu dan berdaya saing.

Untuk itu, lembaga pendidikan (Sekolah Swasta) dituntut untuk melakukan strategi promosi guna mempertahankan dan meningkatkan kuantitas peserta didik

yang ada. Tujuan dari strategi promosi tentunya agar masyarakat umum tertarik terhadap citra baik pesantren tersebut sehingga tertanam nilai-nilai kepercayaan dalam benak setiap konsumen yang pada akhirnya akan bermuara pada bertambahnya jumlah siswa di lembaga tersebut.

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.

Dalam hal ini, promosi akan menjelaskan mengenai kegiatan lembaga pendidikan memperkenalkan produknya, apakah melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan atau publikasi. Permasalahan yang dihadapi pun bisa terjadi karena adanya kurang evaluasi dalam setiap proses promosi yang berlangsung. Pentingnya evaluasi ini ialah, guna melihat apa yang kurang dan yang baik untuk bisa dilanjutkan dalam tahap setiap proses promosi.

Bila nilai yang baik muncul dalam proses promosi bisa menjadi acuan utama dalam model proses promosi. Dan yang kurang dari proses promosi dirubah agar promosi yang dilangsungkan bisa terarah dan menghasilkan minat siswa/I terhadap sekolah.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji tentang Efektifitas dari sebuah media promosi yang merupakan bagian penting yang untuk meningkatkan minat siswa/I bersekolah. Maka dari sinilah penulis

bermaksud untuk menuangkan tulisan dalam bentuk penelitian yang berjudul
“ Efektifitas Media Promosi SMA Yadika 3 Ciledug Tangerang terhadap Minat
Siswa/I Bersekolah.”

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian merumuskan masalah terkait dengan mengenai jumlah siswa/I yang menurun setiap tahunnya, dan promosi yang dilakukan pihak sekolah mengenai media promosi sekolah belum tertukur persaingan pun bisa menjadi salah satu sebab penurunan jumlah siswa/I di sekolah SMA Yadika 3, dan mengakibatkan jumlah yang stakan serta mengalami penurunan

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu :

Seberapa besar Efektifitas media promosi SMA Yadika 3 Ciledug terhadap minat Siswa/I Bersekolah.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media promosi yang dilakukan Sekolah SMA Yadika 3 untuk mengevaluasi terhadap minat Siswa/I bersekolah.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi di Universitas Satya Negara Indonesia, terutama

bidang Hubungan Masyarakat mengenai Efektifitas Media Promosi SMA Yadika 3 Ciledug Tangerang terhadap minat Siswa/I bersekolah

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Secara praktis diharapkan dapat memberikan masukan informasi data yang berguna dan factual dari pihak Sekolah SMA Yadika 3 dalam meningkatkan Jumlah Siswa/I yang akan bersekolah di SMA Yadika 3
2. Bagi masyarakat diharapkan penelitian ini mampu memberikan suatu gambaran tentang Efektifitas Media Promosi kepada para Siswa/I, sehingga masyarakat lebih bijak dalam memilih sekolah. Penelitian merumuskan masalah terkait dengan mengenai jumlah siswa/I yang menurun setiap tahunnya, dan promosi yang dilakukan pihak sekolah mengenai media promosi sekolah belum tertukur persaingan pun bisa menjadi salah satu sebab penurunan jumlah siswa/I di sekolah SMA Yadika 3, dan mengakibatkan jumlah yang stakan serta mengalami penurunan.