

## **PENGELOLAAN KOMUNIKASI DAN PROMOSI SEKOLAH UNTUK MENGETAHUI PERSEPSI ORANG TUA DALAM MEMILIH SEKOLAH DASAR**

**AFRIDA YANI**

*Dosen Program Studi Akuntansi Universitas Pamulang*

*\*) email: [afridayanirayyan@gmail.com](mailto:afridayanirayyan@gmail.com)*

### **ABSTRAK**

School communication and promotion are important in attracting parents to choose primary school. Management of school communication and promotion affects parents' perceptions. The purpose of this study is to empirically test the management of school communication and promotion that influences the perception of parents in choosing elementary schools in the Permata Gemilang Integrated Islamic Primary School BSD, South Tangerang. This study uses a qualitative approach with triangulation techniques. From the results of this study found, among others, the communication that has been done by the teachers and SDIT Permata Gemilang staff towards the parents of the students is good enough, but parents of students are not satisfied with the communication services carried out by the Foundation and the school promotion has not been maximized so it affect parents' interest in choosing elementary school.

**Kata Kunci: Promotion, Communication, Perception**

### **PENDAHULUAN**

Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat pada beberapa dekade belakangan ini, menuntut masyarakat untuk meningkatkan taraf kehidupannya. Hal tersebut dapat dilakukan untuk dapat bersaing secara kompetitif untuk menghadapi krisis multidimensi di berbagai negara belakangan ini.

Pendidikan merupakan salah satu alat strategis untuk menghadapi krisis tersebut dan membuat manusia dapat lebih cerdas, memiliki kemampuan, keterampilan dan akhlak yang baik serta dapat bergaul ditengah masyarakat.

Persaingan antara lembaga pendidikan yang satu dengan yang lain sudah tidak dapat lagi dielakkan, sehingga strategi pemasaran untuk

lembaga pendidikan merupakan hal yang mutlak dilakukan. Salah satu lembaga penyedia jasa pendidikan di Indonesia adalah sekolah dasar. Dalam memasarkan sekolah dasar, para *stakeholders* harus terus belajar untuk menarik minat orang tua siswa, hal tersebut disebabkan karena pendidikan adalah proses yang memiliki keterkaitan satu sama lain dan terus berkesinambungan. Sebab itulah, sangat dibutuhkan cara mengelola komunikasi dan promosi sekolah dasar dengan baik agar dapat memenangkan persaingan diantara sekolah-sekolah yang ada di Tangerang Selatan.

Ada beberapa masalah yang menyebabkan terjadinya penurunan jumlah siswa baru dalam beberapa tahun belakangan, seperti pengelolaan komunikasi sekolah terhadap masyarakat di BSD yang masih berpotensi untuk ditingkatkan, pengelolaan promosi sekolah yang berpotensi untuk ditingkatkan. Berdasarkan beberapa masalah yang telah di paparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengelolaan komunikasi sekolah yang telah dilakukan Sekolah Dasar Islam Terpadu Permata Gemilang, untuk

mengetahui persepsi orang tua terhadap Sekolah Dasar Islam Terpadu Permata Gemilang. Pada beberapa tahun belakangan ini, terjadi penurunan jumlah siswa baru di Sekolah Dasar Islam Terpadu Permata Gemilang, hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini .

Tabel 1.Penerimaan Siswa baru

No	Tahun Ajaran	Jumlah
1	2009/2010	25
2	2010/2011	24
3	2011/2012	26
4	2012/2013	24
5	2014/2015	22
6	2015/2016	20
7	2016/2017	17
8	2017/2018	15

Menurut Deddy Mulyana, (2007:67) “bahwa komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung (tatap-muka) ataupun melalui media, seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio,

atau televisi”. Dari berbagai pendapat yang menjelaskan, komunikasi adalah suatu proses interaksi, diantara dua belah pihak untuk melakukan pertukaran pendapat antara satu pihak dengan pihak yang lainnya baik secara verbal dan nonverbal.

Menurut Agus Hermawan (2012:129) “promosi penjualan termasuk dalam salah satu aktifitas pemasaran selain dari periklanan, *personal selling*, *public relation* yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian konsumen”. Dari berbagai pendapat yang menjelaskan tentang promosi, dapat diambil simpulan bahwa promosi merupakan salah satu cara atau alat untuk mengenalkan sebuah produk/jasa kepada pihak lain dengan cara menawarkan produk/jasa tersebut melalui berbagai media, baik media cetak maupun media sosial yang tengah berkembang dewasa ini.

Lebih lanjut Slamet (2010:102) persepsi ialah “proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya”. Komunikasi dan promosi yang

dibangun oleh lembaga pendidikan Sekolah Dasar Islam Terpadu Permata Gemilang dilingkungan masyarakat Tangerang Selatan akan membawa dampak terhadap persepsi masyarakat (orang tua siswa) mengenai, baik dari segi visi, misi, fasilitas, prestasi siswa di berbagai tingkat perlombaan sehingga bisa menggiring orang tua untuk menjatuhkan pilihan pendidikan dasar putra dan putri mereka di sekolah tersebut.. Proses pengelolaan komunikasi dan promosi sekolah dapat dilakukan oleh semua pihak/entitas dalam lembaga pendidikan yayasan Permata Gemilang.

### **Metodologi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Sekolah Dasar Islam Terpadu Permata Gemilang. Proposisi penelitian memberikan arahan dalam mengidentifikasi dan mendapatkan informasi yang relevan dalam mendukung penelitian. Proposisi yang dapat dirumuskan menjadi Pengelolaan Komunikasi dan Promosi sekolah merupakan pengkomunikasian sebuah pesan atau persuasi kepada orang tua siswa dalam saluran untuk memberikan pengaruh terhadap sikap dan perilaku

seseorang agar terjadi pertukaran dalam pemasaran untuk meningkatkan jumlah siswa dengan berbagai cara dalam era persaingan sehingga mampu bersaing dengan sekolah berbasis islam yang ada di BSD.

Unit analisis yang digunakan adalah SDIT Permata Gemilang. Keterkaitan Data Untuk Proposisi. Pengumpulan data baik primer maupun sekunder harus sesuai dengan proposisi yang telah dibuat. Dalam Penelitian ini menggunakan data yang berasal langsung dari narasumber (*informan*) melalui teknik tanya jawab secara langsung (wawancara) dan data penunjang yang diambil dari berbagai sumber literasi dan buku catatan-catatan mengenai komunikasi dan promosi sekolah. Data primer dan data sekunder di ambil peneliti kemudian dianalisis dan disesuaikan dengan desain penelitian.

Dalam teknik pengumpulan data ada 3 metode pokok yang saling berkaitan dan melengkapi, Pertama, Menurut Yatim Ariyanto. (2010:72) mengatakan bahwa ” Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yakni melalui kontak atau

hubungan pribadi antara pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (responden)”. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Indep Interview* (wawancara mendalam) yang dilakukan di SDIT Permata Gemilang, BSD.

Selanjutnya Yatim Ariyanto. (2010 :61) mengatakan bahwa “Metode Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data melalui peninggalan tulisan berupa arsip-arsip (surat-surat, catatan harian, dan laporan), buku-buku, agenda dan lain-lain yang sudah ada”. Dalam penelitian ini dokumen-dokumen seperti surat-surat, catatan harian, laporan diambil dari data yang sudah ada pada dokumen pribadi maupun dokumen sekolah.

Dan Teknik yang terakhir adalah Menurut Suharmi Arikunto (2013:145) “Bahwa dalam mengadakan observasi atau pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti dalam kurun waktu beberapa hari”. Teknik ini menggunakan merupakan kegiatan yang memusatkan perhatian terhadap suatu objek dengan melibatkan seluruh alat indra.

## Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua narasumber yaitu *key person* atau *key informan* dan informan. Dalam penelitian ini *Key informan* adalah kunci sumber informasi yang lebih akurat, dapat dipercaya dan mendalam untuk bisa menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Dan untuk mendapatkan informasi selanjutnya melalui *informan* yaitu orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi ataupun realita dari objek yang akan diteliti.

Informasi selengkapnya mengenai data informan pada penelitian ini seperti pada tabel berikut:

### Narasumber Wawancara

No	Kode Informan	Nama Informan	Status Informan
1	Key Informan	Nurbeiti, S.Ag	Pengurus harian Yayasan
2	Key Informan	Deny Sunandar, S.s	Kepala Sekolah
3	Key Informan	Etivin Riyatmi, S.Pd,	Wakasek bag.kesiswaan
4	Informan	Wahyuni Wulandari Mia Krisnawati Mia Krisnawati Wiwik Astuti Nugraheni Hadi	Wali murid

Untuk lebih mengetahui pengelolaan komunikasi sekolah terhadap orang tua siswa, peneliti melakukan wawancara dengan para *informan*.

Pegurus Yayasan (*Key informan*) SDIT Permata Gemilang,

“...*pengelolaan komunikasi yang telah dilakukan oleh pihak sekolah kepada orang tua siswa...*”

Pengurus Yayasan SDIT Permata Gemilang mengatakan bahwa :

“...*komunikasi yang kami lakukan kepada orang tua siswa melalui buku pesan siswa, melalui surat pemberitahuan, melalui surat edaran*”

Kepala Sekolah(*Key Informan*) SDIT Permata Gemilang mengatakan bahwa :

“..*komunikasi yang sdh kami lakukan sejauh ini melalui penyampaian informasi melalui buku pesan yang dimiliki masing-masing siswa..*”

Wakasek bag. Kesiswaan (*Key Informan*) SDIT Permata Gemilang mengatakan bahwa:

“...*sejauh ini kami melakukan komunikasi kepada orang tua siswa*

*melalui pemberitahuan tertulis dan melalui media elektronik (Wats Up).*

Secara garis besar para informan yang diwawancarai menjawab hal yang senada, walaupun dengan penyampaian yang berbeda-beda mengenai pengelolaan komunikasi. Pengelolaan komunikasi yang telah dilakukan oleh pihak sekolah melalui surat edaran melalui buku pesan yang dimiliki masing-masing siswa.

Untuk melihat efektif atau tidaknya pengelolaan komunikasi melalui surat edaran dan media elektronik yang telah dilakukan oleh pihak sekolah kepada orang tua siswa.

“....sudah cukup puas pengelolaan komunikasi yang telah dilakukan pihak sekolah kepada orang tua dalam penyampaian kegiatan..”

Orang tua siswa Wahyuni Wulandari (*informan*) mengatakan bahwa :

*“...komunikasi yang telah dilakukan oleh pihak sekolah kepada orang tua sudah cukup baik, melalui media elektronik “*

Orang tua siswa Mia Krisnawati (*informan*) mengatakan bahwa :

*“...komunikasi yang telah dilakukan oleh pihak sekolah kepada kami secara resmi melalui surat edaran dan juga melalui media sosial”*

Orang Tua Wiwik Astuti (*informan*) mengatakan bahwa :

*“...komunikasi yang telah dilakukan sekolah kepada orang tua sudah baik, namun komunikasi yang dilakukan Yayasan SDIT Permata Gemilang yang masih perlu diperbaiki..”*

Orang Tua Nugraheni Hadi (*informan*) mengatakan bahwa :

*“...masih belum puas dengan pelayanan komunikasi yang dilakukan oleh pihak sekolah kepada orang tua siswa, masih perlu peningkatan..”*

Dari berbagai informan (orang tua) mereka mengungkapkan berbagai pendapat tentang pengelolaan komunikasi yang telah dilakukan oleh pihak sekolah dengan jawaban yang beragam, dengan berbagai macam alasan dan dapat disimpulkan bahwa orang tua siswa sudah cukup puas dengan pelayanan pihak sekolah kepada orang tua dalam hal ini guru, namun mereka tidak puas dengan pelayanan

komunikasi yang dilakukan oleh pihak Yayasan kepada orang tua siswa.

Dari hasil wawancara dari beberapa Orang tua siswa (*informan*) dapat ditarik kesimpulan bahwa orang tua hanya bisa berkomunikasi kepada guru dan kepala sekolah terkait keluhan dan aspirasi mereka mengenai kurikulum, fasilitas sekolah, pelayanan administrasi sekolah, namun tidak diberi ruang untuk berkomunikasi dengan Yayasan mengenai keluhan mereka. Sedangkan dalam hal pengambilan keputusan sekolah oleh pihak Yayasan Permata Gemilang. Kepala Sekolah dan guru hanyalah pelaksana kebijakan yang dikeluarkan oleh pihak yayasan.

### **Pengelolaan promosi sekolah yang berpotensi untuk ditingkatkan**

Promosi sekolah yang dilakukan SDIT Permata Gemilang kepada orang tua siswa dengan berbagai cara dan media. Untuk lebih mengetahui pengelolaan promosi sekolah terhadap orang tua siswa, peneliti melakukan wawancara dengan para informan.

*“...bentuk promosi yang dilakukan oleh pihak sekolah kepada orang tua dan PSB (Peserta Didik Baru) ...”*

Pengurus Yayasan SDIT Permata Gemilang mengatakan bahwa :

*“...bentuk promosi yang telah kami lakukan kepada PSB melalui penyebaran brosur-brosur ke sekolah-sekolah, pemasangan spanduk di jalan-jalan dan kegiatan-kegiatan sekolah...”*

Kepala Sekolah (*key informan*) SDIT Permata Gemilang mengatakan bahwa :

*“...berbagai macam promosi sudah kami lakukan melalui media sosial Facebook, dan kegiatan-kegiatan sekolah..”*

Wakasek bag. Kesiswaaan (*key informan*) mengatakan bahwa :

*“...bentuk promosi yang telah dilakukan melalui berbagai media”*

Jawaban dari para informan berbagai macam, yang dapat disimpulkan bahwa SDIT Permata Gemilang sudah melakukan promosi melalui berbagai bentuk dana media, di antaranya penyebaran brosur-brosur, pemasangan spanduk, melalui facebook dan kegiatan-kegiatan sekolah.

Orang tua siswa merasa promosi yang telah dilakukan pihak sekolah kepada

orang tua belum maximal, hal ini terlihat dari hasil

Orang tua Wahyuni Wulandari (*Informan*) mengatakan bahwa :

*“...promosi yang dilakukan oleh pihak sekolah kepada orang tua dan PBS masih sangat kurang maximal baru sebatas brosur dan spanduk-spanduk, alangkah lebih baiknya jika pihak sekolah mengadakan kegiatan-kegiatan lomba yang mengundang sekolah-sekolah lain..”*

Orang tua Mia Krisnawati (*informan*) mengatakan bahwa :

*“...promosi yang dilakukan oleh pihak sekolah masih minim, hal ini bias dilihat dari website permata gemilang yang tidak aktif, sehingga menyulitkan orang tua untuk mempromosikan sekolah SDIT Permata Gemilang...”*

Orang Tua Wiwik Astuti (*informan*) mengatakan bahwa :

*“...saya merasa promosi yang dilakukan oleh pihak sekolah tidak maximal, yang saya inginkan pihak sekolah mengadakan seminar-seminar parenting mengundang motivator pendidikan, sehingga orang tua akan*

*ikut membantu mempromosikan sekolah SDIT Permata Gemilang..”*

Dari jawaban wawancara dengan orang tua SDIT Permata Gemilang dapat didapatkan jawaban yang beragam mengenai promosi sekolah yang telah dilakukan SDIT Permata Gemilang diantaranya bahwa, promosi yang telah dilakukan oleh pihak sekolah belum maximal dengan berbagai macam alasan seperti, tidak adanya lomba-lomba yang mengundang sekolah dari luar, kurangnya seminar-seminar parenting, dan promosi Untuk lebih mengetahui pengelolaan promosi sekolah terhadap orang tua siswa, peneliti melakukan wawancara dengan para informan.

### **Persepsi orang tua terhadap SDIT Permata Gemilang**

Persepsi orang tua mengenai SDIT Permata Gemilang dipengaruhi oleh pengelolaan komunikasi dan promosi dan didukung oleh faktor-faktor lain.

Pengelolaan komunikasi dan Promosi sekolah yang telah dilakukan kepada orang tua siswa akan memberikan persepsi terhadap SDIT Permata Gemilang. Untuk lebih mengetahui persepsi orang tua siswa, peneliti

melakukan wawancara dengan para informan.

*“...persepsi tentang SDIT Permata Gemilang..”*

Orang tua Wahyuni Wulandari mengatakan bahwa :

*“...SDIT Permata Gemilang merupakan sekolah yang mengedepankan nilai-nilai agama, namun menurunnya jumlah PSB karena kurangnya promosi yang dilakukan..”*

Orang tua Nugraheni Hadi C mengatakan bahwa :

*“..dari segi pendidikan keagamaan, SDIT Permata Gemilang lebih baik dibandingkan dengan sekolah lain yang ada di sekitarnya,tingkatkan lagi promosi melalui media-media sosial dan mengirimkan anak-anak lomba ke event sekolah lain.*

Dari hasil wawancara dengan informan, dapat disimpulkan persepsi orang tua tentang SDIT Permata Gemilang bahwa, SDIT Permata Gemilang sudah cukup baik kualitas dibandingkan dengan sekolah-sekolah lain yang ada disekitarnya.

### **Implikasi Pengelolaan komunikasi dan promosi sekolah terhadap persepsi orang tua di SDIT Permata Gemilang.**

Teknik Promosi dalam memasarkan sekolah dengan berbagai cara seperti memasang iklan di berbagai media atau dapat juga melalui pendekatan secara personal kepada orang tua peserta didik.

Untuk melihat faktor-faktor yang menjadi penghambat promosi sekolah, dapat dilihat dari hasil wawancara berikut.

Pengurus Yayasan mengatakan bahwa :

*“...Pengurus Yayasan sudah bekerja secara optimal untuk memasarkan sekolah dengan berbagai cara dan media, namun promosi yang kami lakukan terhambat dengan kurangnya biaya promosi yang dikeluarkan oleh Owner SDIT Permata Gemilang, sehingga program-program promosi yang telah kami susun dan rancang tidak berjalan sebagai mana mestinya..”*

Kepala sekolah mengatakan bahwa :

*“...untuk program promosi sekolah yang sudah saya lakukan adalah mengikuti lomba-lomba yang*

*dilaksanakan oleh instansi terkait seperti LF2SN, IMSO dan ISO, untuk mengikuti lomba-lomba pada event-event besar kami masih terkendala dalam segi biaya. Karena untuk mengikuti lomba-lomba pada skala besar membutuhkan biaya yang tidak sedikit mulai dari transportasi, akomodasi, biaya pelatihan dan biaya-biaya yang lain...”*

Dari wawancara yang dilakukan dengan berbagai informan dapat ditarik kesimpulan bahwa, pengurus yayasan maupun kepala sekolah SDIT Permata Gemilang sudah merancang promosi dengan berbagai cara agar sekolah lebih dikenal dan dapat bersaing dengan sekolah-sekolah yang ada di BSD, namun mereka menghadapi kendala dalam segi biaya operasional sehingga promosi yang dilakukan tidak berjalan secara maksimal. Minimnya biaya operasional yang dikeluarkan oleh pemilik yayasan membuat program-program promosi yang telah di rancang tidak berjalan semestinya.

### **Kesimpulan**

Mendapatkan informasi atas pengelolaan promosi dan komunikasi sekolah di Sekolah Dasar Islam terpadu

Permata Gemilang, maka pada bagian akhir ini dapat ditarik kesimpulan diantaranya:

1. Orang tua siswa sudah cukup puas dengan pelayanan komunikasi pihak sekolah kepada orang tua dalam hal ini guru, namun mereka tidak puas dengan pelayanan komunikasi yang dilakukan oleh pihak Yayasan kepada orang tua siswa.
2. Orang tua siswa hanya bisa berkomunikasi kepada guru dan kepala sekolah terkait keluhan dan aspirasi mereka mengenai kurikulum, fasilitas sekolah, pelayanan administrasi sekolah, namun tidak diberi ruang untuk berkomunikasi dengan Yayasan mengenai keluhan mereka.
3. Promosi yang telah dilakukan oleh pihak sekolah belum maksimal dengan berbagai macam alasan seperti, tidak adanya lomba-lomba yang mengundang sekolah dari luar, kurangnya seminar-seminar *parenting*, dan promosi Persepsi orang tua terhadap SDIT Permata Gemilang dipengaruhi

oleh pengelolaan komunikasi dan promosi sekolah.

### Referensi

- Hermawan, Agus. 2010. Komunikasi Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Engkoswara dan Komariah. 2010. Administrasi Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2016. Strategi Pemasaran Jilid 4. Yogyakarta: Andi.
- Simamora, Henry. 2010. Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis I Jilid 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Sopyandi, Herman. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kotler dan Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- S.P. Hasibuan, Melayu. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia (Dasar, Dan Kunci Keberhasilan). Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. Prosedur Suatu pendekatan Praktek. Jakarta : Rineka Cipta.
- Mulyani, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Slamet. 2010. Belajar dan factor-faktor yang mempengaruhiny jilid 5. Jakarta: Rineka Cipta
- Mowen dan Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta : Erlangga.
- Riyanto, Yatim. 2010. Metodologi Pendidikan.