

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SMK
TAMAN HARAPAN KOTA BEKASI DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH SISWA BARU**

SKIRPSI

Oleh

YUNI MUTIANA

201910417001



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran SMK Taman
Harapan Kota Bekasi dalam Meningkatkan
Jumlah Siswa Baru

Nama Mahasiswa : Yuni Mutiana

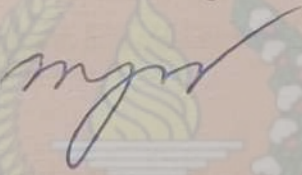
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910417001

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENYETUJUI,
Pembimbing


Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun
NIDN 0303098405

JAKARTA RAYA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran SMK Taman Harapan Kota Bekasi dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru

Nama Mahasiswa : Yuni Mutiana

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910417001

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M
NIDN 0311036501

Penguji : Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M. Commun
NIDN 03030984405

Sekretaris Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, M.I.Kom
NIDN 0327119701

MENGETAHUI.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP 2109527

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Strategi Komunikasi Pemasaran SMK Taman Harapan Kota Bekasi dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru

ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 juli 2023

Yang membuat pernyataan,


E49CFAKX020442486 **Yuni Mutiana**
201910417001

ABSTRAK

Yuni Mutiana, 201910417001, Strategi Komunikasi Pemasaran SMK Taman Harapan Kota Bekasi dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru.

Penelitian ini mengenai kegunaan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah siswa baru pada Sekolah Menengah Kejuruan SMK Taman Harapan. sehingga, komunikasi pemasaran memiliki hambatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pada kegiatan pemasaran selama kegiatan promosi berjalan, karena dalam 5 tahun terakhir terdapat penurunan jumlah siswa/i. metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan konsep *Integrated marketing communication* sebagai acuan dalam bauran marketing mix dalam memaksimalkan kegiatan promosi. Terdapat 2 hambatan yang terjadi, diantaranya : 1). Tidak adanya tim humas atau tim promosi yang khusus agar terfokus dalam menjalankan kegiatan promosi, 2). Masih kurangnya jangkauan informasi walaupun sudah menggunakan media internet dan penerapan 8 bauran marketing mix.

Kata kunci : komunikasi pemasaran, Strategi komunikasi pemasaran, IMC

ABSTRACT

Yuni Mutiana, 201910417001, Strategi Komunikasi Pemasaran SMK Taman Harapan Kota Bekasi dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru.

This research is about the use of marketing communications in increasing the number of new students at SMK Taman Harapan Vocational High School. thus, marketing communications have barriers. This study aims to find out how the strategy is applied to marketing activities during promotional activities, because in the last 5 years there has been a decrease in the number of students. the method used is descriptive qualitative, with data collection techniques of observation, interviews and documentation. This study uses the concept of integrated marketing communication as a reference in the marketing mix in maximizing promotional activities. There are 2 obstacles that occur, including: 1). There is no public relations team or a special promotion team to focus on carrying out promotional activities, 2). There is still a lack of information coverage even though they have used internet media and the implementation of the 8 marketing mixes.

Keyword : marketing communications, marketing communications strategy, IMC

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya serta shalawat dan salam tak lupa penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, karena karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran SMK Taman Harapan dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru”**. Penulis mengucapkan Terimakasih kepada Allah SWT karena atas karuninya penulis bisa dititik ini untuk melakukan penelitian, dan tidak lupa juga kepada Mama dan bapak yang selalu mensupport segalanya. Semoga apa yang penulis lakukan selama ini bermanfaat untuk semuanya, Aamiin.

Skripsi ini adalah salah satu bentuk syarat wajib yang harus penulis lakukan. Dalam, menempuh program studi Ilmu Komunikasi. Skripsi ini juga, sebagai bentuk untuk menuntaskan program studi yang penulis tempuh Skripsi ini ternyata banyak memberikan banyak manfaat kepada penulis yaitu baik dari segi bentuk akademik maupun dari pengalaman yang tidak dapat penulis temukan pada saat berada di dalam dunia perkuliahaan.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun dan menulis Skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan, baik dalam segi isi, penulisan maupun kata-kata yang tidak tersusun dengan baik. Dalam penyusunan laporan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, dan dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Dengan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam melaksanakan penulisan serta penyusunan laporan Skripsi ini antara lain :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH, MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, dan selaku Dosen Pembimbing Akademik Konversi 2019
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Ibu Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun selaku Dosen Pembimbing dalam Penulisan Skripsi.

5. SMK Taman Harapan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan kegiatan Penelitian Karya Ilmiah.
6. Alm Bapak Iing Solihin, S.Pd., Bapak Budi Cahyo, Bapak Eko Wahyudi, Ibu Rita Listianawati, Bapak Vito Riyanto, Bapak Mono, Ketua Harian dan Umum Yayasan Islam Swasembada dan seluruh civitas SMK Taman Harapan yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman pada penulis saat menjalani penulisan dan penyusunan Skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat tercinta Alviani, Meutia Shifayanti Zaleha, Ririn Anggraini, Nida Khansa yang telah memberikan bantuan, semangat dan doa kepada penulis saat melaksanakan penulisan dan penyusunan Skripsi.
8. Kakak – Kakak Tercinta Ana Widyawati, Siti Nurjannah dan Iskandar yang telah memberikan dukungan doa dan bantuan saat penulis sedang mengalami kesulitan saat mengerjakan Skripsi ini.
9. Untuk Ilham Ilahi laki – laki terbaik yang selalu mendukung, mendengarkan, dan bantuan saat penulis sedang mengalami kesulitan saat mengerjakan Skripsi ini.
10. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih, penulis menyadari bahwa masih adanya kekurangan dan kelemahan dalam proses penulisan dan penyusunan Skripsi ini, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan memberikan manfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan khususnya teman-teman seperjuangan.

Jakarta, 28 Juli 2023

Penulis



Yuni Mutiana

201910417001

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.5.1 Kegunaan Teoritis	5
1.5.2 Kegunaan Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Komunikasi Pemasaran	8
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	8
2.2.2 Tahapan-Tahapan Strategi Pemasaran	10
2.2.3 Konsep Pemasaran	11
2.2.4 Teori Komunikasi <i>Integrated Marketing Communication</i>	13
2.4 Kerangka Pemikiran	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1 Paradigma Penelitian	17
3.1.1 Paradigma Interpretatif	17
3.2 Pendekatan Penelitian Deskriptif	18
3.3 Metode Penelitian Kualitatif	19
3.4 Teknik Penentuan Informan	20
3.5 Teknik Pengumpulan Data	21

3.6	Teknik Analisis Data	23
3.7	Keabsahan Data	23
3.8	Tahapan-Tahapan Penelitian	24
3.9	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		28
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	28
4.1.1	Visi dan Misi SMK Taman Harapan.....	28
4.1.2	Logo SMK Taman Harapan	29
4.1.3	Struktur Organisasi.....	29
4.2	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.4	Hasil Penelitian.....	31
4.4.1	Strategi Komunikasi Pemasaran SMK Taman Harapan Bekasi dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru	32
4.4	Penerapan <i>Integrated Marketing Communication</i> pada pemasaran SMK Taman Harapan Kota Bekasi dalam meningkatkan jumlah siswa baru	37
4.4	Pembahasan.....	43
4.4.1	Strategi Komunikasi Pemasaran SMK Taman Harapan Bekasi dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru	43
4.4.2	Penerapan <i>Integrated Marketing Communication</i> pada Kegiatan Penerimaan Siswa Baru SMK Taman Harapan Kota Bekasi dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru.	46
BAB V PENUTUP		48
5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

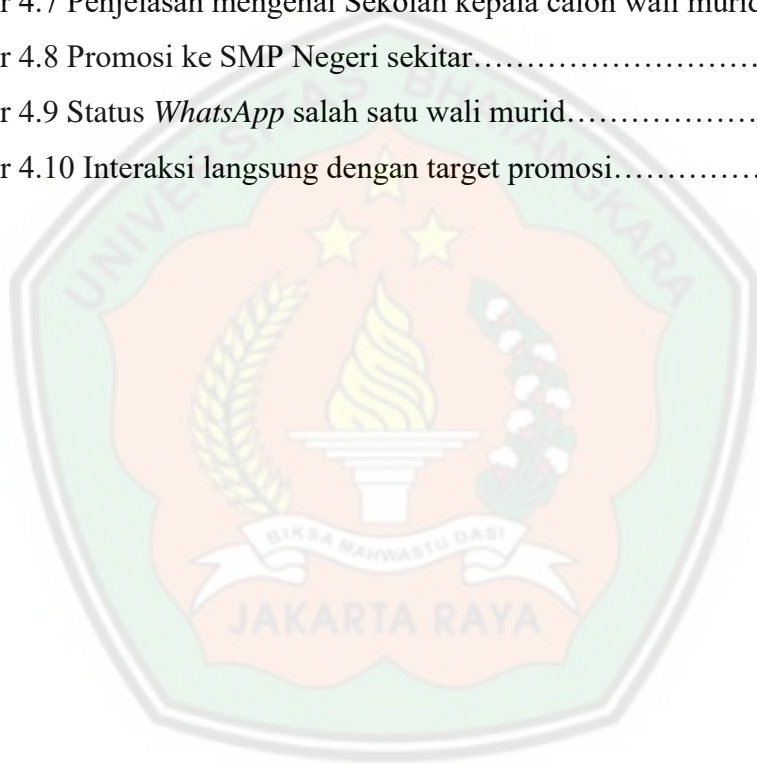
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data kesiswaan SMK Taman Harapan tahun ajaran 2022-2023.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.1 Penentuan Informan Penelitian.....	22
Tabel 4.2 Profil Objek Penelitian.....	30



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Marketing Communication Mix</i>	15
Gambar 4.1 Logo SMK Taman Harapan.....	29
Gambar 4.2 Struktural SMK Taman Harapan.....	29
Gambar 4.3 Pembagian Brosur di SMK/SMA Negeri.....	37
Gambar 4.4 Brosur yang disertakan diskon.....	38
Gambar 4.5 Kegiatan turnamen Futsal ECO Sport antar SMP.....	39
Gambar 4.6 Pendistribusian Jumat Berkah di Masjid sekitar.....	39
Gambar 4.7 Penjelasan mengenai Sekolah kepala calon wali murid.....	40
Gambar 4.8 Promosi ke SMP Negeri sekitar.....	41
Gambar 4.9 Status <i>WhatsApp</i> salah satu wali murid.....	42
Gambar 4.10 Interaksi langsung dengan target promosi.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa
Lampiran 2 : Reduksi Data
Lampiran 3 : Daftar Pertanyaan Wawancara
Lampiran 4 : Kartu Bimbingan
Lampiran 5 : Form Perbaikan

