

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH
TUTOR KAMPUNG INGGRIS BARITO DALAM MENARIK
MINAT SISWA**

(Studi Pada Aktivitas *Event* MTLC Di MAN 1 Teluk Kuantan)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyusunan Skripsi
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau**



RISTA VIONA GUSTINA

NPM : 189110231

PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

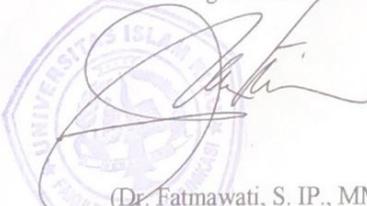
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Rista Viona Gustina
NPM : 189110231
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata-Satu (S-1)
Hari/Tanggal Ujian Skripsi : 9 Maret 2022
Judul Penelitian : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Tutor
Kampung Inggris BARITO Dalam Menarik Minat
Siswa (Studi Pada Aktivitas Event MTLCDi MAN 1
Teluk Kuantan)

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian Komprehensif.

Pekanbaru, Juli 2022

Menyetujui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Fatmawati, S. IP., MM)

Pembimbing



(Dr. Harry Setiawan, M.I.Kom)

PERSETUJUAM TIM PENGUJI

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

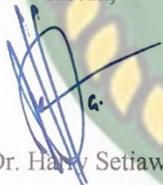
Nama : Rista Viona Gustina
NPM : 189110231
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Komprehensif : Senin/22 Agustus 2022
Judul Skripsi : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh
Tutor Kampung Inggris BARITO Dalam Menarik
Minat Siswa (Studi Pada Aktivitas Event MTLC
Di MAN 1 Teluk Kuantan)

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 25 Agustus 2022

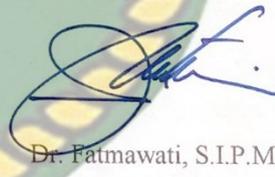
Tim Seminar

Ketua,



Dr. Hawy Setiawan, M.I.Kom

Anggota,



Dr. Fatmawati, S.I.P.MM

Mengetahui,

Wakil Dekan I




Citra Aslinda, M. I. Kom

Anggota



Yudi Daherman M.I.Kom

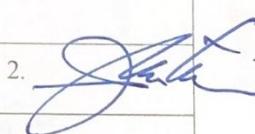
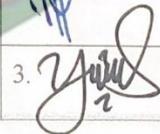
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 2061/A-UIR/3-Fikom/2022 Tanggal 19 Agustus 2022 maka dihadapan Tim Penguji hari ini **Senin Tanggal 22 Agustus 2022 Jam : 09:00 – 10:00 WIB** bertempat di ruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas :

Nama : Rista Viona Gustina
NPM : 189110231
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Tutor Kampung Inggris BARITO Dalam Menarik Minat Siswa (Studi Pada Aktivitas Event MTLIC Di MAN 1 Teluk Kuantan)
Nilai Ujian : Angka : “ 72,1” ; Huruf : “ B ”
Keputusan Hasil Ujian : Lulus
Tim Penguji :

NO	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Harry Setiawan, S.I.Kom	Ketua	1. 
2.	Dr. Fatmawati, S.I.P,MM	Penguji	2. 
3.	Yudi Daherman M.I.Kom	Penguji	3. 

Pekanbaru, 25 Agustus 2022

Dekan



Dr. Muhsin Imam Riau, S. Sos., M. I. Kom

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rista Viona Gustina
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru/23 Agustus 2000
NPM : 189110231
Program Studi : Ilmu Komunikasi
FAKULTAS : Ilmu Komunikasi
Alamat/No.Tlp : Jl. Bangau, Koto Taluk, 085278108411
Judul Skripsi : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Tutor Kampung Inggris BARITO Dalam Menarik Minat Siswa (Studi Pada Aktivitas Event MTLK Di MAN 1 Teluk Kuantan)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima saksi pembatalan nilai skripsi dan atau pencabutan gelar akademik keserjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.



Pekanbaru, 25 Juli 2022

Yang Menyatakan,

Rista Viona Gustina

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan syukur dan terima kasih sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas nikmat dan juga karunia-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan untuk menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) ini dengan segala kekurangannya.

Karya ilmiah ini dengan bangga penulis persembahkan kepada orang tua tercinta, Ayahanda Ahmad Syukur dan Ibunda Yesi Agustin yang tidak hentinya memberikan untaian doa serta kasih sayang mengiri langkah penulis sehingga dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan waktu yang tepat. Terima kasih atas segala pengorbanan yang dilakukan selama ini, semoga dengan adanya karya ilmiah ini bisa menjadi langkah untuk ayah dan ibu Bahagia.

Tak lupa juga terima kasih penulis ucapkan kepada adik- adik penulis Rashifa Zalfabila, Farah Arifatunnisa, Sekala Ibra Ahmad yang selalu menghibur kakaknya untuk tetap semangat dan juga nenek penulis Sri Budi Astuti yang selalu memberi motivasi. Terima kasih dan sayangku untuk kalian.

MOTTO

**“Hatiku tenang karena karena mengetahui bahwa apa yang melewatkan
tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku
tidak akan pernah melewatkan”**

(Umar bin Khattab)

**“Hidup yang tidak sesuai impian bukanlah hidup yang gagal, dan hidup
yang sesuai impian belum tentu hidup yang berhasil”**

(Baek Ijin, 2425)



KATA PENGANTAR

Puji syukur diucapkan atas kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, rahmat serta karunia-Nya, sehingga Proposal Penelitian ini dapat tersusun sampai selesai. Tidak lupa saya mengucapkan terimakasih terhadap segala bantuan dari pihak yang telah memberikan dukungan terhadap saya. Proposal Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau.

Penulis sangat berharap semoga Propasal Penelitian ini dapat menambah pengalaman serta pengetahuan bagi para pembacanya. Penulis menyadari banyak pihak yang memberikan dukungan serta bantuan selama menyelesaikan studi dan tugas akhir ini oleh sebab itu sudah sepantasnya penulis dengan rasa penuh hormat mengucapkan terima kasih serta mendoakan semoga allah memberikan balasan terbaiknya kepada :

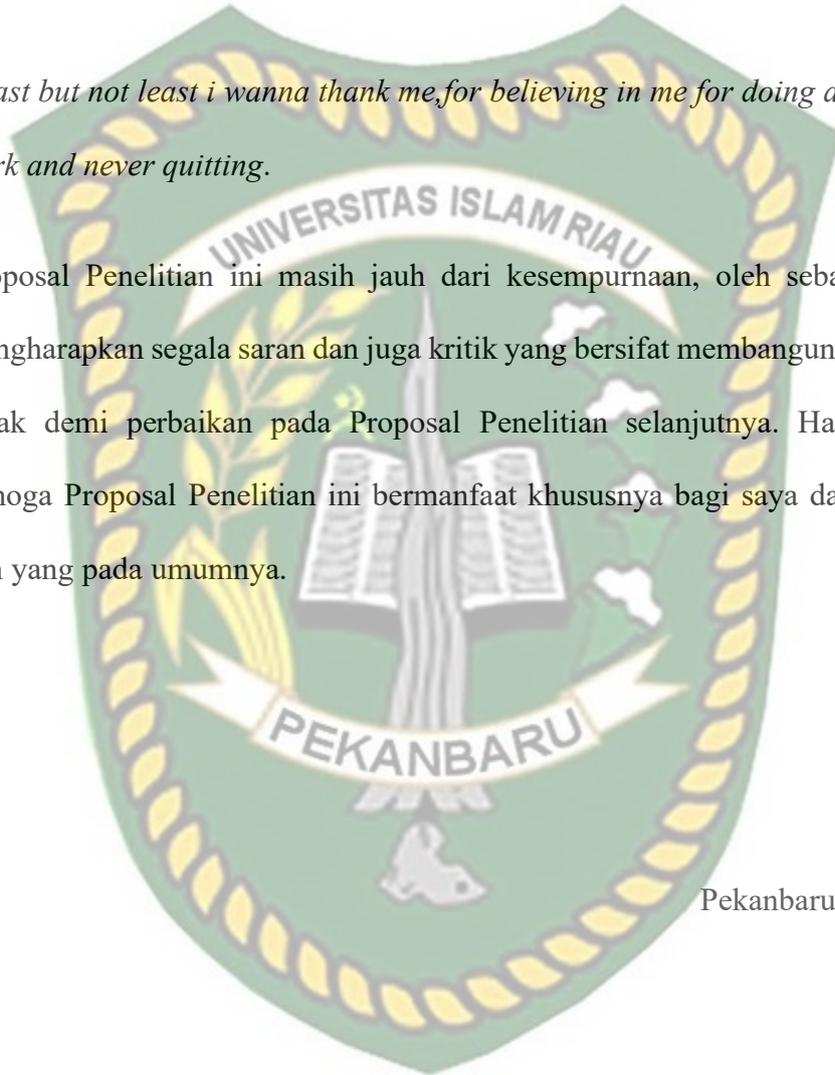
1. Dr.Muhd AR Imam Riauan M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Dr. Harry Setiawan M.I.Kom, selaku dosen pembimbing saya yang telah memberi saya nasehat, masukan dan juga arahan yang sangat banyak juga telah meluangkan waktu dalam proses penyelesaian skripsi saya.
3. Dr. Fatmawati, S. IP., dan Yudi Daherman M.I.Kom selaku dosen penguji yang sudah meluangkan waktu serta banyak memberi masukan kepada saya, kemudian kepada seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang tidak dapat

- saya sebutkan satu persatu dengan setulus-tulusnya saya mengucapkan terima kasih atas segala ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada saya.
4. Kedua orang tua saya ayah dan ibu serta adek saya Rashifa zalfabila yang sudah sangat mendukung saya baik secara internal maupun eksternal terhadap diri saya. Terima kasih atas setiap Doa yang dipanjatkan selama ini yang tidak terhitung nilainya hingga saya dapat menyelesaikan kuliah dengan baik.
 5. Sahabat terdekat saya Aninda Nurhidayati, Mayneszha Alrendy Annikya, Muhajirin, Terima kasih atas dukungan yang tidak hentinya diberikan kepada saya menjadi orang yang paling membantu saya dan selalu mempunyai bahan candaan yang membuat saya terus tertawa cukup jika di tuliskan dengan kata-kata telah membantu saya dalam keadaan apapun, kalian membuat saya menjadi manusia lebih baik.
 7. Sahabat sejak bangku Sekolah Menengah Pertama saya Welly Meliana yang hingga sampai saat ini yang masih bersama saya dalam ke adaan suka maupun duka dan tidak lelahnya selalu ada ketika saya butuh mencoba memberikan yang terbaik untuk saya, *let's calm this waves together.*
 8. Kepada nenek saya Sri Budi Astuti terima kasih telah menjadi nenek muda yang banyak memberikan dukungan untuk saya cucu nya dan selalu mengingatkan saya banyak hal kebaikan sehingga saya banyak belajar dari nenek.
 9. Ucapan terima kasih kepada informan tutor Kampung Inggris BARITO dengan kerelaannya memberikan informasi kepada penulis dalam penulisan skripsi.

10. Terima kasih juga untuk semua pihak yang telah membantu dan terus mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

11. *Last but not least i wanna thank me,for believing in me for doing all this hard work and never quitting.*

Proposal Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu saya mengharapkan segala saran dan juga kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan pada Proposal Penelitian selanjutnya. Harapan saya semoga Proposal Penelitian ini bermanfaat khususnya bagi saya dan pembaca lain yang pada umumnya.



Pekanbaru, Juli 2022

Rista Viona Gustina

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAM TIM PENGUJI.....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
المخلص.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Fokus Penelitian	7
D. Rumusan masalah	8
E. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kajian Literatur	10
1. Komunikasi	10
2. Komunikasi Organisasi.....	11
3. Komunikasi Pemasaran	16
4. Strategi.....	19
5. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	23
B. Definisi Operasional	27
1. Strategi komunikasi Pemasaran	27

2. Tutor	27
3. Kampung Inggris BARITO.....	27
4. Peserta didik.....	27
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	28
Penelitian Terdahulu	28
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN	29
A. Pendekatan Penelitian.....	29
B. Subjek dan Objek Penelitian	29
1. Subjek Penelitian.....	29
2. Objek Penelitian	30
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
1. Lokasi	30
2. Waktu.....	30
D. Sumber Data.....	32
1. Data Primer.....	32
2. Data Sekunder.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
1. Observasi	33
2. Wawancara.....	33
3. Dokumentasi	34
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan data	34
1. Triangulasi Metode.....	34
2. Triangulasi Sumber Data	35
G. Teknik Analisis Data	35
1. Reduksi Data	35
2. Penyajian Data	35
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN	37
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	37
1. Sejarah Singkat Kampung Inggris BARITO	37
2. Profil Kampung Inggris BARITO.....	39
3. VISI Dan MISI Kampung Inggris BARITO.....	40
4. Logo Kampung Inggris BARITO	41

5. Fasilitas Pembelajaran di Kampung Inggris BARITO	41
6. Struktur Organisasi Dan Pembagian Tugas	44
7. Sistem Pembelajaran di Kampung Inggris BARITO	45
B. Hasil Penelitian.....	48
Daftar Informan.....	49
1. Pra <i>Event</i> MTLC kampung Inggris BARITO.....	49
2. Strategi Komunikasi Tutor melalui Pemasaran Langsung	54
3. Event.....	59
C. Pembahasan Penelitian.....	63
BAB V.....	71
PENUTUP	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU	28
Tabel 3. 1 JADWAL WAKTU PENELITIAN	31
Tabel 4. 1 DAFTAR INFORMAN.....	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Teori Komunikasi Model Harold D. Laswell..... 18

Gambar 4. 1 Logo Kampung Inggris BARITO..... 41

Gambar 4. 2 Suasana Salah Satu Kelas di Kampung Inggris BARITO 42

Gambar 4. 3 Suasana Salah Satu Camp di Kampung Inggris BARITO..... 43

Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Kampung Inggris BARITO 44

Gambar 4. 5 Tutor Kampung Inggris BARITO 47

Gambar 4. 6 Bentuk Promosi melalui media sosial Instagram (brosur) 52

Gambar 4. 7 Bentuk Promosi Tutor Komunikasi Pemasaran Langsung 57

Gambar 4. 8 Penyerahan piala bergilir yang diberikan Gubernur Riau diserahkan oleh Bupati Kuantan Singingi kepada Pemuncak Juara Event MTLC 61

Gambar 4. 9 Teori Komunikasi Model komunikasi Harold D. Laswel..... 64

ABSTRAK

Rista viona Gustina. 189110231. **ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH TUTOR KAMPUNG INGGRIS BARITO DALAM MENARIK MINAT SISWA** (Studi Pada Aktivitas Event MTLC Di MAN 1 Teluk Kuantan).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran oleh tutor Kampung Inggris BARITO dalam menarik minat siswa pada aktivitas event MTLC di MAN 1 Teluk Kuantan untuk ikut bergabung kursus di lembaga Kampung Inggris BARITO. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara menggunakan pendekatan teori komunikasi model Harold D. Laswell. Kemudian teknik pengolahan data analisis data dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu : reduksi data, penyajian data dan terakhir penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh kampung Inggris BARITO dalam menarik minat siswanya pada aktivitas *event* MTLC adalah menggunakan sosial meda Instagram untuk menyebarkan informasi mengenai *event* MTLC, menggunakan *event* MTLC sebagai pendekatan promosi yang dilakukan tutor yaitu promosi komunikasi pemasaran langsung dimana tutor menyampaikan informasi mengenai Kampung Inggris BARITO dengan bahasa yang mudah dipahami oleh calon siswa mengenai kegiatan dan metode pembelajaran Kampung Inggris BARITO tutor juga aktif mengobrol dengan siswa secara personal untuk menyampaikan informasi mengenai Kampung Inggris BARITO.

Kata Kunci : Komunikasi, Strategi, Komunikasi Pemasaran.

ABSTRACT

Rista viona Gustina. 189110231. **ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH TUTOR KAMPUNG INGGRIS BARITO DALAM MENARIK MINAT SISWA** (Studi Pada Aktivitas Event MTLC Di MAN 1 Teluk Kuantan).

The purpose of this study is to know how marketing communication strategy by tutors of Kampung Inggris BARITO in attract student's during MTLC'S event at MAN 1 Teluk Kuantan for join the course Kampung Inggris BARITO. This research uses descriptive qualitative method, data collection technique through observation and interview uses the communication theory approach of Harold D. Laswell. And then data precessing technique of data analysis is carried out in three stages data reduction,data presentation and the last conclusion. The result of this study the marketing communication strategies did by tutors of Kampung Inggris BARITO during MTLC's event was uses social media for spread information about MTLC's event and uses MTLC's event as promotion by the tutors, the marketing communication strategies was direct marketing with spread all information about Kampung Inggris BARITO uses the easily language to inform for audienc about tell how learning method and all activities in BARITO with many way which is make the students get more interested with the commucition who did by the tutors.

Keywords : Commnunication, Strategy, Marketing Communication.

المخلص

تحليل إستراتيجي للاتصالات التسويقية من قبل مدرسي قرية باريتو الإنجليزية لجذب اهتمام الطلاب (دراسة عن أنشطة الحدث مجتمع تعلم الرياضيات والمحادثات (MTLC) في مدرسة تالوك كوانتان ١ الثانوية العليا الحكومية)

ريستا فيونا جوستينا

١٨٩١١٠٢٣١

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيف يمكن لاستراتيجية الاتصال التسويقي من قبل مدرس قرية باريتو الإنجليزية في جذب اهتمام الطلاب بأنشطة الحدث مجتمع تعلم الرياضيات والمحادثات (MTLC) في مدرسة تالوك كوانتان ١ الثانوية العليا الحكومية للانضمام إلى الدورة في مؤسسة قرية باريتو الإنجليزية . تستخدم هذه الدراسة الأساليب الوصفية النوعية ، وتقنيات جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات باستخدام نهج نظرية الاتصال لنموذج هارولد دي لاسويل. ثم تم تنفيذ تقنية معالجة البيانات لتحليل البيانات على ثلاث مراحل ، وهي: تقليل البيانات ، وعرض البيانات ، وأخيراً استخلاص النتائج. نتائج بحث إستراتيجية الاتصال التسويقي التي أجرتها قرية باريتو الإنجليزية في جذب اهتمام الطلاب بأنشطة الحدث (MTLC) هو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام لنشر المعلومات حول الأحداث استخدام حدث (MTLC) كنهج ترويجي ينفذه المعلم ، أي الترويج للاتصالات التسويقية المباشرة من خلال تقديم المعلومات بلغة يسهل على الطلاب المحتملين فهمها.

الكلمات الرئيسية: اتصالات ، استراتيجية ، اتصالات تسويقية



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Lembaga kursus adalah lembaga pendidikan nonformal yang diselenggarakan oleh perorang maupun oleh pemerintah, memiliki tujuan agar manusia lebih memiliki pengetahuan dan keterampilan, sebuah lembaga kursus berdiri dilatar belakang oleh banyaknya peminat yang ingin belajar bahasa Inggris secara intensif namun masih ada juga yang kurang mengetahui pentingnya belajar berbahasa Inggris dalam era saat ini. Oleh karena itu peran seorang tutor sangat berpengaruh terhadap minat para siswa karena nantinya yang akan menjadi daya tarik bagi para siswa sehingga para siswa akan memahami kualitas dari tutor tersebut.

Apalagi saat ini bahasa Inggris masih dianggap pelajaran yang sulit oleh sebagian siswa maka dari itu seorang tutor harus mempunya kredibilitas, seorang tutor bertanggung jawab untuk selalu memberikan arahan dalam proses belajar mengajar kepada para siswa, agar pembelajaran berjalan dengan menarik dan baik.

Salah satu bisnis yang sangat banyak berkembang saat ini adalah lembaga pendidikan bahasa Inggris, sebuah lembaga akan diukur keberhasilannya dari banyak jumlah murid nya dimana berarti lembaga tersebut berkembang dengan baik. Fenomena tersebut mengakibatkan keberadaan lembaga kursus bahasa Inggris akan dinilai melalui program - program mereka yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang diminati oleh masyarakat yang ingin mengikuti program bisa berbahasa Inggris. Semakin tinggi peminat siswa dalam memilih lembaga semakin

ketat pula persaingan yang membuat strategi komunikasi pemasarannya secara matang untuk disusun untuk mencapai tujuan komunikasi pemasaran setiap lembaga tidak heran jika strategi yang dibuat dalam menarik minat siswa bermacam-macam. Lembaga kursus adalah salah satu lembaga yang bergerak pada bidang pendidikan yang dapat dikategorikan pendidikan dapat dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang agar memenuhi kebutuhan siswa dalam menambah pengetahuan.

Sebuah strategi komunikasi pemasaran yang tidak tepat oleh sebuah lembaga tidak akan dapat menjangkau sasaran utama oleh sebab itu sebuah lembaga memiliki strategi komunikasi pemasaran yang sangat beragam dan menarik. Tanpa sebuah strategi komunikasi dalam pemasaran masyarakat tidak akan mengenal keberadaan sebuah lembaga. lembaga tempat kursus bahasa Inggris sudah sangat begitu berkembang sangat pesat saat ini dikarenakan bertambahnya kebutuhan masyarakat yang berminat menguasai berbahasa Inggris.

Salah satunya pada kabupaten Kuantan Singingi dimana sebuah sekolah Madrasah Aliyah Negeri 1 Kuantan Singingi yang membuka sebuah lembaga kursus English camp dikenal dengan nama English Camp BARITO yang menawarkan para siswa dengan metode pembelajaran dan program unggulan dikenal dengan nama program “ *Intensive Learning English Camp* ”, program ini adalah sebuah kegiatan yang memadukan antara kegiatan belajar dikelas dan juga asrama siswa yang akan menggunakan bahasa Inggris dalam lingkungannya.

Proses belajar mengajar yang fokus untuk mempelajari bahasa Inggris saja, para siswa yang berminat bergabung pada lembaga kursus English Camp BARITO akan mengambil paket khusus learning English full selama enam bulan hal tersebut

memiliki tujuan agar para siswa yang mengikuti kursus tersebut dapat menguasai bahasa Inggris dengan fasih dan aktif, lembaga kursus kampung Inggris BARITO tentunya memiliki tutor yang sangat berpengalaman dan dapat dikatakan kekinian membuat proses belajar mengajar terasa sangat asik dan tidak membosankan.

Kampung Inggris berawal didirikan berada di Pare, Kabupaten Kediri yang didirikan oleh Mr. Kalend Osen, pada awalnya beliau hanya mengajar dua orang mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya untuk mengikuti Ujian negara namun setelah keberhasilan kedua mahasiswa tersebut promosi dari mulut ke mulut oleh mahasiswa semakin ramai membuat beliau yang akhirnya membuka tempat kursus yang bernama “ *Basic English Course*”.

Oleh Karena itu dengan adanya kampung Inggris di Pare membuat kepala sekolah MAN 1 Kuantan Singingi awalnya berinisiatif membuat program untuk mengirim siswa Man 1 Kuantan Singingi untuk belajar bahasa Inggris di Pare pada tahun 2011 dan akhirnya memutuskan untuk membuat program itu sendiri di Kuantan Singingi yang diberi nama Kampung Inggris Barito (Baringin Toluak) dimana nama tersebut diambil dari daerah tempat didirikannya Kampung Inggris tersebut dengan program dan metode pembelajaran yang sama dilakukan pada kampung Inggris Pare, Kediri.Kampung Inggris BARITO (Baringin Toluak) adalah tempat kursus yang menggunakan metode dan program dari Kampung Inggris Pare dengan beberapa program dan metode yang dimodifikasi untuk menyesuaikan sesuai kebutuhan dan lingkungan daerah Kuantan Singingi.

Pada awalnyaa Kampung Inggris BARITO hanya bertujuan membantu para siswa MAN 1 Kuantan Singingi saja untuk meningkatkan *skill* dalam berbahasa

Inggris yang berkualitas. Strategi komunikasi pemasaran pada kampung Inggris BARITO tentunya tidak terlepas dari peran tutor dalam melakukan strategi komunikasi pemasarannya, tutor berperan penting dalam lembaga kursus kampung Inggris BARITO. Tutor kampung Inggris BARITO mempersiapkan sebuah strategi komunikasi pemasaran yang membuat menargetkan dimana para siswa berpandangan bahwa Bahasa Inggris itu tidak sesulit yang mereka anggap selama ini kemudian Belajar Bahasa Inggris merupakan suatu hal yang seru dan juga mengasah percaya diri mereka untuk tampil didepan umum.

Kampung Inggris BARITO memiliki sekitar 10 tutor dan diantaranya ada tutor yang awalnya mengajar pada lembaga Kampung Inggris Pare kemudian bermutasi ke lembaga Kampung Inggris BARITO tentunya kredibilitas tutor pada lembaga Kampung Inggris BARITO sudah tidak diragukan lagi. Kampung Inggris BARITO menjadi wadah transformasi pengetahuan untuk menguasai bahasa Inggris dan diharapkan dapat melahirkan generasi-generasi yang unggul.

Kampung Inggris BARITO juga memiliki prinsip pendidikan lembaga kursus yang harga lebih terjangkau oleh masyarakat tetapi memiliki kualitas yang tinggi serta berkarakter dan pastinya religius hal membuat terciptanya pendidikan yang ideal, Kampung Inggris BARITO juga menjadi bukti bahwa agar dapat memperoleh pendidikan yang berkualitas tidak harus dengan biaya yang mahal, selain itu juga adanya Kampung Inggris BARITO masyarakat khususnya pada Pulau Sumatra tak lagi jauh-jauh ke Pare, Kediri untuk merasakan sensasi belajar bahasa Inggris dengan nuansa kampung Inggris dimana lingkungannya yang sangat mendukung para peserta didik untuk menunjang skill berbahasa

Inggris mereka, faktor lingkungan juga menjadi salah satu hal penting bagi para siswa untuk mencapai keberhasilannya dimana lingkungan yang memiliki kualitas aktif dalam berbahasa Inggris yang baik seperti kampung Inggris BARITO akan membuat para siswa akan lebih cepat menguasai bahasa Inggris dengan Aktif. Dalam melakukan promosinya kampung Inggris BARITO melakukan promosi dalam bentuk sebuah kunjungan dari sekolah ke sekolah yang berada di pulau Sumatra dan juga membuat *event* yaitu diberi nama MTLC (Mantelku Language Competition). *event* MTLC merupakan lomba bahasa Inggris yang dilaksanakan mulai dari tingkat SD-SMA dan diharapkan diikuti oleh sekolah-sekolah yang berada di Sumatra.

Namun dalam kegiatan promosi ini terdapat beberapa hambatan seperti pada kegiatan *event* MTLC tersebut Kampung Inggris BARITO memberikan sebuah penampilan pentas seni yang dilakukan oleh siswa lembaga kampung Inggris BARITO dalam penampilan tersebut terdapat penampilan seperti *Role Play* adalah drama cerita singkat, kemudian juga terdapat *English Speech, Choral Speaking* semua penampilan tersebut ditampilkan menggunakan bahasa Inggris yang bertujuan mengenalkan tentang Kampung Inggris BARITO.

Namun hal tersebut memiliki kendala dimana para siswa yang melihat penampilan tersebut kurang mengerti dengan apa yang disampaikan seperti penampilan *choral speaking* yang memiliki tujuan pengenalan Kampung Inggris BARITO lebih detail namun karena penampilan tersebut menggunakan bahasa Inggris siswa tampak kurang antusias menyaksikan penampilan tersebut dan menganggap penampilan tersebut membosankan sehingga pesan yang ingin

disampaikan mengenai Kampung Inggris kurang dapat diterima dengan baik dan tujuan yang disampaikan kurang dapat dipahami siswa, dan juga ketika siswa Kampung Inggris BARITO menampilkan *English Speech* yang bersifat menyapa siswa sekolah tersebut kurangnya respon yang diberikan siswa ketika memberikan pertanyaan atau hal lainnya.

Maka kegiatan promosi menggunakan media kunjungan pada sekolah-sekolah dengan penampilan yang ditampilkan menggunakan bahasa Inggris tersebut dinilai kurang dapat menyampaikan pesan mengenai Kampung Inggris BARITO sehingga tutor melakukan komunikasi yang aktif kepada para siswa dengan bahasa yang dinilai lebih mudah dimengerti siswa dan sederhana agar dapat lebih dimengerti oleh para siswa dan diterima oleh siswa bertujuan komunikasi pemasaran kampung Inggris BARITO dapat tersampaikan walaupun tutor tidak sepenuhnya menggunakan bahasa Inggris dimana bahasa Inggris dinilai bahasa yang sulit dipahami dan juga dipelajari hal tersebut merupakan bagian dari promosi.

Kredibilitas seorang tutor pastinya sangat penting dalam menarik minat siswa untuk bergabung dalam lembaga kursus, dimana tutor sebagai komunikator dalam pelaksanaan program pendidikan luar sekolah memegang peranan penting karena tutor adalah ujung tombak dalam kegiatan belajar mengajar. Untuk menarik perhatian calon siswa baru agar berminat untuk mengikuti program kursus pada Kampung Inggris BARITO tentu perlu adanya strategi komunikasi pemasaran yang tepat agar informasi Mengenai Kampung Inggris BARITO dapat diketahui masyarakat luas. Dalam hal ini Kampung Inggris BARITO perlu untuk diteliti lebih lanjut bagaimana upaya yang dilakukan oleh tutor Kampung Inggris BARITO

dalam menyampaikan program, strategi komunikasi oleh tutor dalam menjalin komunikasi dengan siswa serta faktor yang mendukung dan menjadi penghambat yang terjadi dalam pelaksanaannya. Hal tersebut dapat diketahui melalui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh tutor Kampung Inggris BARITO. Berdasarkan hal tersebut maka pada penelitian ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH TUTOR KAMPUNG INGGRIS BARITO DALAM MENARIK MINAT SISWA (Studi Pada Aktivitas *Event* MTLC Di MAN 1 Teluk Kuantan)** “

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Strategi komunikasi pemasaran oleh tutor kampung Inggris BARITO
2. Faktor yang menjadi penghambat tutor kampung Inggris Barito dalam strategi komunikasi pemasarannya
3. Faktor yang mendukung tutor Kampung Inggris Barito dalam strategi komunikasi pemasarannya.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran oleh tutor Kampung Inggris BARITO dalam menarik minat siswa pada aktivitas event MTLC di MAN 1 Teluk Kuantan untuk ikut bergabung kursus di lembaga Kampung Inggris BARITO.

D. Rumusan masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka rumusan masalahnya adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran oleh tutor kampung Inggris BARITO pada aktivitas event MTLC di MAN 1 Teluk Kuantan untuk menarik minat siswa.

E. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran oleh tutor kampung Inggris BARITO dalam menarik minat siswa belajar kursus Bahasa Inggris pada lembaga kursus Kampung Inggris BARITO.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini dapat dilihat secara praktis dan teoritis. Adapun manfaatnya adalah sebagai berikut :

a. Segi teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai sumbangan pemikiran untuk perkembangan strategi pemasaran Kampung Inggris BARITO, selain itu hasil penelitian ini diharapkan pula dapat menjadi pertimbangan informasi untuk peneliti selanjutnya.

b. Segi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk penyelenggaraan lembaga- lembaga kursus Bahasa Inggris yang ada, agar dapat menarik minat siswa untuk belajar bahasa Inggris.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan dan perilaku seseorang. Manusia adalah makhluk sosial yang selalu berinteraksi dengan individu maupun kelompok lain disekitarnya, Salah satu syarat interaksi adalah dengan adanya komunikasi. Dengan adanya komunikasi maka antara satu individu atau kelompok lainnya akan mengetahui maksud yang ingin disampaikan dan akan mendapatkan reaksi. Oleh karena itu peran komunikasi menjadi sangat penting dalam kehidupan manusia, suatu proses komunikasi tidak akan bias berlangsung tanpa dukungan oleh unsur-unsur , pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*), dan akibat/pengaruh (*effect*). Dapat dikatakan juga bahwa komunikasi adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia dimana komunikasi adalah proses social yang sangat begitu mendasar dan juga sangat vital.

Menurut Rogers bersama D. Lawrence Kincaid dalam Cangara Hafied, (2011) mendefinisikan komunikasi merupakan suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian yang mendalam. Selama ini kendala dalam bahasa merupakan salah satu kendala bagi para pembisnis tidak dapat mengembangkan bisnisnya. Bahasa merupakan alat komunikasi lisan manusia dimana hal tersebut sangat penting karena lisan merupakan alat

komunikasi media pertama saat kita melakukan komunikasi. Bahasa Inggris tentunya sudah tidak asing lagi didengar oleh kita semua dalam berkomunikasi bahkan kebanyakan orang menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa kedua baik dalam acara formal maupun non formal. Di era globalisasi saat ini akan semakin banyak perkembangan yang terjadi, sehingga masyarakat secara tidak langsung dituntut untuk dapat menguasai bahasa Inggris, hal tersebut menjadi sebuah keharusan agar dapat mengikuti perkembangan zaman saat ini dalam bidang sains maupun teknologi sebagai bekal bagi para siswa untuk mempersiapkan diri dalam dunia kerja nantinya. Komunikasi organisasi terjadi didalam suatu organisasi dimana bersifat formal dan informal, juga berlangsung dalam jaringan yang lebih besar.

2. Komunikasi Organisasi

Sama halnya dengan penting komunikasi dalam kehidupan kita sehari-hari didalam dunia organisasi atau sebuah lembaga sebuah komunikasi adalah hal penting dan juga harus diperhatikan dengan baik, sebuah komunikasi menentukan berkembang atau tidak suatu organisasi tersebut. Menurut Wiryanto (dalam Khomsahrial Romli, 2011) komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal ialah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan bersifat orientasi kepentingan organisasi itu sendiri. Didalamnya berisi cara kerja organisasi, produktivitas, dan juga berbagai pekerjaan yang harus dilakukan oleh organisasi tersebut.

A. Konsep Komunikasi organisasi

Goldhaber (1986) mendefinisikan komunikasi organisasi adalah proses untuk menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lainnya bertujuan untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau berubah-ubah. Dari definisi tersebut mengandung tujuh konsep yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian. Dari tujuh konsep tersebut memiliki definisi yaitu:

1. Proses dimana suatu organisasi adalah suatu system terbuka yang dinamis yang merupakan proses menciptakan dan saling menukar pesan diantara anggotanya.
2. Pesan memiliki maksud adalah dengan pesan susunan symbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh intraksi dengan orang.
3. Jaringan organisasi yang terdiri dari sekelompok orang yang setiap orang menduduki posisi atau peran tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini terjadi melewati suatu jalur yang dinamakan jaringan komunikasi.
4. Keadaan saling tergantung adalah keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian-bagian lainnya.
5. Hubungan dikarenakan merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian tersebut terletak pada tangan manusia.

6. Lingkungan yang dimaksud adalah semua totalitas secara fisik dan factor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan yang mengenai individu didalam suatu sistem tersebut. Lingkungan tersebut dapat dibedakan atas lingkungan internal dan juga eksternal.
7. Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Contohnya suatu organisasi memerlukan informasi mengenai cara yang berpengaruh menarik minat masyarakat terhadap jasanya.

Terdapat 3 (tiga) tujuan utama dari komunikasi organisasi, yaitu :

1. Sebagai Tindakan Organisasi

Komunikasi dalam organisasi memiliki tujuan untuk mengkoordinasikan sebagian ataupun seluruh tugas dan fungsi organisasi yang dibagi-bagi dalam bagian yang melakukan visi dan misi organisasi dibawah pimpinan atau manajer juga bawahan mereka. Tanpa sebuah komunikasi maka organisasi hanyalah merupakan kumpulan orang – orang yang terbagi dalam tugas dan fungsinya masing-masing. Organisasi tanpa adanya komunikasi dan koordinasi sama seperti organisasi yang hanya menampilkan aspek kerjasama.

2. Membagi Informasi (*Information Sharing*)

Salah satu dari tujuan komunikasi yang penting adalah menghubungkan seluruh aparatur organisasi dengan tujuan organisasi, sebuah pertukaran informasi berfungsi untuk membagi kemudian menjelaskan informasi tentang tujuan dari organisasi tersebut, arah sebuah

tugas, bagaimana usaha dalam mencapai hasil dari pengambilan sebuah keputusan.

3. Menampilkan Perasaan dan Emosi

Didalam sebuah organisasi terdapat sekumpulan manusia yang bekerja sendiri juga bekerjasama dengan orang lain. Mereka tentunya mempunyai kebutuhan dan keinginan, juga perasaan serta emosi yang harus di ungkapkan kepada orang lain.

B. Fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi dari organisasi Muhammad Arni berpendapat bahwa mengenai fungsi organisasi terdapat beberapa fungsi organisasi seperti memenuhi kebutuhan pokok organisasi yang harus dipenuhi oleh sebuah organisasi tersebut, juga mengembangkan tugas serta tanggung jawab, fungsi selanjutnya memproduksi barang dan orang (jasa orang ahli dalam bidang tertentu) dan yang terakhir adalah organisasi sebagai pihak yang dipengaruhi serta mempengaruhi.

Dari fungsi-fungsi organisasi diatas yang telah dikemukakan oleh Arni (2011), maka dapat dijabarkan yaitu :

1. Dalam fungsi sebagai memenuhi kebutuhan pokok organisasi, dimana kebutuhan yang dimaksud adalah setiap hal yang dibutuhkan oleh organisasi tersebut untuk kelangsungan organisasi itu sendiri. Selain itu juga modal menjadi kebutuhan pokok karena dengan memiliki modal fasilitas dan tunjangan untuk anggota dapat terpenuhi, seperti contohnya memerlukan fasilitas berupa

peralatan yang lebih canggih dan tenaga kerja yang rajin serta terampil maka hal pokok tersebut menjadi kewajiban bagi sebuah organisasi untuk memenuhinya.

2. Fungsi selanjutnya yaitu mengembangkan tugas serta tanggung jawab. Tidak hanya anggota yang memiliki tugas dan tanggung jawab namun juga organisasi memiliki tugas serta tanggung jawab terhadap anggotanya. Sebuah organisasi biasanya memiliki standar masing-masing yang sudah ditetapkan atau mengikuti standar yang berlaku didalam masyarakat. Hal ini akan memberikan tanggung jawab pada setiap organisasi mengenai anggotanya baik yang berhubungan dengan produksi organisasi ataupun tidak. Contohnya adalah jaminan keselamatan kerja yang diberikan oleh organisasi kepada setiap anggotanya.
3. Memproduksi barang dan juga orang (jasa) menjadi salah satu fungsi dari sebuah organisasi, dimana setiap organisasi pasti memiliki produk yang akan dihasilkan tentunya akan memiliki hasil yang berbeda-beda. Apabila sebuah organisasi tersebut berjalan pada bidang produksi makanan maka akan menghasilkan berbagai jenis produk olahan makan dan pasti terdapat ciri khas tersendiri. Pastinya setiap pimpinan organisasi akan memikirkan bagaimana cara agar meningkatkan produksi organisasinya agar lebih baik dan juga sempurna. Agar lancarnya efektifitas penyampaian informasi juga menjadi hal yang penting, sebab dimana informasi yang disampaikan harus berjalan dengan baik pada bagian yang memerlukan. Maka dari itu keterampilan dalam

berkomunikasi juga menjadi hal yang harus dimiliki untuk setiap anggota organisasi.

4. Fungsi yang terakhir adalah mempengaruhi dan juga dipengaruhi oleh orang. Maksudnya adalah orang yang menjadi anggota dan orang yang sebagai pengguna atau pemakai jasa organisasi tersebut itulah yang dipengaruhi oleh organisasi. Contohnya orang bekerja dengan menjual kebutuhan pokok sehari-hari, maka hal itu akan berpengaruh pada psikologi seseorang dimana akan lebih selektif dalam membelanjakan uangnya untuk kebutuhan pribadinya. Berbalik dengan semua hal tersebut sebuah organisasi juga dipengaruhi oleh orang luar. Kesuksesan suatu organisasi bergantung pada kemampuan serta kualitas para anggotanya agar organisasi tersebut dapat berkembang dan tumbuh menjadi lebih besar.

3. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah pertukaran informasi dua arah antara pihak atau lembaga yang ikut terlibat dalam pemasaran. Semua pihak yang terlibat dalam proses sebuah komunikasi pemasaran melakukan cara yang sama, yaitu mendengarkan, bereaksi, dan berbicara hingga terciptanya hubungan pertukaran yang memuaskan. Pertukaran informasi dan penjelasan yang bersifat membujuk, dan negosiasi merupakan seluruh bagian dari proses tersebut. (Magdalena Asmajasari, 1997:1). Komunikasi pemasaran memiliki tiga tujuan utama dimana meliputi menyebarkan informasi(komunikasi informatif), juga mempengaruhi agar menarik konsumen untuk melakukan pembelian(komunikasi persuasif), dan yang

terakhir mengingatkan pada khalayak agar melakukan pembelian ulang (komunikasi mengingatkan kembali).

Salah satu bagian dari proses komunikasi pemasaran adalah promosi. Promosi dapat membantu semua pihak yang terlibat dalam pemasaran untuk memperbaiki hubungan pertukaran dengan yang lainnya. Bagian lainnya dari proses komunikasi adalah umpan balik. Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan sebuah keputusan dibidang pemasaran juga mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak agar berbuat lebih baik.

Komunikasi dalam marketing dapat dibagi atas 3 bagian yang penting (Oka A. Yoeti, 1990:141), sebagai berikut :

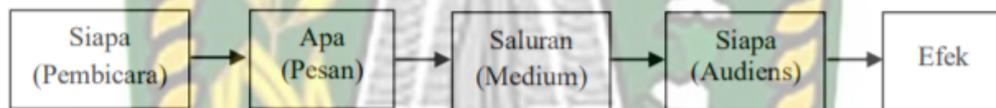
1. Harus ada komunikator yang bertindak sebagai sender
2. Harus ada receiver yang akan menerima berita dari komunikator.
3. Harus ada alat untuk menyampaikan pesan (*messages*) berupa saluran (*chanel*) yang bertindak sebagai media saluran berita.

Komunikasi pemasaran memiliki peranan yang sangat penting bagi pemasar. Tanpa adanya komunikasi, konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan sebuah produk. Komunikasi pemasaran juga melaksanakan banyak fungsi untuk konsumennya. Komunikasi pemasaran dapat memberitahu atau memperlihatkan kepada konsumennya tentang bagaimana dan mengapa produknya tersebut digunakan, kemudian juga oleh orang macam apa, serta dimana dan kapan. Sebuah komunikasi pemasaran akan memungkinkan perusahaan menghubungkan merek mereka dengan orang, tempat,

acara, merek, perasaan dan juga pengalaman serta hal lainnya. Mereka dapat berkontribusi pada ekuitas merek, dengan menanamkan merek dalam ingatan dan menciptakan citra mereka, serta mendorong penjualan, dan bahkan mempengaruhi nilai saham. (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009:172).

A. Teori Komunikasi Pemasaran

Teori yang dianggap relevan untuk di pertautkan dalam pelaksanaan strategi pemasaran dan komunikasi yaitu teori komunikasi model Harold D. Laswell dimana menjelaskan komponen-komponen dalam proses melakukan komunikasi sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Teori Komunikasi Model Harold D. Laswell

1. *Who* : Komunikator atau orang yang menyampaikan pesan
2. *Says what* : pesan atau pernyataan yang di dukung oleh lambing
3. *In which channel* : media atau saluran/sarana yang mendukung pesan
4. *To whom* : komunikan atau orang yang menerima pesan.
5. *With What Effect* : dampak atau efek sebagai pengaruh pesan

Hal yang sangat menarik dari komunikasi pemasaran adalah dapat menjangkau informasi terhadap konsumen dimanapun mereka berada, dengan kemajuan teknologi sehingga biaya komunikasi pemasaran sangat murah contohnya

penyebaran informasi melalui media sosial namun memiliki pengaruh yang sangat besar. Sesuai dengan perannya komunikasi pemasaran dapat mengembangkan informasi sebuah produk dan memperluas segmen pasarnya sehingga sesuai dengan target pasar yang diinginkan.

Komunikasi pemasaran memiliki konteks lain bahwa sebagai kemampuan manusia untuk menyatukan sebuah pemikiran antara komunikator dengan komunikan atau orang yang menjadi tujuan dalam menerima pesan. Hasil dari segala komunikasi akan adanya sikap menerima komunikan dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator dan menjadi pertukaran. Maksud dari pertukaran adalah, diharapkan komunikan dapat menerima pesan, dapat terpengaruhi, bahkan dapat mengikuti apa yang dikatakan oleh komunikator yaitu membeli atau juga mendapatkan barang dalam keperluan yang memuaskan keingintahuan dan rasa penasaran komunikan (Prisgunanto, 2006:10).

Komunikasi pemasaran merupakan istilah yang digunakan untuk menerangkan informasi mengenai produk dari pemasar untuk disampaikan kepada konsumennya dan diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumennya, Komunikasi butuh dipahami agar informasi yang disampaikan bisa mencapai tujuan yang diinginkan, dengan bentuk komunikasi baik yang bersifat motivasi ataupun instruksional dengan tujuan agar penerima pesan melakukan sesuai yang di inginkan pemasar.

4. Strategi

Strategi merupakan cara-cara untuk menentukan dalam mencapai sebuah tujuan. Strategi memiliki bahasan yang sangat luas yang mana harus ditempatkan

pada kegunaannya masing-masing dikarenakan setiap bidang baik dalam hal kelompok maupun individu dibutuhkan upaya dalam perancangan dan pelaksanaan strategi yang harus berbeda-beda bergantung pada bidang yang ditekuni. Sama halnya dengan bidang pemasaran atau bisnis, dalam kutipan Philip Kotler (2003) menyatakan bahwa jika suatu bisnis tidak lagi mempunyai keunggulan yang khas dibandingkan dengan rival-rivalnya maka bisnis itu tidak memiliki alasan untuk tetap berdiri. Maka dari itu setiap organisasi harus menetapkan sebuah strategi berdasarkan kondisi serta situasi tertentu. Berikut adalah beberapa situasi beserta kondisi tersebut:

1. Modal
2. Sumber daya terbatas
3. Lingkungan
4. Keamanan

Selanjutnya untuk menjaminkannya sebuah strategi berjalan sukses dengan meyakinkan tidak hanya dipercaya oleh orang lain tentu juga memang dapat dilakukan, Hatten dan Hatten (1996: 108-109) memberikan beberapa petunjuknya adalah sebagai berikut :

1. Strategi harus konsisten dengan lingkungan, strategi dibuat mengikuti arus perkembangan masyarakat, dalam lingkungan yang memberi peluang untuk bergerak maju.
2. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi, tergantung pada ruang lingkup kegiatannya. Apabila ada banyak strategi yang dibuat maka strategi yang satu haruslah konsisten dengan strategi yang lain.

Jangan bertentangan atau bertolak belakan, semua strategi senantiasa diserasikan satu dengan yang lainnya.

3. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumberdaya dan tidak menceraikan beraikan satu dengan yang lain. Persaingan tidak sehat antara berbagai unit kerja dalam suatu organisasi seringkali mengkalim sumber dayanya, membiarkannyaterpisah dari unit kerja lainnya sehingga kekuatan-kekuaatan yang tidak menyatu itu justru merugikan posisi organisasi
4. Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik-titik yang justru adalah kelemahannya. Selain itu hendaknya juga memannfaatkan kelemahan pesaing dan membuat langkah – langkah yang tepat untuk menempati posisi kompetitif yang lebih kuat.
5. Sumber daya adalah sesuatu yang kritis, mengingat strategi adalah sesuatu yang mungkin, hendaknya di buat sesuatu yang memang layak dilaksanakan.
6. Strategi hendaknya perlu memperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar. Memang setiap strategi mengandung resiko.
7. Strategi hendaknya disusn diatas landasan keberhasilan yang telah dicapai.
8. Tanda-tanda suksesnya dari suksesnya strategi ditampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait para eksekutif dari semua pimpinan unit dalam organisasi.

Semua perusahaan atau organisasi khususnya jasa, bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik bagi setiap pelanggannya. Oleh sebab itu, setiap strategi perusahaan maupun organisasi harus diarahkan untuk para pelanggan. Hal itu seperti yang dijelaskan oleh Hamel dan Prahalad (1995:31) “bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh para pelanggan dimasa depan”.

Oleh karena itu strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Contohnya strategi tersebut mungkin mengarahkan organisasi itu ke arah pengurangan biaya, perbaikan kuliatas dan juga memperluas pasar. Sementara itu menurut Argyris, Mintzberg, Steiner, dan miner seperti yang dikutip dalam Rangkuti (1998:4) menyatakan bahwa strategi merupakan respon secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.

Dari beberapa pendapat diatas disimpulkan bahwa penyusunan strategi harus memperhatikan mana tujuan dan sasaran yang ingin dicapai di waktu yang akan datang. Selain itu juga suatu organisasi harus senantiasa berintraksi dengan lingkungan dimana strategi tersebut akan dilaksanakan sehinga strategi tersebut tidak bertentangan melainkan searah dan juga sesuai dengan kondisi lingkungan dan melihat kemampuan internal dan eksternal yang meliputi kekuatan serta kelemahan organisasinya. Oleh sebab itu strategi adalah perluasan misi guna menjembatani organisasi dengan lingkungannya.

Strategi digunakan dalam melakukan komunikasi kepada *public* agar mendapatkan dukungan serta perhatian yang lebih besar dari publiknya, memiliki berbagai macam strategi komunikasi pemasaran yang digunakan dalam upaya mengembangkan dan mendukung pemasaran dari sebuah perusahaan . Strategi dan pemasaran memiliki hubungan penting didalam dunia bisnis dikarenakan hakikatnya hubungan ini adalah langkah-langkah kreatif yang berkelanjutan yang diupayakan oleh sebuah perusahaan hal ini berguna untuk mencapai target pemasaran yang baik dalam kegiatan mewujudkan kepuasan konsumen.

5. Strategi Komunikasi Pemasaran

Pemasaran membutuhkan strategi dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Dalam persaingan bisnis perusahaan akan dituntut untuk mampu menawarkan nilai serta kepuasan dari para konsumen yang lebih dari pesaing bisnis lainnya. Oleh karena itu perusahaan tidak hanya sekedar memahami kebutuhan dari sasaran pasarnya tetapi juga dapat mengaplikasikan strategi yang akan digunakan untuk mempromosikan produk perusahaan tersebut.

Agar mencapai sasaran komunikasi yang baik maka komunikator harus memilih beberapa media yang bergantung pada tujuan yang ingin dicapai, dan juga bergantung pada Teknik apa yang akan digunakan, karena segala media komunikasi pasti memiliki kelebihan serta kekurangannya masing-masing. Strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan (Arifin, 1994, p.10).

A. Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran

Sebuah strategi komunikasi pemasaran menggunakan unsur-unsur komunikasi yang memiliki bauran pada pemasaran, dalam prosesnya juga para pemasar akan menggunakan berbagai macam bentuk promosi secara terintegrasi dan stimulan didalam sebuah rencana promosi dari suatu produk. Bauran pemasaran itu sendiri dilaksanakan oleh suatu perusahaan memiliki konsep yang disebut bauran promosi (*promotional mix*) hal tersebut dilakukan untuk mengetahui dan menghasilkan pelayanan (*penyajian*) sebuah produk yang memuaskan pada suatu segmen pasar yang sudah ditargetkan untuk menarik minat konsumen melakukan pembelian. Kotler dan Armstrong dalam (Hedynata & Radianto, 2016) memberi definisi bauran promosi (*promotional mix*) sebagai perpaduan alat promosi biasanya yang digunakan, Berikut adalah bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*) yang terdiri dari 8 model komunikasi, yaitu:

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah semua bentuk komunikasi nonpersonal yang berbayar pada suatu organisasi, layanan, produk atau ide oleh sponsor yang sudah diidentifikasi.

2. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung berupa upaya sebuah organisasi berkomunikasi dengan cara secara langsung dengan pelanggan yang menjadi sasaran agar menghasilkan transaksi atau respon.

3. Pemasaran Digital (*Digital/Internet Marketing*)

Pemasaran digital yang melalui media intraktif akan memungkinkan terjadi komunikasi dua arah yang penggunanya akan dapat berpartisipasi serta mengubah bentuk maupun pesan informasi yang mereka dapatkan secara real time.

4. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan berupa serangkaian kegiatan pemasaran yang memberikan sebuah nilai ekstra atau insentif pada tenaga penjualan maupun konsumen akhir sehingga dapat merangsang suatu penjualan langsung.

5. Publisitas/Hubungan Masyarakat (*Publicity/Public Relations*)

Publisitas adalah kegiatan yang dijalankan dimana memiliki hubungan dengan masyarakat melalui komunikasi nonpersonal yang membentuk kembali organisasi, produk dan layanan atau gagasan tidak langsung dibayar atau dijalankan dibawak sponsor yang teridentifikasi sedangkan adanya hubungan masyarakat tersebut bertujuan agar membangun komunikasi strategi untuk menjaga hubungan yang baik antara organisasi dan juga publiknya.

6. Penjualan Sendiri (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi adalah bentuk komunikasi langsung penjual dengan memoresentasikan sebuah produk, membantu dan juga menjawab

pertanyaan serta membujuk calon pembeli agar membeli produk atau layanan perusahaan bertujuan untuk bertindak berdasarkan gagasan.

7. Penjualan Dari Mulut Ke Mulut (*Word Of Mouth*)

Sutisna (2003:185) beliau menjelaskan bahwa komunikasi pemasaran dengan teknik atau melalui mulut ke mulut dapat memberikan pengaruh bagi konsumen dalam memilih produk atau jasa.

8. Acara Dan Pengalaman (*Event And Experience*)

Kotler dan Keller (2009:174) menyatakan bahwa *event* dan pengalaman merupakan suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran dimana program yang dilaksanakan disponsori oleh pelaku guna menciptakan intraksi.

Strategi komunikasi pemasaran dibutuhkan sebagai menerangkan arus informasi mengenai produk dari pemasar sehingga sampai kepada konsumen. Pemasar dapat melakukan berbagai macam strategi komunikasi dalam pemasarannya untuk menyampaikan informasi yang mereka harap dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen, sebaliknya juga konsumen menggunakannya dalam proses pembelian untuk mengetahui informasi mengenai produk yang dipasarkan baik manfaat ataupun kegunaan dari produk tersebut.

B. Definisi Operasional

1. Strategi komunikasi Pemasaran

Starategi komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang menyebarkan informasi kepada khalayak bertujuan untuk tercapainya keberhasilan dari sebuah perusahaan.

2. Tutor

Dalam kegiatan belajar mengajar tutor adalah seorang guru dimana orang yang mengajarkan suatu pengetahuan baik keterampilan serta sikap kepada peserta didiknya, dimana tutor merupakan suatu komponen yang penting dalam proses belajar mengajar. Tutor memiliki kedudukan sebagai tenaga professional yang sesuai dengan tuntutan masyarakat.

3. Kampung Inggris BARITO

Sebuah lembaga kursus belajar Bahasa Inggris yang terletak pada Provinsi Riau, Kabupaten Kuantan Singingi pada desa Baringin Toluak memiliki tujuan sebagai wadah transformasi untuk melahirkan generasi yang unggul dan dapat menguasai Bahasa Inggris dengan baik dan terampil. Dan memiliki tenaga pengajar yang terampil dan berpengalaman.

4. Peserta didik

Peserta didik merupakan salah satu komponen dari Pendidikan yang mana tanpa adanya peserta didik proses belajar mengajar tidak akan dapat berjalan. Dalam proses belajar peserta didik berperan sebagai pihak yang memiliki tujuan yang ingin dicapainya secara optimal, peserta didik

memiliki karakter yang diperoleh dari lingkungannya, Penelitian Terdahulu Yang Relevan

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

Uraian	Peneliti		
	Lia Ainun Maftukhah	Sakti Syahputra	Nourma Rizqi Umamah
Tahun	2016	2018	2019
Judul	Strategi Integrated Marketing Communication Bimbingan Belajar Youth Educational Centre dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik.	Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa (Studi Kasus pada Bimbingan Belajar Bintang Solusi Mandiri Cabang Pinang, Jakarta)	Komunikasi Pemasaran Komunitas. Belajar Kampoeng Sinaoe Sidoarjo
Metode	Pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif	Pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif	Pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif
Hasil Penelitian	Strategi <i>integrated marketing communication</i> pada bimbingan belajar <i>Youth Educational Centre</i> untuk meningkatkan jumlah peserta didiknya dengan komunikasi pemasaran yang mengkombinasikan bauran promosi melalui media <i>online</i> dan juga media <i>offline</i> hal ini merupakan penerapan sistem komunikasi pemasaran <i>soft selling</i> dimana dengan lebih banyak membagikan informasi bertujuan memotivasi peserta didik.	Dari hasil penelitian dapat disimpulkan, strategi pemasaran lembaga dan bimbingan belajar bintang adalah <i>Direct Selling</i> ke pemukiman warga dengan memperkenalkan bimbingan belajar solusi berupa <i>brostur</i> dan juga presentasi bimbingan belajar pada tiap kelas-kelas disekolah melalui brosur.	Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa strategi yang dilakukan oleh Kampoeng Sinaeo untuk memasarkan jasanya menggunakan <i>banner</i> dan <i>brostur</i> dalam beriklan dan melakukan <i>direct marketing</i> untuk membagikan informasi di akun media sosial miliknya.
Perbedaan dengan Penelitian Penulis	Pada penelitian ini berfokus pada hal meningkatkan jumlah peserta didik bimbingan belajar YEC	Penelitian yang dilakukan Sakti Syahputra berfokus pada bagaimana starategi komunikasi pemasaran yang efektif yang harus dilakukan oleh bimbel bintang solusi mandiri cabang cipinang	Perbedaan pada penelitian ini adalah pemilihan lembaga belajar, peneliti memilih lembaga bimbingan belajar Kampoeng Inggris BARITO sedangkan kajian terdahulu pada lembaga Kampoeng Sinaoe.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sehingga akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis ataupun lisan dari perilaku serta orang-orang yang diamati, data yang dianalisis didalamnya terdapat berbentuk deskriptif bukan berupa angka-angka. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan segala informasi mengenai keadaan dan gejala yang terjadi pada saat penelitian dilakukan, oleh sebab itu penelitian kualitatif dapat mengungkapkan fenomena-fenomena pada suatu subjek yang akan diteliti lebih dalam.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah individu yang paham serta dapat membagikan informasi mengenai objek penelitian. Dalam penelitian subjek bersumber pada informan yang memiliki keterkaitan dan juga berperan dalam strategi pemasaran dan juga pengimplementasiannya pada Kampung Inggris BARITO.

Subjek pada penelitian ini adalah Ketua Program Kampung Inggris BARITO Seprion, pada bagian pemasaran oleh tutor Kampung Inggris BARITO yang bernama Dahlia, Erdian dan serta seluruh tutor Kampung Inggris BARITO. Subjek diatas ditentukan dengan alasan karena pendiri dan tutor mengetahui sekali perkembangan lembaga bimbingan belajar Kampung Inggris Barito.

2. Objek Penelitian

Peneliti telah menetapkan yang menjadi objek pada penelitian ini adalah mengkaji strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh tutor Kampung Inggris BARITO dalam menarik minat siswa.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian dilakukan di Kampung Inggris BARITO yang berada di Desa Baringin Toluak, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau. Pemilihan lokasi penelitian dikarenakan oleh lembaga bimbingan mempunyai perkembangan serta peningkatan minat siswa yang cukup baik dan terus bertambah.

2. Waktu

Waktu dari penelitian ini adalah :



Tabel 3. 1
Jadwal Waktu Penelitian

Jenis Kegiatan	BULAN DAN MINGGU KE																							
	FEBRUARI				MARET				APRIL				MAY				JUNI				JULI			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Persiapan dan penyusunan UP																								
Seminar UP																								
Revisi																								
Penelitian Lapangan																								
Pengelolaan dan analisis data																								
Konsultasi Bimbingan Skripsi																								
Ujian Skripsi																								
Revisi dan Pengesahan Skripsi dan Pengadaan Serta Penyerahan																								
Skripsi																								

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis sumber data yaitu data primer dan juga data sekunder. Dibawah ini adalah penjelasannya :

1. Data Primer

Data primer merupakan data utama dari sebuah penelitian yang didapatkan peneliti secara langsung dari sumber utama dan tidak melalui perantara. Jenis data penelitian adalah suatu informasi yang diperoleh dari subjek (*informan*), data ini didapatkan dari informan yang terpercaya dalam segala kegiatan komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Kamampung Inggris BARITO.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung dan digunakan untuk mendukung data primer, seperti data pada dokumen, internet, buku-buku serta penelitian terdahulu yang juga berkaitan dengan penelitian penulis. Data ini berguna sebagai menambah informasi dan juga pengalaman agar data primer lebih terasa lengkap serta berbobot.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data merupakan strategi untuk memperoleh data yang sesuai dibutuhkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data memiliki tujuan agar mendapatkan keterangan, bahan serta fakta dan kebenaran informasi yang didapatkan.

Data adalah bahan mentah yang didapatkan oleh peneliti dari lokasi penelitian yang kemudian dianalisis. Agar mendapatkan data yang valid dan terpercaya maka didalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan yaitu adalah :

1. Observasi

Observasi adalah sebuah kegiatan ilmiah empiris yang mendasari dakta fakta lapangan ataupun teks, melalui pengalaman panca indra tanpa penggunaan serta manipulasi apapun bertujuan mengetahui konsisi yang terjadi dan kebenaran dari penelitian.

Pada tahap ini seorang peneliti akan menggunakan jenis pengamatan terlibat, dimana pengamatan terlibat adalah pengamatan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung dalam kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh tutor Kampung Inggris BARITO. Selain bertujuan untuk keakuratan data hal ini juga dapat membangun keakraban yang dapat menjadi pengalaman bagi peneliti.

2. Wawancara

Wawancara mendalam adalah upaya percakapan yang dilakukan oleh peneliti dan informan memiliki tujuan membahas masalah yang sedang diteliti, wawancara akan memungkinkan peneliti dapat menggali data sebanyak mungkin mengenai informasi yang bersangkutan dalam penelitian. Wawancara berguna untuk mendapatkan informasi maupun data-data yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran oleh tutor Kampung Inggris BARITO dalam menarik minat calon siswa nya dimana banyaknya lembaga bimbingan belajar Bahasa Inggris lainnya.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data berupa dokumen bertujuan sebagai data penunjang dalam penelitian, data berupa sejumlah fakta dimana berbentuk dokumen, gambar peristiwa dan juga dokumen tertulis yang terjadi dalam peristiwa yang dibutuhkan oleh peneliti.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan data

Metode analisis data yang digunakan haruslah sesuai dengan karakteristik dari sebuah penelitian kualitatif, uji keabsahan data berguna untuk memastikan data yang diperoleh tersebut benar. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dan informasi yang diperoleh melalui waktu dan juga alat yang berbeda pada metode kualitatif.

Norman K. Denkin (2009) mengatakan bahwa triangulasi terdapat empat hal yaitu triangulasi metode, triangulasi antar peneliti, triangulasi sumber data dan triangulasi teori. Pada penelitian ini peneliti hanya menggunakan triangulasi metode dan juga triangulasi sumber. Penjelasan dari kedua triangulasi tersebut adalah :

1. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah melakukan dengan cara membandingkan data dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian ini peneliti melakukan metode wawancara untuk memperoleh kebenaran informasi dan juga peneliti bisa menggunakan informan yang berbeda jika data yang diperoleh masih diragukan kebenarannya.

2. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran suatu informasi mengenai strategi komunikasi pemasaran oleh tutor Kampung Inggris BARITO dalam menarik minat siswa dengan berbagai metode dan juga sumber perolehan suatu data, selain melakukan wawancara peneliti juga dapat menggunakan observasi terlibat berupa dokumen sejarah dan juga gambar.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah bagian yang penting dalam karya ilmiah, dimana analisis data digunakan sebagai mengupas serta memecahkan masalah dalam penelitian. Analisis data kualitatif dilaksanakan bersamaan juga dengan proses pengumpulan data, teknik analisis menggunakan model alur sebagai berikut

1. Reduksi Data

Pada tahap ini adalah proses pemilihan, perhatian, pemusatan, pengabstraksian, dan juga pentransformasikan data kasar yang didapatkan di lapangan. Secara sederhananya reduksi data adalah tahap untuk meringkas data, peneliti akan menggali data yang valid lalu kemudian dicocokkan dengan informasi yang berkaitan lainnya dengan hal penelitian tersebut. Hal ini tentu membantu mempermudah peneliti karena memberikan deskripsi lebih detail dari hasil pengamatan.

2. Penyajian Data

Kemudian setelah segala data terkumpul peneliti akan mengelompokkan hal-hal serupa menjadi beberapa kategori. Bentuk penyajian dari data pada tahap ini

adalah teks naratif, sehingga sajian data merupakan kumpulan-kumpulan informasi yang disusun secara sistematis, hal tersebut bertujuan agar peneliti lebih mudah dalam melakukan pengambilan suatu kesimpulan.

3. Menarik Kesimpulan

Setelah dilakukan proses reduksi dan juga penyajian data maka selanjutnya dilakukan tahap penarikan kesimpulan kemudian diikuti dengan verifikasi data. Maka pada tahap ini peneliti akan membandingkan sekumpulan data yang sudah diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan juga dokumentasi, tentunya pada teknik analisis data yang diperoleh lapangan penelitian yang bersifat mentah dan juga belum jelas kebenarannya akan mendapatkan kejelasan yang dapat menjawab dari rumusan masalah.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Kampung Inggris BARITO

Berawal dari Desa kecil Beringin Taluk, yang berada pada Provinsi Riau. MAN 1 Teluk Kuantan adalah sebuah sekolah yang populer dengan bahasa Inggris dikalangan masyarakat daerah Kuantan Singingi dimana terdapat hari khusus yang disebut hari bahasa setiap hari sabtunya bagi siswa MAN 1 Kuansing yaitu para seluruh siswa berkomunikasi dengan Bahasa Inggris. Pada saat itu MAN 1 Kuantan Singingi kepala sekolahnya Bernama Drs. Zulkifli. M.Pd.

Pada awalnya MAN 1 Kuantan Singingi melakukan program belajar bahasa Inggris selama 6 bulan di Pare, Kediri. Program tersebut disebut “Program Kelas Jauh” oleh Man 1 Kuantan Singingi dimana program tersebut mengirim siswa kelas 1 ke Pare, Kediri selama 6 bulan untuk belajar bahasa Inggris tersebut program tersebut sangat tinggi peminatnya sehingga banyak anak Man 1 kuansing mengikuti program dari sekolah tersebut berlangsung dari tahun 2011 sampai tahun 2014.

Namun tentunya hal tersebut tidak dapat diikuti oleh semua siswa kelas 1 Man Kuansing tersebut mengingat biaya yang dikeluarkan cukup besar bagi para orang tua sekitar 20%an siswa tidak dapat mengikuti program yang diadakan sekolah tersebut yang pada Akhirnya mendapatkan banyak permintaan dari orang tua siswa untuk mengadakan program

tersebut dengan biaya yang lebih murah sehingga dapat diikuti oleh para siswa yang kurang biaya namun memiliki niat yang kuat dari siswa untuk belajar bahasa Inggris yang akhirnya kepala sekolah MAN 1 Kuantan Singingi mendiskusikan hal tersebut dengan wakil kepala sekolah serta pengembangan bahasa dan beberapa jajaran MUI yang berada pada Kab.Kuantan Singingi.

Setelah banyaknya pertimbangan yang didiskusikan serta dukungan yang kuat dari banyak pihak pada akhirnya memutuskan untuk membangun kampung Inggris pada desa Baringin Toluak dengan diberi nama Kampung Inggris BARITO program camp bahasa Inggris yang memiliki program pembelajaran yang sama seperti Kampung Inggris Pare,Kediri namun lebih disesuaikan dengan kebutuhan para siswa dan tentunya dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan siswa yang mengikuti program kelas jauh sebelumnya.

Dipilihnya lokasi Beringin Taluk sebagai lokasi Kampung Inggris karena dinilai lokasi yang staregis untuk belajar bagi para siswa dimana masyarakatnya tidak begitu padat seperti desa lainnya dan juga lingkungan yang masyarakatnya juga mendukung akan program ini terbukti dengan beberapa penjualan juga menggunakan bahasa Inggris walaupun tidak fasih serta nama” tempat makan dan warung pada beringin taluk menggunakan nama dengan action English.

Ide munculnya untuk membangun Kampung Inggris BARITO pertama kali muncul pada tahun 2011 pada awalnya 8 orang guru MAN 1

Kuansing mengikuti kursus pada kampung Inggris Pare, Kediri dimana hal tersebut bertujuan untuk mengenal bagaimana sistem dan program pembelajaran pada Kampung Inggris Pare, Kediri selama 6 bulan. Pada Desember 2014 berawal dengan 30 siswa kampung Inggris BARITO dari beberapa sekolah di Kuantan Singingi. Mereka adalah generasi pertama Kampung Inggris BARITO.

Pada generasi pertama tersebut Kampung Inggris mendapatkan pencapaian memenangkan lomba English speech pada tingkat Provinsi Riau. Pencapaian tersebut merupakan langkah awal untuk menuju Kampung Inggris BARITO yang menghasilkan siswa memiliki potensi dalam berbahasa Inggris.

2. Profil Kampung Inggris BARITO

Kampung Inggris BARITO adalah sebuah lembaga kursus yang berada pada Kabupaten Kuantan Singingi khususnya desa Baringin Toluak dimana Kampung Inggris BARITO. Kampung Inggris BARITO sendiri terinspirasi dari Kampung Inggris Pare Kediri sehingga pada logo Kampung Inggris BARITO sendiri diberi nama PARE AEC nama tersebut diambil mengingat sejarah dimana pada awalnya para siswa MAN 1 Kuantan Singingi mengikuti program kelas jauh belajar bahasa Inggris langsung ke Kampung Inggris Pare, Kediri.

Akhirnya memutuskan membuka cabang Kampung Inggris di Baringin Toluak pada tahun 2014 yang hingga kini tercatat sekitar sudah kurang lebih sekitar 3000 siswa yang telah belajar dengan Kampung Inggris

BARITO. Hubungan antara staff serta tutor yang berada pada kampung Inggris BARITO sangat baik sehingga menimbulkan rasa kekeluargaan yang sangat kuat tidak hanya antara para staff dan juga tutor tetapi juga dengan para siswanya tidak hanya sekedar tempat belajar berbahasa Inggris tetapi juga memiliki *human relation* yang baik.

Dimana tarif yang di tawarkan relative murah dibandingkan harus belajar bahasa Inggris ke Kampung Inggris Pare,Kediri.Tarif yang ditawarkan perbulannya adalah 600.000 biaya tersebut dapat dikatakan relative murah karena siswa tidak hanya dapat belajar bahasa Inggris tetapi juga sudah termasuk biaya *camp* dan makan 3x seharinya dan serta fasilitas lainnya. Karena saat ini sangat dibutuhkan Pendidikan dengan harga terjangkau tetapi kualitas yang sangat baik.

3. VISI Dan MISI Kampung Inggris BARITO

A. VISI

Pusat Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Penguasaan Bahasan Nasional dan Internasional Dengan Landasan Iman dan Taqwa Tahun 2025

B. MISI

- Menciptakan Budaya Mutu
- Menciptakan Lingkungan Pembelajaran yang Membangkitkan Kreatifitas Siswa

- Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur dan Kepedulian Lingkungan dan Berwawasan Global

4. Logo Kampung Inggris BARITO

Berikut ini adalah logo dari Kampung Inggris BARITO :



Gambar 4. 1 Logo Kampung Inggris BARITO

Sumber : Data Dokumentasi, 2017

5. Fasilitas Pembelajaran di Kampung Inggris BARITO

Dalam memberikan pembelajaran kepada para siswa, Kampung Inggris BARITO memiliki sistem dan metode pembelajaran yang disebut dengan “ Intensive English Program “. Kampung Inggris BARITO juga memberikan fasilitas terbaik untuk para siswanya. Dalam program tersebut terdapat fasilitas diantaranya adalah *Camp English Area* serta ruang pembelajaran yang berAC. Berikut adalah beberapa fasilitas yang didapatkan oleh para siswa Kampung Inggris BARITO :



Gambar 4. 2 Suasana Salah Satu Kelas di Kampung Inggris BARITO

Sumber : Data Dokumentasi, 2022.

Gambar diatas merupakan suasana pembelajaran Bahasa Inggris dari salah satu kelas yang terdapat pada kampung Inggris BARITO. Dalam suatu kelas siswa berjumlah sekitar 25 orang hal tersebut agar pembelajaran dinilai lebih efektif dengan jumlah siswa yang tidak begitu besar dalam satu kelas dapat membuat para tutor yang mengajar juga dapat memberikan perhatian yang lebih terhadap para siswanya. Jumlah ruang kelas dan camp yang dimiliki para Kampung Inggris BARITO dapat menampung hingga 500 siswa lebih setiap generasinya.

Selain fasilitas ruang belajar yang nyaman, Kampung Inggris BARITO juga memberikan tempat tinggal atau *camp* khusus bagi para siswanya sehingga tidak akan bingung lagi mencari tempat tinggal ketika mengikuti program, *camp* siswa putra akan terpisah dengan *camp* siswa putri dimana para siswa juga akan mendapatkan fasilitas berupa tempat tidur, lemari dan juga sudah termasuk makan 2x sehari yang di masakan

khusus oleh pemasak camp yang sudah ditunjuk pihak Kampung Inggris BARITO.

Setiap *Camp* akan diberi satu orang Pembina yang bertugas mengajar juga serta memantau para siswa dimana lingkungan *camp* juga menjadi hal yang penting dalam perkembangan berbahasa Inggris para siswa, pada lingkungan *camp* para siswa akan wajib dimenggunakan bahasa Inggris hal tersebut berguna juga melatih *skill* berbicara para siswa tidak hanya melalui teori tetapi juga dipraktekan langsung. Untuk transportasi para siswa menggunakan sepeda menuju tempat belajar yang tidak begitu jauh dari *camp* para siswa dan biasanya para siswa juga menggunakan sepeda jika ingin berjalan santai saat sore hari.

Berikut adalah gambar salah satu camp putri pada Kampung Inggris BARITO :



Gambar 4. 3 Suasana Salah Satu Camp di Kampung Inggris BARITO

Sumber : Data Dokumentasi, 2021.

Gambar di atas merupakan salah satu *Camp* Putri pada kampung Inggris BARITO yang berada pada lingkungan desa Baringin Toluak, dapat dilihat dari gambar di atas juga para siswa putri berfoto dengan transportasi yang akan mereka gunakan selama belajar kursus bahasa Inggris di Kampung Inggris BARITO yaitu adalah sepeda

6. Struktur Organisasi Dan Pembagian Tugas

Berikut adalah struktur organisasi dari Kampung Inggris BARITO:



Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Kampung Inggris BARITO

Sumber : Data Dokumentasi, 2018

Keterangan *Job Desk* Struktur Organisasi :

Berikut merupakan *Job Desk* dari jabatan penting yang berada di Kampung Inggris BARITO :

- a. Penanggung jawab berfungsi sebagai orang yang memiliki tanggung jawab penuh atas seluruh anggota serta kegiatan yang berada pada Kampung Inggris BARITO.
- b. Koordinator pengembangan bahasa international berfungsi sebagai pengembang bahasa pembelajaran pada program Kampung Inggris BARITO
- c. Ketua Program berfungsi sebagai penanggung jawab terhadap pelaksanaan kegiatan pendidikan pada Kampung Inggris BARITO
- d. Bendahara berfungsi sebagai yang mengatur keuangan pada Kampung Inggris BARITO
- e. Manager unit *camp* Inggris berfungsi perencanaan pada seluruh kegiatan kampung Inggris BARITO
- f. Tutor *camp* Inggris berfungsi sebagai tenaga pengajar pada kampung Inggris BARITO

7. Sistem Pembelajaran di Kampung Inggris BARITO

Sistem pembelajaran pada Kampung Inggris BARITO adalah selama 6 bulan, pada bulan pertama seluruh siswa akan mempelajari Kembali dari dasar mengenai bahasa Inggris, para siswa akan diberi materi dasar belajar berbahasa Inggris seperti *grammar*, *vocabulary* dan juga *expression*.

Materi yang akan dipelajari para siswa Kampung Inggris BARITO akan berkelanjutan pada tingkatnya setiap bulannya sesuai dengan program belajar yang sudah disusun Kampung Inggris BARITO, siswa akan diberi

soal-soal untuk terus berlatih serta beberapa kegiatan belajar lainnya seperti *Imprompto* juga. Dalam waktu 2x seminggu pada malam hari siswa biasanya mengadakan acara *nightly speaking* juga dengan para senior generasi sebelumnya guna menambah Latihan *public speaking* para siswa juga, Kegiatan belajar tidak selalu dilakukan didalam ruangan kelas kadang siswa juga belajar diluar ruangan seperti taman yang biasa digunakan.

Kegiatan belajar dimulai setelah sholat shubuh berjamaah dimulai dengan menghafal vocabulary sebanyak 20 kata dibimbing langsung oleh Pembina *camp* masing-masing karena kegiatan belajar setelah shubuh diadakan di *camp* masing-masing setelah kemudian siswa mandi dan pada pukul 07:00 WIB pagi baru akan memulai kegiatan belajar pada kelas, kegiatan belajar pada kelas dilakukan hingga pukul 17:00 WIB setelah itu siswa akan Kembali ke *camp* untuk beristirahat sambil menunggu waktu sholat magrib berjamaah setelah sholat isya siswa kembali belajar expression di *camp* masing-masing kegiatan seperti itu terus berulang hingga para siswa menyelesaikan program yang mereka ikuti.

Setelah 3 bulan siswa akan di adakan ujian berupa presentasi dengan tema yang bebas terhadap *foreigner* langsung namun hal tersebut sudah di sediakan langsung oleh kampung Inggris BARITO dan siswa akan datang langsung ketempat *Foreigner* tersebut itu adalah ujian pertama bagi para siswa untuk menentukan seberapa *skill english* yang dimiliki para siswa. Kemudian ujian akhir akan dilakukan ketika para siswa sudah menyelesaikan 6 bulan program yang mereka ikuti berbekal pengetahuan

english yang banyak serta skill berbahasa inggris yang sudah mapan pastinya siswa akan mengikuti ujian ke luar negeri biasa. nya kenegara yang jumlah foreignernya sangat tinggi seperti Singapore atau Malaysia.

Kampung Inggris BARITO memiliki tutor yang berkompeten dalam berbahasa Inggris salah satu tutor juga merupakan pindahan dari tutor kampung Inggris Pare, Kediri. Sehingga tidak diragukan lagi kemampuan tutor para kampung Inggris BARITO tersebut, kemudian setiap tutor memiliki cara – cara mengajar yang menarik terhadap siswanya agar proses belajar tidak membosankan.

Berikut merupakan gambar dari tutor Kampung Inggris BARITO :



Gambar 4. 5 Tutor Kampung Inggris BARITO

Sumber : Data Dokumentasi, 2021.

B. Hasil Penelitian

Dengan semakin berkembangnya usaha dalam bidang apapun, oleh karena itu banyak perusahaan yang bersaing ketat pada lingkup pekerjaannya, sehingga banyak cara serta usaha untuk menarik minat para konsumen. Dalam hal tersebut untuk mempertahankan kelangsungan berkembangannya sebuah perusahaan yang bersaing begitu ketat tentu diperlukan pula sebuah strategi yang matang untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan tersebut.

Peneliti akan mendeskripsikan hasil penelitiannya serta pembahasan mengenai strategi komunikasi pemasaran oleh tutor kampung Inggris BARITO dalam menarik minat siswanya pada aktivitas *event* MTLC menggunakan metode kualitatif. Pada bab ini peneliti akan memaparkan hal yang mengenai dari data hasil penelitian yang mana hasil temuan penelitian ini adalah pendeskripsian data yang diperoleh dari pengumpulan data pada lapangan yang mana peneliti sudah melakukan observasi pertama pada bulan Desember 2021 kemudian dilanjutkan penelitian yang kedua Maret hingga Juni 2022 yang menggunakan teknik pengumpulan data di lapangan melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi.

Setelah terkumpulnya data, peneliti melanjutkan dengan menganalisa hasil penelitian sesuai dengan metode yang sudah ditentukan adalah metode deskriptif kualitatif dan juga sesuai dengan teori yang sudah ditentukan.

Tabel 4. 1
Daftar Informan

NO	NAMA	JABATAN
1	Seprion	Ketua Program Dan Tutor
2	Gusnain	Manager Camp Dan Tutor
3	Erdian	Tutor
4	Dahlia	Tutor
5	Banyas Ambara	Tutor
6	Srimaya Utari	Tutor
7	Hartini	Alumni BARITO

1. Pra *Event* MTLC kampung Inggris BARITO

Dalam melakukan strategi komunikasi pemasarannya tentu kampung Inggris BARITO memerlukan persiapan yang matang agar berjalan suksesnya *event* MTLC yang akan diadakan oleh kampung Inggris BARITO, dalam pembuatan perencanaan serta promosi pemasaran khalayak yang akan menjadi tujuan sasaran dari kegiatan promosi Kampung Inggris BARITO, mengingat diadakannya *event* MTLC adalah untuk lebih mengenalkan kampung Inggris BARITO terhadap masyarakat yang berada di luar daerah sehingga dapat lebih mengenal kampung Inggris BARITO dan mengetahui apa saja program dan metode pembelajara seperti apa yang dilaksanakan kampung Inggris BARITO tersebut.

Tutor Kampung Inggris BARITO pastinya sudah merancang bagaimana startegi komunikasi pemasaran tersebut yang berikan pengenal mengenai kampung Inggris BARITO tersebut dalam pelaksanaan *event* MTLC tersebut. Berbicara mengenai *event* MTLC kegiatan ini hanya akan dilaksanakan oleh kampung Inggris BARITO di MAN 1 Teluk Kuantan. Tujuan *event* MTLC yang berupa lebih mengenalkan

pada masyarakat luar daerah mengenai kampung Inggris BARITO dalam bentuk skala yang besar agar informasi dapat tersebar dengan luas pada calon siswa sehingga meningkatnya peminat Kampung Inggris BARITO. *Event* MTLC yang dapat diikuti oleh sekolah-sekolah dari tingkatan SD – SMA baik dari dalam daerah maupun luar daerah memiliki banyak cabang perlombaan bahasa Inggris seperti lomba, English Speech, Singing Contest, Scabble, Story Telling dan masih banyak lagi perlombaan menarik lainnya yang sudah dipersiapkan secara matang oleh kampung Inggris BARITO. Oleh karena itu tentunya perlunya pemilihan media yang tepat dalam kegiatan promosi kegiatan *event* MTLC tersebut agar dapat diketahui oleh khalayak sesuai dari yang diinginkan kampung Inggris BARITO. Seperti yang dimukakan oleh seprion selaku Ketua Program dan juga Tutor bahwa :

“Sebelum dilaksanakannya kegiatan *event* MTLC agar berjalan dengan lancar serta tujuan dari kegiatan *event* MTLC sebagai pengenalan kampung Inggris BARITO lebih dapat disampaikan dengan baik terhadap calon siswa yang berasal dari luar daerah maupun dalam daerah agar meningkatnya peminat kampung Inggris BARITO tentu tutor memiliki persiapan yang begitu matang”

Berdasarkan keterangan dari informan diatas bahwa untung mengadakan kegiatan *event* MTLC yang bertujuan menyampaikan serta mengenalkan seluruh informasi mengenai kampung Inggris BARITO tentu tutor dan juga staff kampung Inggris BARITO sudah mempersiapkan strategi komunikasi pemasarannya dengan sudah mempersiapkan strategi promosi yang diharapkan dapat mencapai sasaran khalayak yang diinginkan kampung Inggris BARITO dalam kegiatan pelaksanaan *event* MTCL tersebut nantinya.

a. Strategi komunikasi pemasaran tutor melalui Periklanan

Kampung Inggris BARITO juga memanfaatkan media iklan dalam media promosi, Tutor Kampung Inggris BARITO melakukan penyebaran brosur mengenai informasi mengenai *event* MTLC melalui media sosial seperti *Instagram*

dan *Facebook* . Oleh karena itu, peneliti melakukan wawancara dengan salah satu tutor Kampung Inggris BARITO salah satu tutor yang ikut dalam penyebaran brosur di sosial medianya Instagramnya yaitu Erdian adalah salah satu tutor Kampung Inggris BARITO.

”Tutor kampung Inggris BARITO juga melakukan pemasaran dengan penyebaran brosur mengenai kegiatan *event* MTLC di sosial media seperti Instagram agar diketahui oleh masyarakat dalam daerah maupun diluar daerah. Melakukan penyebaran brosur melalui media sosial dianggap dapat lebih efektif dan cepat dibandingkan membagikan brosur secara langsung. Dan dalam kegiatan penyebaran brosur melalui media sosial ini seluruh tutor aktif ikut melakukan penyebarannya baik melalui akun media sosial pribadi maupun melalui akun organisasi siswa Man 1 Teluk Kuantan.”

Berdasarkan jawaban dari informan diatas, seluruh tutor Kampung Inggris BARITO ikut aktif dalam penyebaran brosur informasi mengenai *event* MTLC yang diadakan Kampung Inggris BARITO tersebut baik melalui akun Instagram tutor maupun akun organisasi siswa MAN 1 Teluk Kuantan. Media sosial yang digunakan adalah salah satunya Instagram. Mengunggah brosur *event* MTLC yang diadakan kampung Inggris BARITO, media sosial yang digunakan adalah Instagram dimana menyebarkan informasi melalui media sosial dianggap lebih efektif dikarenakan saat ini semua orang pastinya sudah menggunakan media sosial dari segala kalangan anak-anak maupun orang dewasa serta informasi yang disebar lebih cepat sampai kepada khalayak dan kemudahan dalam mengakses informasi dapat dilakukan dimana saja dengan menggunakan gadget yang semakin canggih. Berikut gambar dokumentasi penyebaran brosur melalui media sosial Instagram:



Gambar 4. 6 Bentuk Promosi melalui media sosial Instagram (brosur)

Sumber : Data Dokumentasi, 2019.

Pada gambar diatas dapat dilihat dari salah satu akun media sosial Instagram salah satu tutor kampung Inggris BARITO yaitu erdian dimana tutor meunggah brosur informasi mengenai kegiatan *event* MTLC tersebut dimana didalam brosur terdapat informasi mulai dari jenis perlombaan, website yang dapat dikunjungi serta hadiah utama untuk pemenang pemuncak dari kegiatan ini yaitu piala bergilir yang diberikan oleh Gubernur Riau. Tentunya dari gambaran brosur yang disebarakan oleh tutor melalui media sosial instagramnya tersebut akan memberi tahu informasi mengenai *event* MTLC tersebut pada khalayak dengan adanya informasi yang di dapatkan melalui penyebaran brosur tersebut ketertarikan sekolah-sekolah yang berada baik dari dalam daerah maupun luar daerah untuk mengikuti *event* MTLC tersebut akan semakin tinggi.

1. *Segmentasion*

Dalam penyebaran informasi melalui media sosial salah satunya Instagram tentu Kampung Inggris BARITO sudah menetapkan segmen pasar yang ditujunya dalam penyebaran informasi tersebut, Seperti yang dikemukakan oleh Gusnain Manager Camp Inggris dan juga salah satu tutor bahwa :

“Penyebaran informasi melalui media sosial seperti Instagram dilakukan oleh seluruh tutor agar dengan cepat dapat diketahui oleh sekolah-sekolah yang berada di dalam daerah maupun diluar daerah. Melakukan penyebaran brosur melalui media sosial dianggap dapat lebih efektif dan cepat dibandingkan membagikan brosur secara langsung. Kemudian event ini juga dapat terbuka untuk masyarakat umum, namun target utama dalam penyebaran informasi brosur di sosial media *Instagram* tersebut adalah sekolah-sekolah dari tingkatan SD hingga SMA.”

Berdasarkan keterangan dari informan diatas, Dalam penyebaran informasi yang dilakukan tutor melalui media sosial instagramnya tutor memiliki segmentasi Kampung Inggris BARITO adalah sekolah dari tingkatan SD-SMA yang berada baik di dalam daerah maupun luar daerah sehingga dengan mengetahui informasi tersebut sekolah-sekolah dapat mendaftarkan diri mengikuti event MTLC yang diadakan oleh Kampung Inggris BARITO.

Sebagai mana kegiatan event MTLC yang diadakan setiap 2 tahun sekali ini seperti event MTLC yang sebelumnya sangat diminati oleh sekolah-sekolah bergengsi yang berada di Provinsi Riau tentunya dengan diadakannya Event MTLC berikut-berikutnya maka segmentasi dari kegiatan event MTLC adalah sekolah-sekolah bergengsi yang berada di pulau Sumatra.

2. Strategi Komunikasi Tutor melalui Pemasaran Langsung

Dalam kegiatan MTLC tutor melakukan kegiatan promosi yaitu dengan bentuk pemasaran langsung, bentuk promosi pemasaran langsung yang ini dilakukan oleh seluruh tutor kampung Inggris BARITO dimana dalam kegiatan ini tutor memiliki cara-cara komunikasi yang berbeda-beda setiap tutor dalam penyampaian informasi mengenai kampung Inggris BARITO tersebut terhadap calon siswanya.

Kegiatan pemasaran langsung yang dilakukan oleh tutor selama kegiatan MTLC ini tentu menjadi salah satu hal yang terpenting dalam kegiatan pemasaran untuk menarik minat siswa bergabung belajar di Kampung Inggris BARITO. Oleh karena itu perlunya penyampaian informasi yang dapat dipahami dan dimengerti dengan baik oleh calon siswa tidak hanya itu tentu cara dari penyampaian informasi tersebut juga harus memiliki daya Tarik bagi calon siswa yang melihatnya, karena jika tutor melakukan kegiatan pemasaran langsung dengan komunikasi yang biasa saja maka antusias dari calon siswa untuk mendengar penyampaian informasi mengenai kampung Inggris BARITO yang dilakukan oleh tutor akan mendapatkan respon kurangnya antusias dari audiens nya. Seperti yang dikatakan Srimaya Utari salah satu tutor Kampung Inggris BARITO:

“Setiap tutor memiliki cara yang unik dan menarik dalam penyampaian informasi mengenai kampung Inggris BARITO tersebut agar penyampaian informasi yang bertujuan promosi dan lebih mengenalkan BARITO lebih menarik maka tutor menyiapkan komunikasi-komunikasi yang dianggap tidak membosankan oleh calon siswa”

Setiap tutor akan memiliki caranya masing-masing dalam kegiatan promosi pemasaran langsung yang dilakukan selama kegiatan event MTLC ini berlangsung, tentunya bentuk komunikasi yang dilakukan oleh setiap tutor agar menarik minat siswanya belajar di kampung Inggris BARITO memiliki keunikannya masing-masing dalam penyampaian informasi mengenai BARITO tersebut.

a. Tutor menyampaikan informasi dengan komunikasi yang sederhana

Dalam event MTLC tersebut tutor kampung Inggris BARITO melakukan promosi dengan kegiatan komunikasi pemasaran dalam penyampaian informasi mengenai Kampung Inggris BARITO. Tutor melakukan komunikasi sederhana yang mudah dipahami calon siswa. Seperti yang dijelaskan oleh Seprion selaku ketua program dan juga salah satu tutor kampung Inggris BARITO bahwa:

“Karena para calon siswa kita belum begitu paham berbahasa Inggris jika informasi mengenai BARITO disampaikan hanya menggunakan full berbahasa Inggris saja informasi mengenai BARITO tidak dapat ditangkap dengan baik oleh calon siswa oleh karena itu para tutor melakukan komunikasi dengan bahasa yang lebih sederhana yang dapat dengan mudah dipahami oleh siswa sehingga siswa tidak merasa bosan dan menangkap informasi yang disampaikan oleh tutor mengenai Kampung Inggris BARITO membuat informasi dapat tersampaikan dengan baik dan sesuai yang diharapkan tutor”

Tutor menggunakan Komunikasi yang sederhana dalam penyampaian informasi mengenai kampung Inggris BARITO agar dapat dipahami oleh siswa komunikasi sederhana yang dimaksud adalah kegiatan penyampaian informasi tidak hanya berfokus mengedepankan berbahasa Inggris saja namun tutor lebih dominan menggunakan bahasa Indonesia tetapi sesekali menggunakan kosa kata berbahasa Inggris yang sudah umum artinya mengingat tujuan dari penyampaian

informasi oleh tutor adalah untuk lebih mengenalkan Kampung Inggris BARITO sehingga perlunya penyampaian informasi dengan bahasa yang mudah dipahami siswa dengan menggunakan lebih dominan berbahasa Indonesia tentu kegiatan penyampaian informasi mengenai BARITO dapat lebih dimengerti oleh calon siswa.

jika informasi juga disampaikan menggunakan bahasa Inggris siswa kurang dapat memahami informasi yang disampaikan bahkan siswa merasa bosan dan tidak merespon ketika penyampaian informasi menggunakan full berbahasa Inggris sehingga informasi tidak dapat diterima dengan baik oleh siswa membuat hal yang mengenai kampung Inggris BARITO tidak ditangkap dengan baik oleh calon siswa, Didalam penyampaian informasi melalui komunikasi yang mudah dipahami siswa tersebut agar siswa tidak merasa bosan dan memberikan respon yang aktif juga maka tutor melakukan komunikasi-komunikasi yang menarik diungkapkan oleh Dahlia salah satu tutor Kampung Inggris BARITO bahwa :

“Agar siswa tidak bosan dengan penyampaian informasi yang dilakukan tutor maka tutor melakukan penyampaian informasi dengan cara komunikasi yang menarik salah satunya adalah memberi tantangan atau gimmick mengenai bahasa Inggris yang sudah umum terhadap calon siswa sehingga hal tersebut memberikan respon yang aktif dari calon siswa dan kegiatan promosi tidak berjalan membosankan bagi para calon siswa.”

Dalam melakukan promosi komunikasi secara langsung kepada calon siswa oleh tutor dalam kegiatan *event* MTLC, tutor kampung Inggris BARITO melakukan komunikasi – komunikasi yang menarik agar dalam penyampaian informasi tentang kampung Inggris BARITO tidak terlihat membosankan yang membuat kurangnya minat keinginan siswa mendengarkan informasi yang

disampaikan, tutor tidak menyampaikan informasi mengenai kampung Inggris BARITO dengan komunikasi yang membosankan atau dengan bahasa yang sulit dipahami siswa agar tidak membosankan tutor memberi gimmick serta tantangan mengenai bahasa Inggris atau tips mudah mengingat kosa kata berbahasa Inggris sehingga para calon siswa memberika respon semangat dengan kegiatan yang dilakukan oleh tutor juga perhatian para siswa tidak teralihkan pada hal lain sehingga informasi yang disampaikan dapat di mengerti oleh calon siswa.



Gambar 4. 7 Bentuk Promosi Tutor Komunikasi Pemasaran Langsung
Sumber : Data Dokumentasi, 2019.

Gambar diatas menjelaskan kegiatan komunikasi pemasaran langsung yang dilakukan oleh tutor terhadap calon siswa, dengan penyampaian bahasa dan komunikasi yang sederhana sehingga direspon para siswa. Juga terlihat pada gambar diatas siswa sangat tertarik dengan cara komunikasi yang dilakukan oleh tutor dan memperhatikan dengan baik.

b. Tutor aktif sharing dengan calon siswa

Dalam kegiatan pemasaran langsung dalam pelaksanaan event MTLC ini tutor tidak hanya berfokus terhadap penyampaian informasi dalam bentuk audiens yang berskala besar saja, tutor tidak melewatkan kesempatan untuk aktif sharing mengenai kegiatan yang ada di kampung Inggris BARITO kepada calon siswa secara personal ketika calon siswa sedang bersantai salah satunya. Seperti yang dikatakan oleh Banyas Ambara selaku salah satu tutor kampung Inggris BARITO yaitu :

“Para tutor Kampung Inggris BARITO juga aktif secara friendly berkomunikasi dengan calon siswa Kampung Inggris BARITO agar siswa dapat mengetahui lebih detail mengenai Kampung Inggris BARITO diluar kegiatan sesi tanya jawab contohnya kita ikut nimbrung pada kumpulan siswa dan mengajak mereka mengobrol namun kita juga mengenalkan kegiatan yang dilakukan Kampung Inggris BARITO agar dapat lebih diminati siswa”

Salah satu pendekatan terhadap siswa yang berbeda dilakukan oleh para tutor Kampung Inggris BARITO adalah pendekatan langsung kepada calon siswa, tutor secara friendly sharing kepada calon siswa diluar kegiatan sesi tanya jawab ketika siswa *free* tutor juga aktif berkomunikasi sharing mengenai kegiatan yang dilakukan ketika bergabung belajar bersama kampung Inggris BARITO, tutor memperkenalkan program apa yang akan diikuti para calon siswa sehingga kegiatan tersebut mendapatkan respon yang sangat baik tentunya dari calon siswa. Pendekatan yang aktif dilakukan oleh tutor membuat informasi mengenai kampung Inggris BARITO lebih dapat diingat oleh calon siswa, siswa juga merasa akrab dengan tutor seperti yang dikatakan Hartini salah satu Alumni Kampung Inggris BARITO bahwa:

“ketika saya dan beberapa teman sedang bersantai kemudian salah satu tutor BARITO menyapa kami dan kami pun bercerita sharing banyak hal saya masih ingat sekali beliau menceritakan tidak hanya mengenai program pembelajaran tetapi kegiatan menarik lainnya yang dilaksanakan selama menjadi siswa kampung Inggris BARITO sehingga ketertarikan saya untuk join pada kampung Inggris BARITO semakin kuat”

Tutor tidak hanya menyampaikan pembelajaran apa yang akan didapatkan siswa ketika bergabung dengan BARITO tetapi juga kegiatan menarik lainnya yang dilaksanakan Kampung Inggris BARITO, sehingga kegiatan sharing dengan calon siswa yang dilakukan oleh tutor membuat keyakinan siswa dan minat siswa untuk bergabung pada Kampung Inggris BARITO semakin yakin untuk ikut bergabung belajar dikampung Inggris BARITO yang ternyata disamping belajar berbahasa Inggris namun memiliki kegiatan menarik lainnya.

3. Event

Event MTLC merupakan kegiatan lomba bahasa Inggris yang diadakan oleh kampung Inggris BARITO dimana terdapat berbagai macam cabang lomba bahasa Inggris yang dapat diikuti oleh sekolah dari tingkat SD- SMA. Event MTLC memiliki tujuan dari promosi Kampung Inggris BARITO dengan kesuksesan event MTLC setiap tahunnya membuat pelaksanaan event MTLC menjadi salah satu bentuk promosi yang dilakukan Kampung Inggris BARITO, hal tersebut membuat peminat dari Kampung Inggris BARITO dapat meningkat setiap tahunnya seperti yang

dikatakan Gusnain selaku salah satu Tutor serta Kepala staff Camp Inggris BARITO bahwa :

“ Event MTLC adalah kegiatan pelaksanaan promosi yang sangat berpengaruh dalam peningkatan peminat siswa untuk bergabung belajar di kampung Inggris BARITO sehingga, terbukti dengan kegiatan event MTLC setiap tahunnya maka BARITO semakin dikenal juga oleh masyarakat baik dalam daerah ataupun dari luar daerah sehingga peminat dari BARITO dapat meningkat setiap tahunnya”

Berdasarkan keterangan informan diatas mengatakan dengan adanya event MTLC yang dilaksanakan kampung Inggris BARITO sehingga peminat siswa untuk bergabung ikut belajar di BARITO meningkat setiap tahunnya hal tersebut membuktikan bahwa kegiatan menggunakan event sebagai pendekatan promosi berjalan sesuai yang diharapkan BARITO, meningkatnya minat siswa setiap tahunnya baik dari dalam daerah maupun luar daerah membuat kampung Inggris BARITO dapat lebih dikenal masyarakat luas sehingga akan bertambahnya peminat untuk bergabung belajar di kampung Inggris BARITO setiap tahunnya. Mengingat kampung Inggris BARITO adalah lembaga kursus bahasa Inggris yang terbuka untuk masyarakat umum dan dapat diikuti oleh setiap kalangan.

Menggunakan *event* sebagai pendekatan promosi yang dilakukan oleh tutor Kampung Inggris BARITO membuat event MTLC merupakan salah satu event besar yang diadakan oleh Kampung Inggris BARITO event MTLC yang juga mendapat dukungan dari masyarakat sekitar dan diminati sekolah bergengsi yang berada di provinsi Riau. Berdasarkan hasil dari wawancara bersama tutor Kampung Inggris BARITO Srimaya Utari mengatakan bahwa :

“Kegiatan event MTLC tidak hanya didukung oleh masyarakat sekitar Kampung Inggris BARITO bahkan mendapatkan dukungan dari Gubernur Riau dan Bupati Kuantan Singingi, tidak hanya diminati

diikuti oleh sekolah luar daerah seperti dari Sumatra Barat tetapi juga sekolah-sekolah yang memiliki prestasi yang baik di Provinsi Riau seperti, SMA 8 Pekanbaru, SMA 1 Pekanbaru dan Man 2 model pekanbaru”

Kegiatan event MTLC yang diadakan oleh kampung Inggris BARITO mendapat dukungan penuh tidak hanya dari masyarakat sekitar dan pemerintah daerah sekitar bahkan dari Gubernur Riau yang ikut serta menyumbangkan Piala untuk pemenang puncak event MTLC tersebut, sehingga event MTLC juga ikut diminati oleh sekolah- sekolah bergengsi yang memiliki prestasi yang baik di tingkatan nasional salah satunya SMA 8 Pekanbaru. Tentu dengan keikut sertaan sekolah- sekolah yang berada di luar daerah seperti Sumatra Barat membuat Kampung Inggris BARITO semakin dikenal dan meningkatnya minat siswa melalui promosi yang dilakukan tutor dalam kegiatan event MTLC tersebut.



Gambar 4. 8 Penyerahan piala bergilir yang diberikan Gubernur Riau diserahkan oleh Bupati Kuantan Singingi kepada Pemuncak Juara Event MTLC

Sumber : Data Dokumentasi, 2019.

Berdasarkan keterangan gambar diatas adalah penyerahan piala dari Gubernur Riau kepada pemenang pemuncak dari kegiatan *event* MTLC yaitu SMA N 8 Pekanbaru yang diwakilkan oleh Bupati Kuantan Singingi. Kegiatan event MTLC dapat dikatan sukses setiap tahunnya hal tersebut juga selain dari peminat

siswa untuk bergabung belajar dikampung Inggris BARITO kegiatan ini juga didukung penuh oleh pemerintah daerah bahkan Gubernur Provinsi Riau sehingga kegiatan event MTLC diminati oleh sekolah-sekolah bergengsi juga hal tersebut tentu membuat bahwa event MTLC yang dilaksanakan oleh Kampung Inggris BARITO dapat disetarakan seperti event lomba berbahasa Inggris besar lainnya. sehingga kegiatan promosi yang dilakukan tutor dalam kegiatan event MTLC tersebut untuk lebih memperkenalkan kampung Inggris BARITO berjalan sesuai apa yang diharapkan.

a. Team pelaksanaan *event* MTLC

Berjalan lancarnya event besar diadakan kampung Inggris BARITO yaitu MTLC tentu tidak lepas dari kerja sama team yang baik dan juga *supportif* dalam kegiatan event MTLC ini banyak pihak yang terlibat seperti yang dikatakan Seprion selaku ketua program kampung Inggris BARITO bahwa :

“Team dalam pelaksanaan event MTLC diikuti oleh seluruh tutor Kampung Inggris BARITO serta kepanitiaan juga melibatkan alumni generasi-generasi alumni BARITO jadi kegiatan ini kita saling support satu sama lain dalam menjalankan tugasnya agar mencapai tujuan kita membuat kampung Inggris BARITO dapat dikenal oleh masyarakat lebih luas dengan peminat yang dapat meningkat setiap tahunnya.”

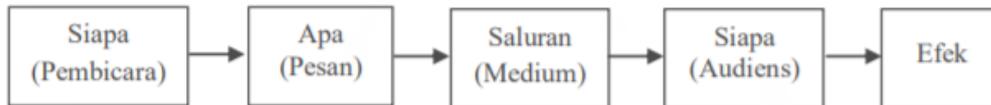
Dalam kegiatan event MTLC tidak hanya melibatkan seluruh tutor Kampung Inggris BARITO tetapi bahkan alumni BARITO pun ikut dalam kegiatan ini dengan saling support agar kegiatan event MTLC yang dilaksanakan berjalan sesuai yang diharapkan serta dapat menarik minat siswa untuk belajar di kampung Inggris BARITO melalui promosi yang dilakukan oleh tutor.

C. Pembahasan Penelitian

Dalam pembahasan ini peneliti akan memberikan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti juga berusaha melakukan analisis sehingga hasil penelitian lebih bermakna. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran oleh tutor kampung Inggris BARITO untuk menarik minat siswanya dalam kegiatan *event* MTLC dalam analisis ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan cara menganalisa sesuai data yang didapatkan dilapangan.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti di Kampung Inggris BARITO dengan judul analisis strategi komunikasi pemasaran oleh tutor kampung Inggris BARITO dalam menarik minat siswa pada aktivitas event MTLC di MAN 1 Teluk Kuantan, penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan strategi komunikasi pemasaran apa yang dilakukan oleh tutor dalam menarik minatnya yang menggunakan event sebagai pendekatan promosinya, segala kegiatan promosi dilakukan langsung oleh tutor kampung Inggris BARITO.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara mendalam dan juga observasi lapangan kemudian analisis strategi komunikasi pemasarannya tutor kampung Inggris BARITO menggunakan bentuk komunikasi pemasaran yaitu seperti *advertising*, *direct marketing*, dan *event*. Dari bentuk komunikasi pemasaran yang digunakan tutor ternyata bentuk promosi *direct marketing* adalah strategi komunikasi pemasaran yang sangat berpengaruh dalam menarik minat calon siswa kampung Inggris BARITO. Analisis yang dilakukan peneliti adalah menggunakan teori komunikasi model komunikasi Harold D. Laswell yang menerangkan komponen-komponen dalam proses komunikasi.



Gambar 4. 9 Teori Komunikasi Model komunikasi Harold D. Laswel

Adapun penerapan unsur-unsur komunikasi oleh tutor Kampung Inggris BARITO sebagai berikut:

a. *who?* (siapa komunikatornya)

komunikator merupakan pesan yang bersentuhan dengan masyarakat, atau calon siswa yang berminat bergabung belajar di Kampung Inggris BARITO dimana yang bertindak sebagai komunikator dalam komunikasi ini adalah seluruh tutor Kampung Inggris BARITO yang memberikan informasi mengenai Kampung Inggris BARITO, seluruh tutor ikut menyampaikan segala hal mengenai BARITO.

b. *Says What?* (Apa pesan yang disampaikan)

Pesan yang disampaikan tentunya mengenai keseluruhan informasi menyangkut Kampung Inggris BARITO, terdapat program pembelajaran yang akan dilaksanakan serta kegiatan siswa selama menjadi siswa Kampung Inggris BARITO.

c. *In which channel* (media apa yang digunakan)

Dalam melakukan komunikasi pemasarannya pemilihan media yang digunakan tutor kampung Inggris BARITO adalah point penting karena media merupakan kegiatan penyampaian pesan yang disampaikan kepada sasaran yang dituju. Adapun bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan tutor Kampung Inggris BARITO adalah :

1. kegiatan strategi Komunikasi Pemasaran periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah semua bentuk komunikasi nonpersonal yang berbayar pada suatu organisasi, layanan, produk atau ide oleh sponsor yang sudah

diidentifikasi. Iklan adalah kegiatan komunikasi massa yang bisa melalui majalah, televisi, serta media iklan lainnya (internet) yang dapat didesain langsung khusus untuk pelanggannya. Iklan juga merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang mempromosikan produk atau jasa sebuah perusahaan untuk menarik pelanggannya. Kampung Inggris BARITO juga mempromosikan kegiatan *event* MTLC tersebut menggunakan brosur yang disebar dengan pemanfaatan media sosial seperti salah satunya Instagram dan facebook yang berisikan info mengenai *event* MTLC tersebut agar dapat diketahui oleh masyarakat dalam daerah atau luar daerah.

Brosur yang berisikan informasi mengenai *event* MTLC tersebut sehingga seekolah-sekolah yang ingin mengikuti kegiatan *event* ini tidak lagi bingung mengenai *event* MTLC yang akan diadakan Kampung Inggris BARITO. Dalam brosur juga diinformasikan bahwa kegiatan *event* MTLC didukung oleh Gubernur Provinsi Riau dengan memberikan hadiah berupa piala. Penyebaran brosur dilakukan pada media sosial staff maupun tutor Kampung Inggris BARITO .

Tentunya dengan penyebaran brosur melalui media khususnya Instagram ini dapat informasi mengenai kegiatan *event* MTLC secara cepat dapat diketahui khalayak dibandingkan media lainnya. Seperti yang kita ketahui saat ini pengguna media sosial seperti Instagram sangatlah dominan informasi yang dibagikan juga dapat dengan mudah diakses. Sehingga penyebaran brosur melalui media instagram membuat kegiatan *event* MTLC dapat diketahui oleh banyak sekolah dari dalam kota maupun luar kota sehingga diikuti oleh banyak sekolah bahkan tidak hanya di Provinsi Riau namun juga sekolah yang berada di Pulau Sumatra.

2. Kegiatan strategi Komunikasi Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung berupa upaya sebuah organisasi berkomunikasi dengan cara secara langsung dengan pelanggan yang menjadi sasaran agar menghasilkan transaksi atau respon. Kegiatan komunikasi pemasaran langsung merupakan kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan respon langsung dari audiensnya sendiri. Kampung Inggris BARITO adalah salah satu lembaga kursus yang melakukan kegiatan komunikasi pemasaran langsung untuk menyampaikan informasi mengenai kampung Inggris BARITO kepada calon siswanya.

Tutor Kampung Inggris BARITO melakukan pemasaran langsung dalam kegiatan *event* MTLC, bentuk komunikasi yang dilakukan oleh tutor Kampung Inggris dalam kegiatan pemasaran langsungnya salah satunya memberi gimmik seperti memberi *challenge* kepada para siswa atau quiz yang membuat siswa bersemangat hal tersebut dilakukan oleh tutor sehingga mendapat respon yang baik dari siswa.

Dalam menyampaikan informasi mengenai Kampung Inggris BARITO tersebut tutor memilih penyampaian komunikasi yang mudah dipahami siswa dari pada menyampaikan full menggunakan bahasa Inggris karena dapat dilihat tutor dalam kegiatan penyampaian informasi kampung Inggris BARITO dengan menampilkan pentas seni yang seluruhnya menggunakan bahasa Inggris siswa malah merasa bosan dan kurang respon karena tidak mengerti dengan bahasa yang digunakan.

Dalam kegiatan pemasaran ini melibatkan hampir seluruh tutor dari Kampung Inggris BARITO sehingga kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh tutor dapat dilaksanak dengan mudah dan lancar, saling mendukung satu sama lainnya sehingga bisa melengkapi dalam mencapai target audiens yang diinginkan

agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat secara luas. Dalam komunikasi pemasaran secara langsung yang dilakukan tutor dan bertatap langsung dengan para calon siswa tutor lebih ke penyampaian informasi yang bersifat sharing dan mengalir begitu saja dengan gimmick yang di buat tutor serta penyampaian dengan bahasa yang sederhana dilakukan tutor.

Kegiatan komunikasi langsung juga dilakukan tutor dengan cara aktif mengajak para siswa secara personal mengobrol atau menceritakan program yang akan dilakukan selama belajar di Kampung Inggris BARITO sehingga timbul keakraban siswa dan tutor yang membuat siswa tertarik *join* di Kampung Inggris BARITO. Siswa merasa bahwa tutor kampung Inggris BARITO berbeda dari lembaga kursus lainnya dan tutor Kampung Inggris BARITO adalah tutor yang seru dalam proses belajar mengajar.

Promosi dalam bentuk pemasaran langsung adalah aktifitas yang melibatkan pikiran serta emosi antara konsumen dengan penjual, karena proses promosi pemasaran langsung tentu berhadapan langsung dengan konsumen (*face to face*) oleh karena itu promosi dengan pemasaran langsung memiliki kelebihan dibandingkan dengan strategi promosi lainnya. Kegiatan pemasaran langsung yang dilakukan tutor kampung Inggris BARITO dalam kegiatan *event* MTLC dalam menyampaikan informasi mengenai kampung Inggris BARITO dimana tutor menyampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami siswa atau dengan komunikasi sederhana. Tutor juga aktif melakukan pendekatan komunikasi kepada para siswa untuk menyampaikan hal menarik program dan kegiatan yang akan dilakukan ketika bergabung belajar di Kampung Inggris BARITO.

Dari kegiatan promosi pemasaran langsung yang dilakukan tutor dengan berbagai komunikasi-komunikasi yang menarik terhadap siswa sehingga membuat siswa memberikan respon yang baik terhadap tutor ketika melakukan komunikasi pemasaran secara langsung. Siswa aktif bertanya pada tutor dan bersemangat ketika tutor memberikan tantangan tidak hanya itu ketika tutor ikut ngobrol dalam kumpulan beberapa siswa para calon siswa juga sangat welcome dan tidak menutup diri untuk mendapatkan informasi lebih mengenai Kampung Inggris BARITO.

3. Kegiatan strategi Komunikasi pemasaran acara (*Event*)

event dan pengalaman merupakan suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran dimana program yang dilaksanakan disponsori oleh pelaku guna menciptakan intraksi. Dalam kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh tutor Kampung Inggris BARITO, tutor menggunakan *event* sebagai pendekatan promosinya. Tutor Kampung Inggris BARITO langsung yang melakukan kegiatan promosi kepada calon siswanya pada kegiatan *event* MTLC yang diadakan oleh Kampung Inggris BARITO dalam kegiatan promosinya pada kegiatan *event* tersebut tutor melakukan pemasaran secara langsung kepada siswa dengan aktif berkomunikasi dengan siswa dalam menyampaikan informasi mengenai kampung Inggris BARITO dengan penyampaian bahasa yang lebih kekinian sehingga siswa tertarik untuk belajar di Kampung Inggris BARITO.

Kampung Inggris BARITO mengadakan *event* yang diberi nama MTLC melalui *event* MTLC sebagai pendekatan yang dilakukan oleh tutor kampung Inggris BARITO untuk menarik minat siswanya. *Event* yang dilaksanakan dalam

waktu 2 tahun sekali ini sangat memiliki peran penting dalam peningkatan siswa untuk bergabung Kursus di Kampung Inggris BARITO.

Pemilihan media yang tepat tentu juga merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan pemasaran, dengan media yang baik maka pemasaran yang dijalankan dapat berjalan dengan baik juga. Seperti salah satu pemanfaatan media sosial oleh tutor kampung Inggris BARITO, menggunakan media sosial seperti Instagram atau facebook dan mengupload brosur mengenai *event* MTLC Kampung Inggris BARITO karena media promosi merupakan alat yang dapat membantu pesan yang ingin disampaikan dapat tertuju pada sasaran yang diinginkan.

d. *To whom* (komunikasikan atau orang yang menerima pesan)

Orang yang menerima pesan yang disampaikan oleh tutor ini adalah tentunya calon siswa yang menghadiri event MTLC yang dilaksanakan oleh Kampung Inggris BARITO ini.

e. *With what effect?* (apa efek yang diharapkan)

Melalui media pendekatan event MTLC yang digunakan tutor kampung Inggris BARITO untuk kegiatan promosinya tentu memiliki dampak dalam kegiatan komunikasi pemasaran ini yaitu semakin tinggi nya minat para calon siswa ataupun masyarakat luar dengan untuk belajar di Kampung Inggris BARITO dan semakin bertambahnya masyarakat dari daerah luar daerah mengetahui kampung Inggris BARITO melalui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh tutor.

Dalam pelaksanaan komunikasi pemasarannya tutor Kampung Inggris BARITO lebih focus kepada kegiatan strategi pemasaran langsung dimana tutor langsung menyampaikan informasi mengenai BARITO terhadap calon siswanya

dengan komunikasi-komunikasi yang menarik tersebut melalui kegiatan event MTLC tersebut sementara itu strategi komunikasi pemasaran melalui periklanan tidak begitu aktif dilakukan oleh tutor hanya ketika moment-moment tertentu saja.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Kampung Inggris BARITO yaitu bagaimana strategi tutor Kampung Inggris BARITO dalam menarik minat siswanya pada aktivitas *event* MTLC di MAN 1 Teluk Kuantan, peneliti menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh tutor Kampung Inggris BARITO dalam menarik minatnya pada *event* MTLC adalah dengan menyebarkan brosur informasi *event* MTLC melalui media sosial seperti Instagram dimana hal tersebut dianggap lebih efektif dan tidak memakan waktu yang lama.

Event MTLC sebagai media untuk melakukan kegiatan promosi oleh tutor Kampung Inggris BARITO dimana tutor memberi gimik ketika menyampaikan informasi mengenai Kampung Inggris BARITO dan juga tutor melakukan penyampaian informasi dengan menggunakan bahasa yang sederhana agar dapat dimengeti oleh calon siswa, tutor juga menyampaikan informasi mengenai Kampung Inggris BARITO dengan pendekatan yang aktif terhadap siswa, ikut nimbrung ketika ada kumpulan siswa dan sharing-sharing mengenai Kampung Inggris BARITO sehingga siswa lebih tertarik lagi.

Promosi yang dilakukan oleh tutor Kampung Inggris BARITO lebih dominan terhadap komunikasi pemasaran langsung yang dilakukan oleh seluruh tutor Kampung Inggris BARITO melalui *event* MTLC yang diikuti

oleh sekolah yang berada di pulau Sumatra. Dengan penyampaian informasi dengan bahasa yang lebih mudah dilakukan tutor membuat siswa lebih dapat memahami informasi mengenai kampung Inggris BARITO sehingga siswa yang menghadiri *event* MTLC baik yang dari dalam kota maupun luar kota dapat tertarik dan berminat belajar di Kampung Inggris BARITO.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti maka dari itu peneliti memberikan kritik/saran yaitu:

1. Dari penelitian ini diharapkan agar penerapan pendidikan yang harga merakyat namun berkualitas ini dapat mempertahankan serta meningkatkan semakin banyak alumni kursus yang memiliki kualitas berbahasa Inggris yang baik serta memiliki wawasan yang luas dalam berbahasa Inggris.
2. sebaiknya segera dilakukan komunikasi pemasaran melalui media cetak ataupun media elektronik yang lebih mendetail mengenai kegiatan para siswa kursus Kampung Inggris BARITO yang sudah belajar ataupun kegiatan menarik lainnya.
3. Peneliti berharap penelitian ini menjadi referensi untuk menjalankan usaha agar mencapai visi dan misi yang berguna dalam meningkatkan jumlah siswa dan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lainnya menyelesaikan tugas akhir.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Argyris, Mintzberg, Steiner dan Miner dalam Freddy Rangkuti, 1998. *Analisis SWOT. Teknik Kasus Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Arifin, Anwar. 1954. *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT. Amrico.
- Arni, Muhammad. 2011. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Asmajasari, Magdalena. 1997. *Study Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*, Malang : UMM Press.
- A. Yoeti, Oka. 1990. *Pengantar Ilmu Pariwisata, Edisi Revisi*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Cangara Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Goldhaber, Gerald M. 1986. *Organizational Communication*. Jakarta: Erlangga.
- Hamel dan Prahalad. 1995. *Management*. New Delhi: Tata McGraw Hill.
- Hatten, H. d. (1996). *Strategic management analysis and action*. Jakarta.
- Ibnu Rendy, Muhammad (2005) *Model Komunikasi Menurut Harold D Lasswell*
<https://www.scribd.com/document/239698478/Model-Komunikasi-Menurut-Harold-D-Lasswell.html>.
- Ilham, Prisgunanto (2006). *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas*, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*.

Jakarta.

Norman K Denzin,, Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*, Cetakan Pertama, Terjemahan, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Romli, Khomsahrial. 2011. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: PT. Grasindo.

Sutisna, 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Jurnal :

Chozin Ary Wicaksono, Sri Wahyuni Mega Hastuti, Sumarji. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Website Terhadap Keputusan Siswa Memilih Lembaga Bimbingan Belajar English For Skill Kampung Inggris Pare, Vol 01, Number 02. Universitas Islam Kadiri (UNISKA) Kediri, Indonesia.

Danu Kusbandono, M.Yanto. (2018). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Bibit Ikan (Studi Evaluasi Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Bibit Ikan Pada IBAP Lamongan). Vol. III No. 2. Universitas Islam Lamongan.

Dosen Ilmu Komunikasi. (2012). *Peran Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi*. Volume 1, Nomor 4. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Doni Mardiyanto, Giarti. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). Vol.03, No. 01. STIA-ASMI Surakarta.

Dyah Puspita Sari, Dr. Rahayu, S.I.P., M.Si.,M.A. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Bimbingan Bahasa (Studi Terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran Ef English First Yogyakarta). Universitas Gadjah Mada.

Hedynata, M.L., & Radianto, W.E. (2016). Starategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chovolate Potato Snack. Perfoma : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 1.

Sakti Syahputra. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa. Vol. 2, No. 2. Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiarni.

Suherman Kusniadji. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods. Vol. 8, No. 1, Hal 83-98. Universitas Tarumanegara.

Yovita Sabarina Sitepu. (2011). Paradigma Dalam Organisasi Dan Implikasinya Pada Komunikasi Organisasi. Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial, Vol.1, No. 2. Universitas Sumatera Utara (USU).