

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

**AKTIVITAS PROMOSI SMKN PERTANIAN TERPADU PROVINSI RIAU
DALAM MENARIK MINAT SISWA-SISWI BARU**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Diajukan Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



NANANG WAHYU HASANTO

NPM :169110088
Konsentrasi : Media Masa
Program Studi : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2021

PERSEMBAHAN

“Skripsi ini saya persembahkan terutama untuk kedua orang tua, keluarga serta kerabat yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini yang tiada pernah hentinya mensupport selama ini memberikan semangat, doa, dorongan dan kasih sayang serta mengorbankan waktu dan materi yang tak tergantikan”



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

MOTTO

“Jangan berlebihan dalam mencintai sehingga menjadi keterikatan, jangan pula berlebihan dalam membenci sehingga membawa kebinasaan”

(Umar bin Khattab)



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabil al'amin, dengan mengucap puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan Rahmat serta Karunia-Nya, sehingga pada saat ini penulis dapat menyelesaikan penyusunan usulan penelitian ini dengan judul “Aktivitas Promosi SMKN Pertanian Terpadu provinsi Riau Dalam Menarik Minat Siswa-siswi Baru”.

Dan tak lupa pula sholawat beserta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita baginda Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah menuntun umat manusia menuju jalan yang penuh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat, sekaligus sebagai suri tauladan bagi kita semua.

Penyusunan penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam penyusunan skripsi pada fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Selama penyelesaian penelitian ini, peneliti menyadari bahwa penyusunan usulan penelitian ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan usulan penelitian ini, yaitu kepada:

1. Bapak Dr. Muhd. AR Imam Riauan, M, I. Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, ide, motivasi dan saran kepada penulis dan juga meluangkan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian ini.

2. Kepada Ibu Cutra Aslinda, M.I. Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah meluangkan waktu dan memberikan petunjuk, saran dan juga pengarahan kepada penulis selama dalam penyelesaian penelitian ini.
3. Kepala Prodi Akademik Dr. Fatmawati, S.IP., MM yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, yang telah memberikan pembekalan penelitian ini dengan berbagai ilmu yang bermanfaat dan serta tidak lupa kepada staf administrasi Fikom Universitas Islam Riau yang telah memberi kemudahan pada penulis selama dalam proses perkuliahan berlangsung.
5. Kepada keluarga besar dan kedua orang tua penulis Bapak Hasan Amin dan Ibu Emi Pujiwati serta adik-adik tercinta yang telah memberikan segala bentuk dukungan kasih sayang dan dorongan semangat serta yang selalu mendo'akan penulis selama dalam proses pengerjaan penelitian.
6. Terimakasih terkhusus kepada Septia Nurhepi yang telah memberikan support sepenuhnya selama dalam proses pengerjaan penelitian.
7. Terimakasih kepada teman-teman seperkumpulan Sunjani, Fadli Rusvi, Roy yang selalu memberikan masukan dan dukungan kepada penulis.
8. Dan kepada teman-teman seperjuangan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Angkatan 2016 dan khususnya kelas C telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam memberikan nasehat dan juga membantu dalam mengumpulkan bahan serta data-data dalam proses penelitian.

Dan juga kepada semua pihak yang telah berjasa membantu penuliis dalam menyelesaikan usulan penelitian ini yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu. Semoga atas semua bantuan, dukungan serta bimbingan yang telah diberikan mendapat balasan yang baik dari Allah SWT.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya dengan penelitian ini baik dari isi maupun pembahasan masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu kritik dan saran yang dapat membangun dengan senang hati akan penulis terima. Dengan ini penulis berharap semoga usulan penelitian ini banyak memberikan manfaat bagi para pembaca dan penulis serta kepada kita semua serta Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, 23 September 2021

(penulis)

DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing	i
Lembar Pernyataan	ii
Halaman Persembahan	iii
Halaman Motto	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Grafik	xii
Abstrak	xiii
<i>Abstract</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Fokus Penelitian	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	10
1. Tujuan	10
2. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Kajian Literatur	11
1. Aktivitas	11
2. Promosi	13
3. Lembaga pendidikan	22
B. Definisi Operasional	24
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Pendekatan Penelitian	29
B. Subjek dan Objek Penelitian	29
1. Subjek Penelitian	29
2. Objek Penelitian	30
C. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	30
1. Lokasi Penelitian	30
2. Waktu Penelitian	31
D. Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan data	32

1. Observasi.....	32
2. Wawancara.....	33
3. Dokumentasi.....	33
F. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data.....	34
G. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHAN.....	36
A. Deskripsi Dan Subjek Penelitian.....	33
B. Hasil Penelitian.....	41
C. Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	64
Daftar Pustaka	
Lampiran	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	26
Tabel 2.2 Rencana waktu penelitian	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.0 Gambar Skema teknik pengumpulan data.....	34
Gambar 1.1 <i>Website</i> SMKN Pertanian Prov. Riau	37
Gambar 1.2 <i>Facebook</i> SMKN Pertanian Prov. Riau	38
Gambar 1.3 <i>Instagram</i> SMKN Pertanian Prov. Riau	38
Gambar 1.4 Channel <i>youtube</i> SMKN Pertanian Prov. Riau	38
Gambar 1.5 Struktur Organisasi SMKN Pertanian Prov. Riau	40
Gambar 1.6 Promosi sekolah dengan brosur	46
Gambar 1.7 Promosi sekolah menggunakan <i>Youtube</i>	47
Gambar 1.8 Promosi sekolah menggunakan media social.....	49
Gambar 1.9 Promosi sekolah menggunakan media spanduk	58
Gambar 1.10 Promosi sekolah bersama Dinas Pendidikan Riau.....	59
Gambar 1.11 Fasilitas asrama SMKN Pertanian Prov. Riau.....	60
Gambar 1.12 Promosi sekolah dengan <i>Website resmi sekolah</i>	62

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Jumlah pendaftar.....	8
----------------------------------	---



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Abstrak

Aktivitas Promosi SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau Dalam Menarik Minat Siswa-Siswi Baru

Nanang Wahyu Hasanto

NPM : 169110088

Promosi merupakan suatu alat yang penting bagi sebuah perusahaan ataupun instansi, baik dalam skala besar maupun kecil untuk tetap menjalankan atau meneruskan perusahaan atau usaha. SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau merupakan sekolah negeri yang ada di Provinsi Riau, seperti namanya sekolah ini bergerak dibidang utamanya pertanian. Dan ditetapkan sebagai sekolah rujukan pertanian oleh Direktorat Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan langkah-langkah aktivitas promosi yang dilakukan oleh SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau dalam menarik minat calon siswa dan siswi baru. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh peneliti berasal dari wawancara dan dokumentasi dan dengan informan penelitian yaitu waka kesiswaan, waka kurikulum dan peserta didik SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa *word of mouth*, publisitas melalui media cetak maupun *online*, pemasaran langsung dan promosi penjualan sangat efektif dalam menarik para calon peserta didik baru, selain itu tingkat keberhasilan promosi dalam *word of mouth* lebih tinggi karena informasi berasal dari pengalaman para peserta didik dan terjadi secara langsung antara informan dan *audience* sehingga informasi akan lebih jelas dan mudah dipahami. Selain itu publisitas melalui media *online* akan membuat calon peserta didik mendapatkan informasi secara detail tentang profil maupun program yang ada di SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau.

Kata Kunci : Aktivitas Promosi, *word of mouth*, publisitas, pemasaran langsung, promosi penjualan

Abstract

Promotional Activities for Integrated Agricultural Vocational Schools of Riau Province in Attracting New Students

Nanang Wahyu Hasanto

NPM : 169110088

Promotion is an important tool for a company or agency, both on a large and small scale to keep running or continuing the company or business. The Integrated Agricultural Vocational School of Riau Province is a public school in Riau Province, as the name suggests, this school is primarily engaged in agriculture. And designated as an agricultural reference school by the Directorate of the Ministry of Education and Culture of the Republic of Indonesia. This study aims to describe the steps of promotional activities carried out by the Integrated Agricultural Vocational School of Riau Province in attracting prospective students and new students. This research uses descriptive qualitative research method. The data obtained by the researcher came from interviews and documentation and with research informants, namely the waka of student affairs, waka of curriculum and students of the Integrated Agriculture Vocational School of Riau Province. From the results of this study it is known that word of mouth, publicity through print and online media, direct marketing and sales promotions are very effective in attracting new prospective students, besides that the success rate of promotion in word of mouth is higher because the information comes from the experiences of the participants. and occurs directly between the informant and the audience so that the information will be clearer and easier to understand. In addition, publicity through online media will make prospective students get detailed information about profiles and programs at the Integrated Agricultural Vocational School of Riau Province.

Keywords: Promotional Activities, word of mouth, publicity, direct marketing, sales promotion

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan sebuah komponen penting dalam kehidupan bagi seseorang untuk masa depan dan juga baik untuk kelangsungan hidupnya. Masih banyak orang yang meyakini ataupun percaya bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang, maka masa depan seseorang tersebut akan terjamin kedepannya. Sehingga disini pendidikan masih merupakan hal pokok yang sangat penting dan tidak bisa di hindarkan dalam sebuah kehidupan. Bahkan ada pepatah mengatakan “tuntutlah ilmu sampai ke negeri Cina” itu menandakan bahwa pendidikan itu sangatlah penting sekali.

Pendidikan juga sangat berperan penting dalam merubah tingkah laku, sikap, dan proses pendewasaan diri. Disini sebuah pendidikan sebagai sarana untuk mendapatkan sebuah perubahan tersebut. Tidak dapat di pungkiri Setiap orang atau setiap individu pastinya menginginkan pendidikan yang sangat tinggi karena semua orang tahu bahwa sebuah pendidikan sangat berguna bagi dirinya baik untuk sekarang maupun dimasa yang akan datang. Setiap orang menginginkan untuk dapat melanjutkan pendidikan atau bersekolah di sekolah favorit terbaik maupun di perguruan tinggi ternama atau terfavorit. Seseorang pasti akan mencari-cari informasi itu semua untuk melanjutkan pendidikan selanjutnya baik ditingkat sekolah dasar (SD) sekolah menengah pertama (SMP) sekolah menengah atas/kejuruan (SMA/SMK) maupun perguruan tinggi (kuliah).

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) pendidikan merupakan proses perubahan sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, proses, cara, perbuatan mendidik. Menurut KBBI di atas sebuah pendidikan banyak mendidik atau mengajarkan hampir semua aspek kehidupan yang baik, untuk itu pendidikan merupakan suatu hal yang penting dan perlu di dapatkan.

Sekolah merupakan bangunan atau lembaga untuk belajar serta tempat menerima dan memberi pelajaran. Dari definisi tersebut bahwa sekolah adalah suatu lembaga atau organisasi yang di beri wewenang untuk menyelenggarakan kegiatan pembelajaran, dan sekolah merupakan komoditas ekonomi dibidang jasa yang artinya perusahaan yang memberikan operasi jasa yakni perusahaan yang memberikan produk jasa yang berwujud ataupun tidak, seperti transportasi, hiburan dan pendidikan

Perusahaan jasa seperti sekolah harus dapat mempunyai rancangan strategi yang baik dan tepat agar tujuan yang sudah di tentukan dan yang hendak di capai oleh sekolah tersebut dapat tercapai dengan baik, dan salah satu tujuan promosi sekolah adalah menarik minat siswa baru untuk masuk ke sekolah tersebut. Dalam menetapkan strategi atau merancang strategi yang baik tentunya memerlukan penanganan yang baik juga. Sebab jika dalam penetapan promosi salah atau kurang tepat dan tidak efektif akan membuat tujuan yang hendak di capai akan gagal dan mengalami kerugian terutama kerugian waktu, materi dan tenaga.

Sehingga sebelum itu semua terjadi pihak perusahaan atau sekolah harus mempunyai promosi yang tepat dan baik.

Ada banyak pertimbangan seseorang dalam menentukan sekolah mana yang hendak di pilih, baik dari segi fasilitas sekolah, biaya masuk, jurusan yang tersedia, akreditasi dan lain sebagainya, karena setiap orang memiliki penilaian dan pandangan tersendiri terhadap sekolah yang akan di pilihnya, dan setiap sekolah tentunya memiliki keunggulannya masing-masing yang dapat di promosikanya dan menjadi daya tarik tersendiri baik dari semua segi dia atas. Untuk itu sekolah harus mempunyai strategi promosi yang bagus agar bisa mengolah dan mempromosikan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya agar maksimal. Sekolah mempunyai dua jenis yakni sekolah negeri dan sekolah swasta dan keduanya mempunyai perbedaan dan keunggulan masing-masing berikut perbedaan dan keunggulan sekolah negeri dan swasta:

Sekolah Negeri:

1. Dikelola pemerintah
2. Biaya SPP dibayar pemerintah
3. Daya tampung kelas biasanya banyak
4. Guru PNS
5. Fasilitas relatif kurang lengkap

Sekolah swasta:

1. Di kelola yayasan
2. SPP dibayar sendiri oleh siswa

3. Daya tampung lebih sedikit
4. Guru honorer
5. Fasilitas cenderung lebih lengkap dan memadai

Untuk menarik minat calon siswa-siswi baru tentunya setiap sekolah mempunyai promosinya masing-masing dalam melakukan promosi, dan setiap sekolah akan membuat promosi yang sedemikian rupa agar menarik calon siswa-siswi baru setiap tahunnya. Kegiatan promosi merupakan media dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh sekolah untuk dapat menarik minat calon siswa-siswi baru. Promosi atau pemasaran ini bertujuan untuk mempengaruhi calon siswa dan siswi baru agar dapat memasuki sekolah tersebut.

Promosi seperti ini dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan memanfaatkan kecanggihan zaman seperti sekarang yakni dengan promosi melalui media sosial tidak dapat di pungkiri lagi perkembangan zaman sekarang telah banyak merubah gaya hidup manusia, hampir semua orang sekarang mempunyai *gadget* dari anak-anak sampai orang tua semuanya hampir mempunyai benda tersebut, dengan demikian promosi melalui media sosial ini lumayan efektif dan cara lain selain menggunakan media sosial ialah melalui media massa yang juga sudah banyak berkembang di masyarakat yakni dengan memasang iklan di Koran dan media massa lainya ini juga merupakan promosi yang baik, selain media-media diatas masih banyak lagi media yang bisa digunakan untuk melakukan promosi tersebut.

Sebelum melakukan promosi tentunya sekolah harus mempunyai strategi yang baik dan bagus agar tidak gagal di kemudian hari yang dapat menyebabkan banyak kerugian, strategi merupakan sebuah perencanaan yang dibuat oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang hendak di capai. Dalam program komunikasi penetapan promosi memerlukan penanganan yang yang hati-hati. Promosi merupakan salah satu unsur atau variabel dalam sebuah bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Menurut Kismono (2011:395) kegiatan promosi adalah kegiatan yang dilakukan pemasaran untuk mempengaruhi pihak lain agar berpartisipasi dalam kegiatan pertukaran, pemasaran yang di maksud adalah menyebarkan informasi yang di tawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Dari uraian di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa, promosi merupakan kegiatan bauran promosi yang harus dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menarik minat sasarannya. begitu juga dengan sekolah harus dengan benar dan baik dalam menyusun aktivitas promosinya yakni dengan menonjolan keunggulan-keunggulan yang dimiliki sekolah baik fasilitas, prestasi dan lain sebagainya agar dapat mempengaruhi minat calon siswa-siswi baru.

Ditambah dengan adanya kondisi yang belum kondusif karena pandemi seperti sekarang yang membatasi ruang gerak bagi sekolah dalam melaksanakan strategi promosi karena masih di batasi oleh pemerintah untuk berbagai kegiatan yang sudah terjadi beberapa bulan terakhir ini.

Dengan adanya Covid 19 ini sehingga pemerintah menghimbau kepada masyarakat dalam melakukan kegiatan, itu juga berdampak kepada SMKN Pertanian terpadu Provinsi Riau dalam melakukan promosinya dalam menarik minat calon siswa-siswi baru.

SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau merupakan sekolah negeri yang berdiri sejak tahun 2005 yang berada di Jl. Kaharudin Nasional km 10 RT,03 RW,02 Maharatu Kec. Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Prov. Riau

SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau merupakan salah satu sekolah yang berbasis semi militer dan semi pesantren, selain itu Smkn Pertanian Terpadu Pekanbaru juga mempunyai banyak keahlian atau jurusan yang bisa diambil oleh calon siswa dan siswi baru, salah satunya :

1. Agribisnis tanaman pangan dan hortikultura (ATPH)
2. Agribisnis tanaman perkebunan (ATP)
3. Agribisnis ternak unggas (ATU)
4. Agribisnis perikanan air tawar (APAT)
5. Agribisnis pengolahan hasil pertanian (APHP)
6. Agro industry (AI)
7. Alat mesin pertanian (AMP)
8. Pembenihan dan pemuliaan tanaman (PPT)

Semua bidang keahlian atau jurusan di atas semua ada di SMKN Pertanian terpadu provinsi Riau, dan juga mempunyai banyak keunggulan seperti, gedung sekolah yang nyaman dan sejuk karena di kelilingi banyak

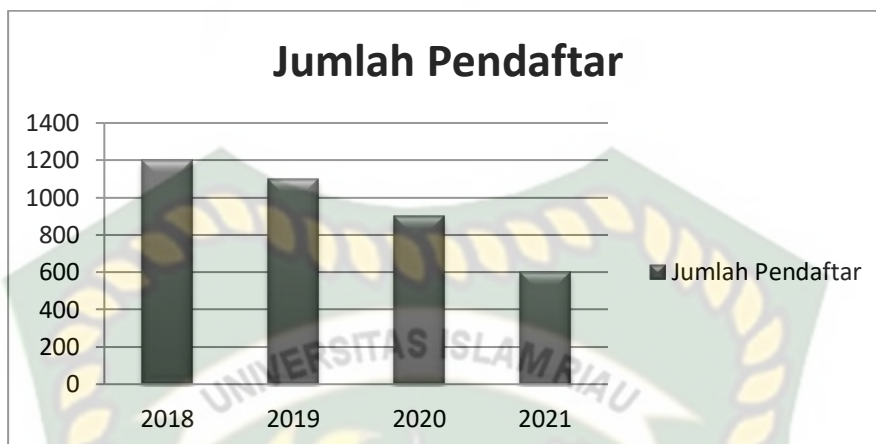
pohon yang rindang, mempunyai ruang kelas yang ber-AC, mempunyai akses internet seperti wifi dan mempunyai asrama untuk para siswa dan siswi dan juga di sediakan konsumsi yang teratur untuk para siswa dan siswi yang ada disana, selain itu fasilitas pendukung lainnya ialah fasilitas olahraga yang lengkap dan masih banyak lainnya.

SMKN pertanian terpadu provinsi Riau juga mempunyai segudang keunggulan dan prestasi seperti, meraih juara III LKS SMKN tingkat nasional tahun 2020 dan sebagai *center of excellent (CoE)* kerja sama luar negeri pada kompetensi keahlian agribisnis perikanan air tawar (APAT).

Dengan adanya berbagai keunggulan dan prestasi seperti di atas bisa di jadikan promosi sekolah sehingga makin menarik minat calon siswa dan siswi baru. Karena banyak sekolah-sekolah lain yang ada di pekanbaru yang menjadi pesaing SMKN pertanian terpadu provinsi Riau ini, untuk itu perencanaan yang tepat pada aktivitas promosi akan membuat sekolah ini semakin berkembang dan dengan siswa siswi baru yang mumpuni dan mampu bersaing baik di dunia pendidikan, pekerjaan maupun di masyarakat.

Berikut grafik jumlah siswa pendaftar setiap tahunnya dari tahun ajaran 2018 hingga 2021.

Grafik 1.1



(Sumber: SMKN Pertanian Terpadu Prov. Riau)

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa siswa pendaftar tertinggi di SMKN pertanian terpadu provinsi Riau terjadi pada tahun 2018 sekaligus menjadi jumlah pendaftar tertinggi yang pernah terjadi di sekolah ini. dan dari tahun ke tahun terus mengalami penurunan, dan penurunan terbanyak terjadi pada tahun 2021 yang hanya 600 jumlah siswa pendaftar.

Segala bentuk promosi sudah banyak di lakukan oleh SMKN pertanian terpadu provinsi Riau, seperti halnya yang di sampaikan narasumber kepada peneliti seperti melakukan promosi melalui iklan di berbagai media sosial, seperti *website*, *instagram*, *facebook* dan lain-lain. Selain itu juga melakukan promosi melalui memasang spanduk, menyebar brosur dan tak ketinggalan juga dengan cara *door to door* ialah dengan melakukan promosi dengan datang ke sekolah-sekolah sebagai bentuk sosialisasi dan promosi dan hal ini sudah di lakukan setiap tahunnya yakni dengan mendatangi sekolah menengah pertama (SMP) yang ada di Pekanbaru.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Aktivitas Promosi SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau Dalam Menarik Minat Siswa-Siswi Baru”

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Tidak adanya tim khusus yang dibentuk oleh sekolah dalam melakukan promosi sehingga promosi yang dilakukan kurang berjalan secara maksimal.
2. Kurangnya pihak SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau dalam memperbaharui semua informasi yang ada di *internet* maupun social media yang mereka punya.

C. Fokus penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah di kemukakan tersebut maka penelitian ini di batasi pada masalah “ Aktivitas Promosi SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau dalam menarik minat siswa-siswi baru”.

D. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut.maka dirumuskan inti permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana aktivitas promosi SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dalam melakukan promosi untuk menarik minat siswa-siswi baru?

2. Apa sajakah faktor penghambat dan faktor pendukung SMKN pertanian terpadu Provinsi Riau dalam menghadapi ketatnya persaingan dalam keadaan pandemi seperti ini?

E. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui seperti apa aktivitas promosi SMKN Terpadu Provinsi Riau dalam menarik minat calon mahasiswa baru
- b. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dalam menghadapi ketatnya persaingan dalam keadaan pandemi seperti ini

2. Manfaat

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori komunikasi khususnya tentang aktivitas promosi SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dalam melakukan promosi.

Selain itu juga dapat di jadikan sebagai landasan untuk memperkaya wawasan tentang aktivitas promosi

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat memberikan pengetahuan bagi pihak sekolah dan calon siswa baru.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Aktivitas

a) Pengertian aktivitas

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, aktivitas diartikan sebagai segala bentuk keaktifan dan kegiatan. Aktivitas adalah keaktifan, kegiatan-kegiatan, kesibukan atau bisa juga berarti kerja atau salah satu kegiatan kerja yang dilaksanakan tiap bagian dalam tiap suatu organisasi atau lembaga. Menurut ilmu sosiologi aktivitas diartikan sebagai segala bentuk kegiatan yang ada di masyarakat seperti gotong royong dan kerja sama disebut sebagai aktivitas sosial baik yang berdasarkan hubungan tetangga atau kekerabatan.

Aktivitas merupakan sesuatu kegiatan yang didasari oleh keinginan untuk melakukan sesuatu agar mencapai atau mendapatkan sesuatu. Menurut Mulyono (dalam Rikson, Damanik 2013:11) Aktivitas adalah segala sesuatu yang dilakukan untuk kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun non fisik. Dari definisi diatas dapat disimpulkan, bahwa aktivitas adalah kegiatan, kesibukan atau bisa diartikan kerja sama yang dilakukan oleh setiap individu maupun kelompok dengan tujuan menjadi lebih baik daripada sebelumnya.

Dalam kehidupan sehari-hari banyak sekali aktivitas, kegiatan, atau kesibukan yang dilakukan manusia. Namun, berarti atau tidaknya kegiatan tersebut bergantung pada individu tersebut. Karena, menurut Samuel soeitoe sebenarnya, aktivitas bukan hanya sekedar kegiatan, beliau mengatakan bahwa aktivitas, dipandang sebagai usaha mencapai atau memenuhi kebutuhan.

b) Jenis-jenis aktivitas

Aktivitas banyak sekali macamnya, maka para ahli mengadakan klasifikasi atas macam-macam aktivitas tersebut diantaranya:

- 1) Kegiatan-kegiatan visual Membaca, melihat gambar-gambar, mengamati eksperimen, demonstrasi, pameran, dan mengamati orang lain bekerja atau bermain.
- 2) Kegiatan-kegiatan lisan (oral) Mengemukakan suatu fakta atau prinsip, menghubungkan suatu kejadian, mengajukan pertanyaan, memberi saran, mengemukakan pendapat, wawancara, diskusi dan interupsi.
- 3) Kegiatan-kegiatan mendengarkan Mendengarkan penyajian bahan, mendengarkan percakapan atau diskusi kelompok, mendengarkan suatu permainan, mendengarkan radio.
- 4) Kegiatan-kegiatan menulis Menulis cerita, menulis laporan, memeriksa karangan, bahan-bahan kopi, membuat rangkuman, mengerjakan tes, dan mengisi angket.

- 5) Kegiatan-kegiatan menggambar Menggambar, membuat grafik, chart, diagram peta, dan pola.
- 6) Kegiatan-kegiatan metrik Melakukan percobaan, memilih alat, melaksanakan pameran, membuat model, menyelenggarakan permainan, menari dan berkebun.

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi berasal dari kata *Promote* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Pengertian tersebut jika dihubungkan dengan bidang penjualan berarti sebagai alat untuk meningkatkan omzet penjualan. Aktivitas Promosi merupakan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh pemilik produk atau jasa yang diberikan kepada masyarakat dengan tujuan agar para konsumen dapat menggunakan barang dan jasa tersebut atau membelinya (Fandy Tjiptono 219:2008). Selain itu kegiatan promosi juga menjadi salah satu ajang untuk mengenalkan produk dan jasa serta mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Promosi (*promotion*) adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan, misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha (Wirasamita, 399:2012). Sebaik apapun mutu sebuah produk atau jasa, semenarik apapun bentuk rupanya atau sebesar apapun manfaatnya, jika tidak ada orang yang mengetahui tentang keberadaannya, maka mustahil produk atau jasa tersebut dibeli.

Produk yang sudah bagus dengan harga yang sudah bagus itu tidak dapat dikenal oleh konsumen maka produk tersebut tidak akan berhasil di pasar. Sarana dan prasarana yang dibutuhkan secara efektif agar informasi mengenai hadirnya sebuah produk, dapat sampai kepada masyarakat atau konsumen.

Upaya untuk mengenalkan produk itu kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan promosi.

- 1) Menurut Tjiptono (dalam Onny Fitriana S dkk, 2017:8) promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.
- 2) Sementara Sistaningrum (dalam Onny Fitriana S dkk, 2017:8) mengungkapkan arti promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang.
- 3) Konsumen aktual adalah konsumen yang langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat atau sesaat setelah promosi produk tersebut dilancarkan perusahaan. Dan konsumen potensial

adalah konsumen yang berminat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan di masa yang akan datang.

- 4) Definisi menurut H. Indriyo Gitosudarmo M.Com (dalam Onny Fitriana S dkk, 2017:9) “Promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut”.

Sudah seperti kita ketahui promosi merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan perusahaan agar perusahaan tersebut dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dan berkembang, tidak hanya menghasilkan produk atau jasa, menetapkan harga, dan menjual produk atau jasa. Jika dikaitkan dengan promosi, aktivitas promosi merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu merek produk atau jasa kepada khalayak atau target market.

b. Bauran Promosi

Bauran promosi merupakan gabungan arus informasi secara menyeluruh dan hanya dilakukan oleh satu organisasi atau individu tertentu. Ini berbeda dengan komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk memuaskan semua pihak. Semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi pemasaran melakukan cara yang sama yaitu

mendengarkan, bereaksi dan berbicara sampai tercipta hubungan pertukaran yang memuaskan.

Menurut William J Stanton (dalam Onny Fitriana S dkk, 2017:9) “Bauran Promosi adalah satu aspek yang penting dalam menuju pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses lanjut ini disebabkan karena bauran promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan”. Kegiatan promosi tidak boleh berhenti hanya pada memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhinya agar konsumen tersebut menjadi senang dan kemudian membeli produknya. Alat-alat bauran promosi dikelompokkan menjadi 4 bagian yaitu :

1) Periklanan (*Advertising*)

Menurut Basu Swatha (dalam Onny Fitriana S dkk, 2017:10) “Periklanan adalah komunikasi non individu, dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non laba, serta individu-individu.” Periklanan bersifat menjangkau masyarakat luas (massal), tidak pribadi tapi secara langsung dengan audien (impersonal) dan dapat menyampaikan gagasan secara menyakinkan dan menimbulkan efek yang dramatif (ekspresif).

Menurut Muhammad Jaiz (dalam Onny Fitriana S dkk, 2017:10) “periklanan adalah komunikasi massa dan harus dibayar untuk menciptakan kesadaran (*awareness*), menanamkan informasi,

mengembangkan sikap, atau adanya tindakan yang menguntungkan bagi pengiklan”. Dengan kata lain periklanan merupakan suatu bentuk komunikasi ke khalayak orang yang bertujuan untuk penanaman informasi dengan mempengaruhi konsumen agar menciptakan dan dapat memuaskan keinginan konsumen yang dapat menyampaikan komunikasi kepada konsumen.

Fungsi-fungsi periklanan menurut Basu Swastha adalah:

- a) Memberi Informasi Periklanan dapat menambah nilai pada suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen. Iklan dapat memberikan informasi lebih banyak daripada lainnya, baik tentang barangnya, harganya ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan bagi konsumen. Nilai yang diciptakan oleh periklanan tersebut dinamakan faedah informasi. Tanpa adanya informasi seperti itu orang segan atau tidak akan mengetahui banyak tentang suatu barang.
- b) Membujuk atau Mempengaruhi Periklanan tidak hanya bersifat memberitahu saja, tetapi juga bersifat membujuk terutama kepada pembeli-pembeli potensial dengan menyatakan bahwa suatu produk adalah lebih baik daripada produk lain. Dalam hal ini iklan yang sifatnya membujuk tersebut lebih baik dipasang pada media-media seperti televisi atau majalah.
- c) Menciptakan Kesan Dengan sebuah iklan, orang akan mempunyai suatu kesan tertentu tentang apa yang diiklankan.

Dalam hal ini, pemasangan iklan selalu berusaha untuk menciptakan iklan yang sebaikbaiknya. Periklanan juga dapat menciptakan kesan pada masyarakat untuk melakukan pembelian secara rasional dan ekonomis.

- d) Memuaskan Keinginan Sebelum memilih dan membeli produk, kadang-kadang orang ingin diberitahu lebih dulu. Sebagai contoh mereka ingin mengetahui dulu tentang gizi, vitamin dan harga pada sebuah produk makanan yang paling untuk keluarga. Periklanan merupakan salah satu alat komunikasi yang sangat efisien bagi para penjual. Mereka harus menggunakannya untuk melayani orang lain, masyarakat dan mereka sendiri.
- e) Periklanan Merupakan Alat Komunikasi Periklanan adalah suatu alat untuk membuka komunikasi dua arah penjual atau pembeli, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi dengan cara yang efisien dan efektif. Dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan. Pemilihan media iklan merupakan salah satu keputusan penting yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan sebuah iklan. Setiap media mempunyai karakteristik yang berbeda, dimana hal ini sangat berkaitan dengan tujuan iklan yang dapat dicapai. Adapun jenis-jenis media tersebut adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, papan reklame, direct mail, dan sebagainya.

2) Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Menurut Peter & Olson (dalam Onny Fitriana S dkk, 2017:13) “Promosi penjualan didefinisikan sebagai peristiwa memasarkan berfokus pada tindakan yang tujuannya untuk memberi dampak langsung terhadap perilaku pelanggan sebuah perusahaan”. Promosi penjualan adalah merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. Promosi penjualan sangat responsif karena mampu menciptakan respon audien terhadap perusahaan. Teknik-teknik promosi penjualan cenderung memiliki siklus popularitas, promosi yang menyangkut ide tentang bagaimana pembeli dan penjual memperoleh keuntungan dengan adanya promosi penjualan.

3) Publikasi (*publication*)

Publisitas merupakan cara yang biasanya digunakan juga oleh pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk tersebut di media masa. Menurut H. Indriyo Gitosudarmo M.Com, Publisitas adalah “Suatu alat promosi yang mampu membentuk opini masyarakat secara cepat, sehingga disebut sebagai suatu usaha untuk mensosialisasikan atau memasyarakatkan suatu

produk”. Basu Swastha mendefinisikan Publisitas sebagai “Sejumlah informasi tentang seseorang, barang, atau organisasi yang disebar luaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya, atau tanpa pengawasan dari sponsor”. Pada garis besarnya publisitas dapat dipisahkan ke dalam dua kriteria yaitu :

- a) Publisitas produk Publisitas produk adalah publisitas yang ditujukan untuk menggambarkan atau memberitahukan kepada masyarakat (konsumen) tentang suatu produk beserta penggunaannya.
- b) Publisitas kelembagaan Publisitas kelembagaan adalah publisitas yang menyangkut tentang organisasi pada umumnya. Kegiatankegiatan yang dapat dipublikasikan di sini tentunya berupa kegiatan yang dianggap pantas untuk dijadikan berita.
- 4) Penjualan Personal (Personal Selling) Promosi bersifat personal sehingga responsif terhadap perilaku audiens. Penjualan personal mampu membina relasi antara perusahaan dengan konsumen

c. Tujuan Pelaksanaan Promosi

Promosi pada umumnya merupakan kegiatan dunia usaha yang ditujukan untuk meingkatkan pejualan atau produktifitas dan pendapatan perusahaan, tujuan kegiatan promosi adalah memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, pemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut yang

dimiliki, harga, dimana dan cara memperolehnya (Fandy Tjiptono, 2008).

Dalam praktek, promosi dapat dilakukan dengan mendasarkan pada tujuan-tujuan berikut ini:

- 1) Modifikasi Tingkah Laku Orang-orang yang melakukan komunikasi itu mempunyai beberapa alasan, antara lain: mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan atau instruksi, memberikan informasi, mengemukakan ide dan pendapat. Sedangkan promosi, dari segi lain, berusaha merubah tingkah laku dan pendapat. Penjual selalu menciptakan kesan baik tentang dirinya atau mendorong pembelian barang dan jasa perusahaan.
- 2) Memberitahu Kegiatan promosi itu dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informasi umumnya lebih sesuai dilakukan pada tahap-tahap awal di dalam siklus kehidupan produk. Kiranya hal ini merupakan masalah penting untuk meningkatkan permintaan primer. Sebagian orang tidak akan membeli barang atau jasa sebelum mereka mengetahui produk tersebut dan apa faedahnya. Promosi yang bersifat informatif ini juga penting bagi konsumen karena dapat membantu dalam pengambilan keputusan untuk membeli.
- 3) Membujuk Promosi yang bersifat membujuk (persuasif) umumnya kurang disenangi oleh sebagian masyarakat. Namun kenyataannya

sekarang ini justru yang banyak muncul adalah promosi yang bersifat persuasif. Promosi demikian ini terutama diarahkan untuk mendorong pembelian. Sering perusahaan tidak ingin memperoleh tanggapan secepatnya tetapi lebih mengutamakan untuk menciptakan kesan positif. Hal ini dimaksudkan agar dapat memberi pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli. Promosi yang bersifat persuasif ini akan jadi dominan jika produk yang bersangkutan mulai memasuki tahap pertumbuhan di dalam siklus kehidupannya.

- 4) Mengingat Promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merk produk di hati masyarakat dan perlu dilakukan selama tahap kedewasaan di dalam siklus kehidupan produk. Ini berarti pula perusahaan berusaha untuk paling tidak mempertahankan pembeli yang ada.

3. Lembaga Pendidikan

a. Pengertian Lembaga Pendidikan

Menurut Bafadhol (2017:135) lembaga pendidikan adalah lembaga atau tempat berlangsungnya proses pendidikan yang dilakukan dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku individu kearah yang lebih baik melalui intraksi dengan lingkungan sekitar. Lupiyoadi (2006:159) menyatakan lembaga pendidikan membutuhkan komunikasi yang efektif dengan pasar-pasar. Mereka harus menginformasikan kepada konsumen tentang tujuan, aktifitas, dan

menawarkan untuk memotivasi mereka agar tertarik dengan programnya. Setiap lembaga pendidikan harus secara teratur mengkomunikasikan diri melalui programnya, mahasiswa, alumni, kampus, dan program komunikasi diri melalui program komunikasi lainnya. Kebanyakan lembaga pendidikan dalam berkomunikasi dengan pasar menggunakan humas, publikasi pemasaran formal, dan periklanan yang menciptakan jenis utama dari program komunikasi pemasaran formal.

a) Humas

Menurut Sukatendel (dalam Christian S. Tendean, 2013:4) humas adalah metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar kepentingan bersama. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa humas merupakan fungsi manajemen untuk memberikan kesan positif pada organisasi atau perusahaan yang diwakilinya.

Tugas dari humas adalah membentuk, memelihara atau mengubah sikap perilaku publik terhadap lembaga pendidikan.

Prosesnya terdiri dari lima langkah yaitu

- 1) Mengidentifikasi publik yang relevan dengan lembaga
- 2) Mengukur citra dan perilaku publik terhadap lembaga
- 3) Membangun citra dan tujuan perilaku untuk publik
- 4) Mengembangkan strategi humas dengan biaya efektif

b) Publik pemasaran

Publik pemasaran meliputi surat langsung, buku petunjuk, prospectus, catalog, dan publikasi lainnya untuk kebutuhan pemasaran spesifik.

c) Periklanan

merupakan bentuk komunikasi non personal yang disajikan melalui media yang dibayar oleh sponsor tertentu. Dengan perencanaan yang hati-hati lembaga dapat membuat periklanannya lebih efektif. Program periklanan melibatkan lima keputusan utama

- 1) Menetapkan tujuan periklanan
- 2) Menentukan anggaran periklanan
- 3) Memutuskan tentang pesan yang ingin disampaikan
- 4) Menyeleksi media yang digunakan
- 5) Mengevaluasi keefektifan periklanan.

B. Defenisi Operasional

Definisi operasional adalah mendefenisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati, memungkinkan penelitian untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena. Definisi operasional berfungsi untuk menyederhanakan arti kata atau pemikiran tentang ide, hal dan kata-kata yang digunakan agar orang lain memahami maksudnya dengan keinginan penulis (Notoatmodjo, 2012:43).

1. Aktivitas Promosi

Aktivitas merupakan sesuatu kegiatan yang didasari oleh keinginan untuk melakukan sesuatu agar mencapai atau mendapatkan sesuatu. Menurut (Mulyono, 2011:26) Aktivitas adalah segala sesuatu yang dilakukan untuk kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun non fisik

2. SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau

SMKN Pertanian Terpadu Pekanbaru merupakan sekolah negeri di Pekanbaru. Kepala sekolah DRA. Sudarti, MM, waka kesiswaan ABD, Fatah, S.Pd,I dan Rini Sepbrina, S.Pt sebagai waka humas. Sekolah ini berdiri sejak 2005 hingga saat ini dan sudah meluluskan ribuan siswa-siswi. Sekolah ini mempunyai 40 Guru pengajar, 674 siswa laki-laki, 598 siswa perempuan serta memiliki 26 ruang kelas dan mempunyai 4 ruang laboratorium utama yang berada di jalan Kaharudin Nasution.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

(Tabel 2.1)
Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama penulis	Judul Penelitian	Hasil
.	Adi Kuncoro Mukti (2018)	Aktivitas promosi desa wisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Program studi ilmu komunikasi, fakultas ilmu social dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,Indonesia.) Vol 2, no. 1, Desember 2018 hal 27.	Hasil penelitian menunjukkan aktivitas promosi. 1. Promosi mejadi salah satu alat penting bagi sebuah perusahaan atau instansi baik dalam sekala besar maupun kecil untuk tetap dapat menjalankan perusahaan atau usaha. 2. Publisitas di media Koran sangat efektif di karenakan pengelola selalu memberikan pelayanan terbaik di setiap pengunjung
	Ramsiah Tasrudin (2015)	Strategi promosi periklanan yang efektif (Program studi ilmu komunikasi, fakultas ilmu dakwah dan komunikasi) Vol 2, no. 1, Desember 2018: 107-116	Hasil penelitian menunjukan bahwa periklanan membutuhkan efektivitas promosi melalui tingkat tinggi tentang bagaimana iklan terkini bias laku dan mampu merebut pangsa pasar yang telah direncanakan sebelumnya lewat matangnya perencanaan bisnis di strategi pemasaran (promosi)
.	Margareta dkk (2018)	Strategi pemasaran sekolah dalam peningkatan minat peserta didik berdasarkan delta model. Vol. 5, No. 1, Januari-juni 2018, Hal. 1-14.	Hasil penlitian menunjukkan bahwa uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji ahli dan praktisi serta tehnik triangulasi sumber dan tehnik 1. Strategi pemasaran sekolah dalam peningkatan minat peserta didik (target utama adalah peserta didik baru yang sedang berlangsung) 2. Hambatan dan kekurangan strategi pemasaran dalam

			<p>peningkatan pelanggan (berdasarkan hasil wawancara menginformasikan bahwa pelaksanaan strategi pemasaran belum sesuai dengan yang diharapkan)</p> <p>3. Strategi pemasaran sekolah berdasarkan delta model dalam peningkatan peserta didik.</p>
--	--	--	--



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Perbandingan persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti, yaitu

1. Perbandingan dengan penelitian Adi Kuncoro Mukti (2018). Aktivitas promosi desa wisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan

Perbedaannya adalah Adi Kuncoro Mukti meneliti tentang bagaimana meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan

Persamaannya adalah sama sama mengambil metode penelitian Kualitatif

2. Perbandingan dengan penelitian Ramsiah Tasrudin (2015). Strategi promosi periklanan yang efektif

Perbedaannya adalah Ramsiah Tasrudin meneliti tentang promosi periklanan

Persamaannya adalah sama-sama meneliti dengan sistem promosi

3. Perbandingan dengan penelitian Ririn Tius Eka Margareta (2018). Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta model

Perbedaannya adalah Ririn Tius Eka Margareta meneliti dengan menggunakan delta model

Persamaannya adalah sama-sama ingin mengetahui bagaimana cara menarik minat siswa.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yang menerapkan metode dengan cara mengumpulkan dan menyusun dengan mengklarifikasi data lalu kemudian di analisa serta di interpretasikan dari seluruh data yang telah diperoleh. Penggunaan pendekatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku orang peristiwa lapangan, serta kegiatan-kegiatan tertentu secara terperinci dan mendalam. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan yang berdasarkan fenomenologis, yaitu fenomena-fenomena yang terjadi atau realita yang terjadi di lapangan atau masyarakat.

Pendekatan ini bertujuan untuk mengkaji dan mengklarifikasi mengenai adanya suatu fenomena yang terjadi di lapangan. Suatu fenomena yang ada di lapangan yang mengungkapkan jika dengan adanya metode deskriptif kualitatif bisa di jadikan prosedur untuk memecahkan masalah berdasarkan fakta-fakta yang ada dan tampak di lapangan.

B. Subjek dan objek penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian sebagai individu, benda atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang di butuhkan dalam pengumpulan data penelitian Bungin (dalam Rahmadi,2011:61). Dengan ini peneliti memilih subjek menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik

sampel *purposive* dilakukan dengan cara menentukan kriteria khusus atau pertimbangan karakteristik tertentu terhadap sampel atau subjek penelitian yang akan di teliti. Terutama orang yang ahli dibidangnya atau orang yang memahami maupun mengetahui terkait permasalahan tersebut.

Berdasarkan hal ini maka peneliti menetapkan subjek yaitu sebagai berikut:

- a. Bapak ABD Fatah, S.Pd,I Waka kesiswaan SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau
- b. Sesri Madona, S.Pt., Waka Kurikulum SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau
- c. Rian Maulana peserta didik SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau

2. Objek Penelitian

Berdasarkan objek pada penelitian ini yakni adalah Ativitas Promosi dalam menarik minat siswa-siswi baru di SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau

C. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau berada di Jl. Kaharudin Nasution Km 10 rt,03 rw,02 Maharatu Kec. Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Prov. Riau.

2. Waktu Penelitian

Tabel 2.2
Rencana waktu penelitian

NO	Jenis Kegiatan	Bulan Dan Minggu Ke																KET
		Februari				Maret				Agustus				November				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Persiapan dan Penyusunan UP	X	X	X	X													
2	Seminar UP					X												
3	Riset					X												
4	Peneliti Lapangan						X	X	X	X								
5	Pengolahan Dan Analisis Data										X	X						
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi													X				
7	Ujian Skripsi														X			
8	Revisi Dan Pengesahan Skripsi															X	X	
9	Penggandaan Serta Penyerahan																X	

D. Sumber Data

Menurut Bungin (dalam Rahmadi 2011:60) sumber data adalah subjek darimana data di peroleh bisa juga didefinisikan sebagai tempat peneliti mengamati, membaca atau bertanya mengenai informasi tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Informasi yang di peroleh dari sumber penelitian ini kemudian di sebut data.

1. Data primer

Menurut Bungin (dalam Rahmadi 2011:71) data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2015:187) data primer yaitu sumber yang secara langsung memberikan data pada peneliti. Data diambil dengan cara melakukan wawancara, pengamatan, dan dokumentasi

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat melalui sumber, yaitu seperti buku, artikel, dan lainnya. Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti melalui orang lain ataupun dokumen (Sugiyono, 2015:187). Sedangkan menurut Bungin (dalam Rahmadi 2011:71) data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan dan menggunakan tiga teknik yang mendukung penelitian ini di antaranya:

1. Observasi

Menurut Rahmadi (2011:80) pengamatan atau observasi berarti melihat dengan penuh perhatian, observasi diartikan sebagai cara-cara mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok yang diteliti secara langsung. Pengamatan dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Pengamatan secara langsung berarti peneliti

secara langsung melakukan pengamatan terhadap objek penelitiannya ditempat dan waktu terjadinya peristiwa, sementara pengamatan tidak langsung dilakukan melalui perantaraan alat tertentu, seperti rekaman video, film, rangkaian *slide*, dan rangkaian foto.

2. Wawancara

Menurut Rahmadi (2011:75) tehnik wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui pengajuan sejumlah pertanyaan secara lisan kepada subjek yang di wawancarai. Teknik wawancara dapat pula di artikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan data dengan bertanya langsung secara bertatap muka dengan responden atau informan yang menjadi subjek penelitian. Pada era teknologi komunikasi yang canggih seperti sekarang ini, wawancara dengan bertemu langsung atau bertatap muka tidak lagi menjadi syarat yang mesti di lakukan, karena dalam tertentu peneliti dapat berkomunikasi dengan informanya melalui handphone, atau melalui internet.

3. Dokumentasi

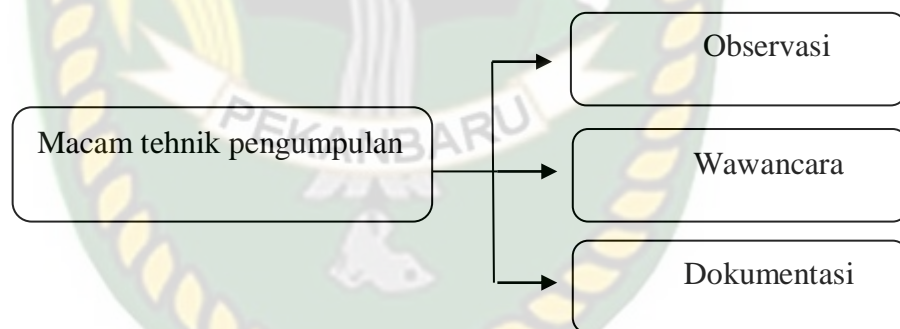
Menurut rahmadi (2011:85) dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalauai sejumlah dokumen (informasi yang di dokumentasikan) berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam. Dokumen tertulis dapat berupa arsip catatan harian, autobiografi, memorial, kumpulan surat pribadi dan sebagainya.

Sementara dokumen terekam dapat berupa film, kaset rekaman, mikro film, foto atau video dan lain sebagainya.

Studi metode dokumentasi ini dilakukan untuk mendapatkan data-data yang belum di peroleh dari metode observasi dan wawancara dan merupakan sebagai pelengkap dari data yang belum di dapatkan. Data-data yang dikumpulkan dengan tehnik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder sedangkan data-data yang di kumpulkan dengan tehnik observasi dan wawancara merupakan data primer yang di dapat langsung dari pihak informan.

(Gambar Skema 1:1)

Tehnik pengumpulan data penelitian kualitatif



F. Teknik Pemeriksaan Dan Keabsahan Data

Tehnik pemeriksaan dan keabsahan data dalam penelitian ini di lakukan agar peneliti mendapatkan hasil yang di inginkan serta dapat menyimpulkan dari hasil yang diinginkan serta dapat menyimpulkan dari penelitian yang di dapat dan juga dapat di pertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tehnik triangulasi, tehnik ini

merupakan sebuah konsep metodologis pada penelitian kualitatif yang perlu di ketahui oleh peneliti kualitatif.

Menurut Hardani dkk (2020:154) triangulasi diartikan sebagai tehnik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai tehnik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai tehnik pengumpulan data dan sumber data.

Jika peneliti mengambil triangulasi tehnik berarti peneliti menggunakan pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.

G. Teknik Analisi Data

Menurut Bodan (dalam Hardani dkk 2020:161) analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat lebih mudah di pahami, dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkanya ke dalam unit-unit melakukan sitesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan di pelajari dan membuat simpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian

1. SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau

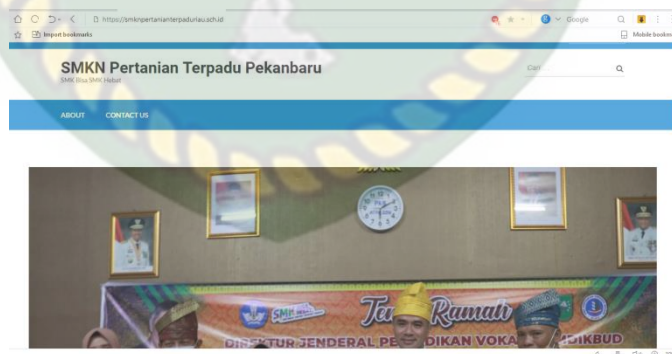
SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau berdiri pada tanggal 1 Agustus 1962 dengan nama SPP-SPMA Negeri Pekanbaru di atas area seluas 236 Ha. Sejak tanggal 9 Agustus 2005 SPP-SPMA Negeri Pekanbaru kemudian berubah nama menjadi SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau di bawah binaan Dinas Pendidikan Provinsi Riau.

Merupakan sekolah negeri yang berada di Pekanbaru. Kepala sekolah DRA. Sudarti, MM, waka kesiswaan ABD, Fatah, S.Pd,I dan Rini Sepbrina, S.Pt sebagai waka humas. Sekolah ini mempunyai 90 Guru pengajar, 729 siswa laki-laki, 600 siswa perempuan. SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau ini sudah berakreditasi A dan memiliki fasilitas yang lengkap seperti 84 ruang kelas, 8 ruang laboratorium, 3 perpustakaan, 7 asrama, green house, koicha dan fasilitas olahraga. SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau sejak tahun 2011 telah menerapkan sistem manajemen mutu ISO 9001:2008, pada tahun 2012 SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau menerima penghargaan sebagai sekolah Adiwisata Nasional dari menteri lingkungan hidup. Pada tahun 2015 ditetapkan sebagai sekolah rujukan pertanian oleh Direktorat Pembinaan SMK Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI. Dan juga memiliki kerja sama dengan *Korea Internatioanal Cooperation Agency*

(KOICA) Korea Selatan yaitu penempatan relawan Korea *Junior expert* sebagai staff pengajar pengembang Laboratorium Kultur Jaringan di sekolah ini.

SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau berlokasi di jalan Jl. Kaharudin Nasution Km 10 rt,03 rw,02 Maharatu Kec. Maroyan Damai Kota Pekanbaru Prov. Riau. Di sekitar sekolah terdapat instansi yang bergerak di sektor pertanian sekaligus menjadi faktor pendukung sekolah seperti kantor Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Riau dan Balai Benih Induk Hortikultura (BBIH) Padang Marpoyan sekaligus menjadi Agrowisata yang ada di pekanbaru. SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau mempunyai beberapa sosial media yang lengkap yang dapat di akses untuk mencari atau melihat lebih dalam informasi dan perkembangan yang terjadi di sekolah ini. Diantaranya seperti:

Website <http://smknpertanianterpaduriau.sch.id/>



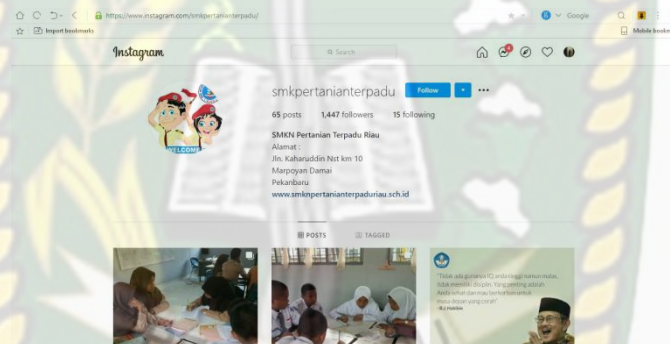
(gambar 1.1 website SMKN Pertanian Terpadu Prov. Riau)

Facebook



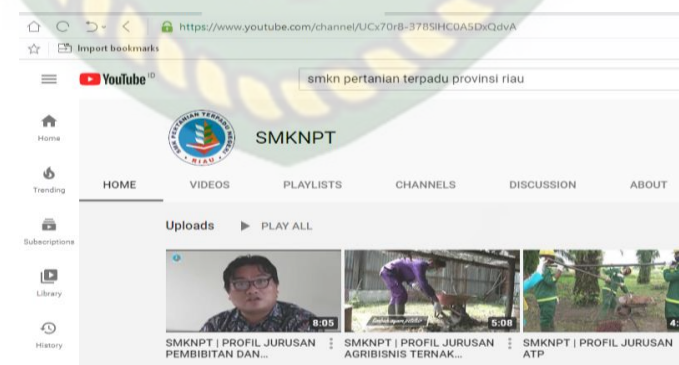
(gambar 1.2 facebook SMKN Pertanian Terpadu Prov. Riau)

Instagram



(gambar 1.3 instagram SMKN Pertanian Terpadu Prov. Riau)

Youtube



(gambar 1.4 chanel youtube SMKN Pertanian Terpadu Prov. Riau)

2. Visi Dan Misi SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau

a. Visi SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau

Menjadi pusat pengembangan eduwisata agribisnis dan agroteknologi yang berbasis kelingkungan alam tahun 2023

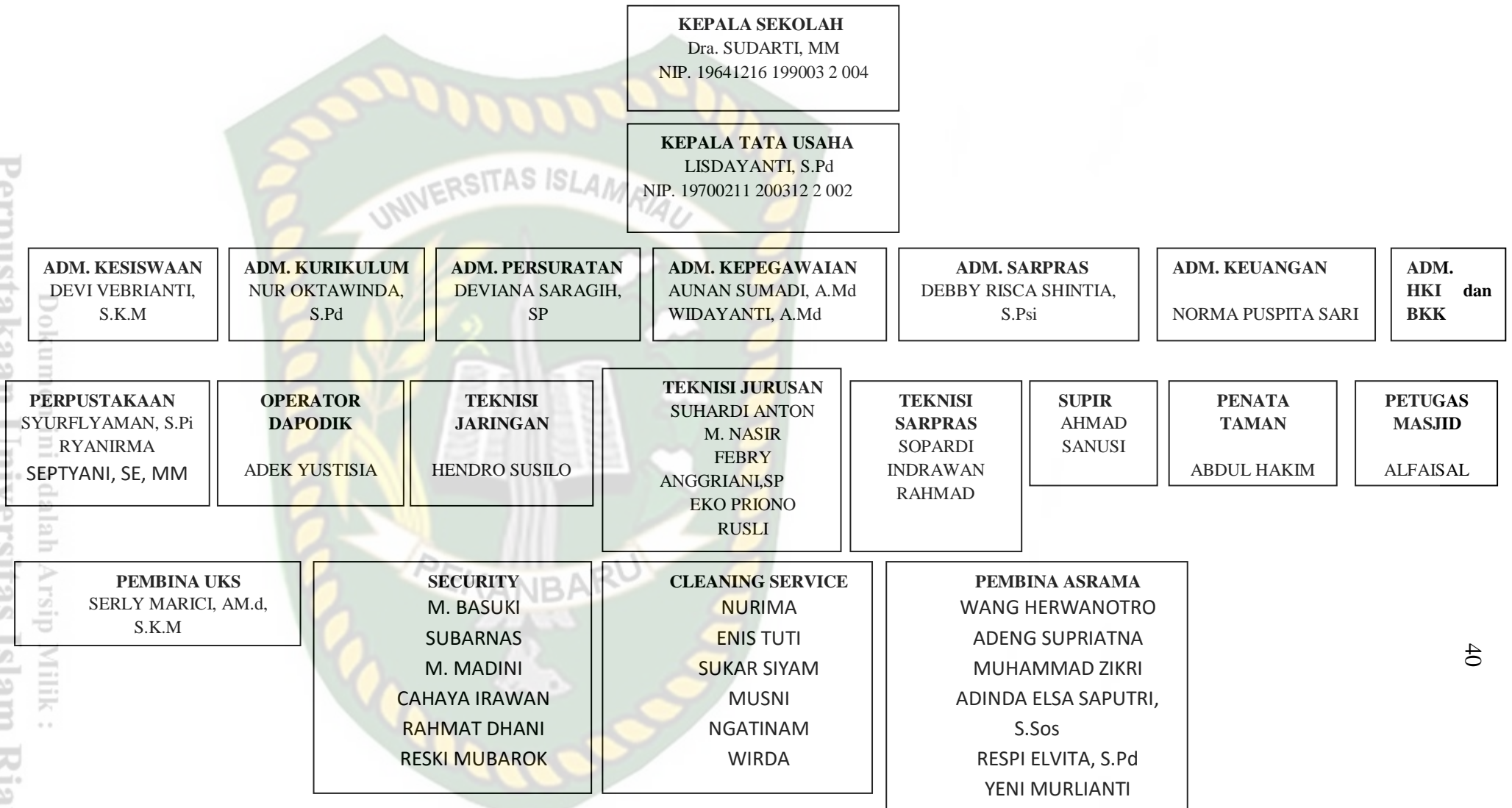
b. Misi SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau

1. Mengembangkan kemampuan *entrepreneurship*, professional, peserta didik yang beretika dan berwawasan lingkungan.
2. Mengnyelenggarakan proses belajar mengajar berbasis produksi yang mengacu pada revolusi industri 4.0
3. Menyediakan dan menjadikan peserta didik sebagai wirausahawan yang beriman dan bertakwa, jujur, disiplin, kerja keras bertanggung jawab dan peduli lingkungan.
4. Menyediakan sarana prasarana yang menunjang pencapaian kompetensi dan ramah lingkungan.
5. Mengembangkan kerja sama dan meningkatkan peran sekolah serta pelayanan prima yang sinergi menuju kemandirian sekolah

3. Struktur Organisasi

(Gambar 1.5)

STRUKTUR ORGANISASI SMK NEGERI PERTANIAN TERPADU PROVINSI RIAU



B. Hasil Penelitian

1. Profil Informan

Untuk melaksanakan penelitian Aktivitas Promosi SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau ini peneliti membutuhkan informan yang dipilih untuk mendapatkan informasi terkait dengan perumusan masalah yang diteliti. Dengan profil sebagai berikut:

- a. Nama : Abdul Fata, S.Pd,I
Jabatan :Waka Kesiswaan SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau.
- b. Nama : Sesri Madona, S.Pt.,
Jabatan :Waka Kurikulum SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau
- c. Nama : Rian Maulana
Jabatan :Peserta didik SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau

Observasi yang digunakan peneliti merupakan observasi secara tidak langsung melalui observasi non partisipan, dalam pengamatannya penulis tidak ikut serta dalam kehidupan orang-orang yang diobservasinya. Penulis melakukan observasi hanya dengan mengambil informasi dari pihak-pihak terkait, dengan metode wawancara dan menggunakan beberapa alat bantu seperti: kamera dan alat perekam.

2. Aktivitas Promosi SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau Dalam Menarik Minat Siswa-Siswi Baru

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara selama penelitian ini, peneliti memperoleh berbagai macam informasi dan analisis tersendiri mengenai penelitian di SMKN pertanian terpadu provinsi Riau, sekolah ini melakukan promosi sebaik mungkin dengan menjadikan para siswa terutama siswa daerah sebagai proses manajemen komunikasi untuk melakukan promosi sekolah dengan mengunggulkan fasilitas dan prestasi yang di telah di capai sekolah dalam menarik minat calon siswa-siswi baru.

Aktivitas merupakan sesuatu kegiatan yang didasari oleh keinginan untuk melakukan sesuatu agar mencapai atau mendapatkan sesuatu. Menurut Mulyono (Dalam Damanik, 2013:26) Aktivitas adalah segala sesuatu yang dilakukan untuk kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun non fisik. Sudah seperti kita ketahui promosi merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan perusahaan agar perusahaan tersebut dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dan berkembang, yang di maksud adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, atau mengingatkan sasaran mengenai produk agar bersedia menerima, membeli produk yang di tawarkan.

1. Bagaimana Aktivitas Promosi yang di lakukan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dalam upaya menarik minat calon siswa-siswi baru?

Aktivitas Promosi merupakan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh pemilik produk atau jasa yang diberikan kepada masyarakat dengan tujuan agar para konsumen dapat menggunakan barang dan jasa tersebut membelinya. Mengenai pengelolaan aktivitas promosi yang ada di SMKN pertanian terpadu provinsi Riau berdasarkan hasil wawancara yaitu:

Kita setiap tahun itu penerimaan siswa baru pertama kali sebelum covid, siswa kita yang bergerak maka sebagian besar peserta didik dari daerah seluruh kabupaten provinsi Riau dan luar Riau, sebelum akhir tahun mereka pulang lalu mempromosikan sekolah mereka, yang kedua itu melihat hasil yang di ajarkan di SMKN pertanian, nah jadi itulah yang menarik para orang tua untuk menyekolahkan anaknya di sekolah ini.

(wawancara bersama Bapak ABD, Fata 30 Agustus 2021)

Upaya menarik minat calon siswa baru yg di lakukan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau sebagian besar kegiatan promosi dilakukan oleh para peserta didik dan dengan hasil dari sekolah tersebut, kemudian juga menonjolkan fasilitas yang ada di sekolah tersebut. Hal tersebut juga dibenarkan oleh ibu Sesri Madona, S.Pt., dalam wawancara:

Para siswa kami sendiri yang melakukan promosi atau mengenalkan sekolah ini ke masyarakat, jadi mereka mempromosikan ke teman maupun kerabat mereka, jadi setiap

siswa ini melakukan promosi dengan sendirinya, disini para siswa sebagian berasal dari luar pekanbaru mereka ketika libur nah dalam momen inilah mereka mempromosikan sekolah.

(wawancara bersama ibu Sesri Madona, S.Pt., 19 November 2021)

Untuk melakukan menarik calon siswa baru SMKN pertanian hampir 70% dilakukan oleh para siswa itu sendiri, para siswa bergerak untuk mengenalkan tempat mereka bersekolah ke teman-teman mereka seperti yang di sampikan dalam wawancara:

Saya dulu bisa tau sekolah ini memang di beri tahu oleh abang kelas saya bang, saya kan tidak berasal dari pekanbaru ya jadi tak tau apa-apa tentang sekolah ini, sampai pada suatu hari abang kelas ini main sama saya kalau gak salah pas libur akhir tahun itu, jadi dari situ saya bisa tau tentang sekolah ini dan akhirnya saya tertarik lalu mencari informasi itu di internet nah ketemu lah dari situ saya tertarik lalu mendaftar ke pekanbaru sama abang kelas saya itu.

(wawancara bersama Rian Maulana 31 Agustus 2021)

berupaya dengan dibantu oleh dinas Pendidikan Provinsi Riau. Dengan memberdayakan semua anggota dan sumber daya yang dimiliki sekolah sebagai bentuk dalam menarik minat calon siswa baru. Dengan meningkatkan kualitas mengajar sekolah dan juga kualitas fasilitas yang dimiliki sekolah secara gratis tanpa harus membayar dan hal pendukung lainnya, Tentunya hal itu sangat berperan penting untuk meningkatkan jumlah peminat calon siswa baru. Seperti yang di katakan oleh waka kesiswaan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau, sebagai berikut:

Karena kita juga dari lembaga sedikit banyak kita lakukan promosi melalui dinas pendidikan provinsi Riau,itu mempromosikanya itu di kabupaten kota disana sosialisasi tentang peserta didik baru. Memang yang pertama kali itu fasilitas, kemudian kelebihan yang bisa kita berikan disini adanya asrama di subsidi oleh pemerintah tanpa ada bayar jadi datang kesini hanya belajar saja tanpa memikirkan makan maupun tempat tinggal dan ada yang membinanya, memang dari lulusan dari kita ini banyak yang berhasil jadi disitu yang dapat menarik minat calon siswa baru.

(wawancara bersama Bapak ABD, Fata 30 Agustus 2021)

Hal lain yang di lakukan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dalam upaya menarik minat calon siswa baru adalah dengan menggunakan metode periklanan dalam melakukan promosi sekolahnya, iklan merupakan penyajian informasi mengenai produk, merk ataupun jasa yang dilakukan untuk menarik minat pembeli, iklan hanya dapat melakukan komunikasi satu arah kepada target konsumen, mengenai iklan yang digunakan oleh SMKN pertanian terpadu provinsi Riau berdasarkan wawancara yaitu:

Biasanya kita memasang spanduk di depan sekolah selain itu menggunakan brosur yang kita berikan kepada sekolah-sekolah, kemudian melalui website sekolah jadi itulah promosi-promosi yang biasa kita lakukan. dan juga kita bersama dinas pendidikan provinsi Riau setiap sekolah membawa peserta didiknya lalu dikumpulkan di suatu tempat lalu kami disitu memberikan sosialisasi bersamaan dengan sekolah-sekolah lain.

(wawancara bersama ibu Sesri Madona, S.Pt., 19 November 2021)

Iklan yang digunakan dalam upaya menarik calon siswa baru yaitu menggunakan media cetak berupa pemasangan spanduk di depan sekolah dan penyebaran brosur kesekolah menengah pertama yang ada di Pekanbaru.



Gambar 1.6 bentuk promosi sekolah melalui brosur

Kemudian media kedua yaitu melalui media online seperti media sosial dan dengan menggunakan *website* resmi sekolah dan juga sosial media yang di miliki sekolah. Hal tersebut juga dibenarkan oleh salah satu peserta didik yang disampaikan dalam wawancara:

Dulu awal mendaftarkan saya diberi brosur oleh sekolah bang, kemudian juga dulu aku liat informasi pendaftaran itu di spanduk, tapi kayaknya sekarang udah di lepas lah, ada dulu saya membaca beberapa spanduk yang di pasang sekolah ini.

(wawancara bersama Rian Maulana 31 Agustus 2021)

selain kedua media diatas upaya yang dilakukan dalam menarik minat calon siswa baru melalui dinas pendidikan provinsi Riau sebagai bentuk sarana sosialisasi dengan sekolah lain, berdasarkan wawancara yaitu:

Bentuk bentuk promosi yang biasa sekolah kita lakukan dalam garis besarnya ialah melalui media online seperti media sosial yang kami miliki instagram, facebook, youtube dan juga kita punya website resmi jadi selain media cetak dengan kondisi yang sekarang kami pihak sekolah lebih banyak menggunakan media online karena kami menilai media online sekrang cukup efektif dibandingkan media cetak atau media massa.

(wawancara bersama ibu Sesri Madona, S.Pt., 19 November 2021)

Pemasangan spanduk di beberapa tempat yang strategis dan yang mempunyai peluang besar di baca oleh masyarakat dan sasaran calon siswa baru juga sudah dilakukan oleh SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dengan tujuan untuk menarik minat para orang tua dan calon peserta didik baru. Namun tidak cukup disitu saja selain menggunakan spanduk juga menggunakan media *online* seperti *website* resmi sekolah karena media *online* untuk sekarang cukup efektif dengan kondisi pandemi dan juga semua kalangan setiap harinya selalu mengakses media *online*, media *online* pada sekarang ini merupakan sebuah kebutuhan khusus yang tidak bisa lepas dari kehidupan seseorang.



Gambar 1.7 promosi sekolah menggunakan media sosial *youtube*.

Upaya menarik minat calon peserta didik baru menggunakan media *online* pada saat sekarang ini diutamakan seperti yang di sampaikan dalam wawancara:

menggunakan media online seperti sosial media yang kami punya kemudian kami juga mempromosikan lewat website sekolah, jadi kami membagikan atau menshare segala bentuk informasi sekolah dan juga tentang penerimaan calon siswa baru. Tetapi dalam beberpa waktu terakhir segala bentuk informasi banyak yang tidak kami update yaaa salah satu penyebabnya yaa karna corona ini, dan para siswa pun tidak ada di sekolah karena sekolah online

(wawancara bersama ibu Sesri Madona, S.Pt., 19 November 2021)

dikarenakan kondisi sedang pandemi. Sehingga kegiatan promosi SMKN pertanian terpadu provinsi Riau berbeda dengan kegiatan promosi sebelum adanya pandemi, adanya aturan pemerintah tentang pembatasan kegiatan tentunya SMKN pertanian terpadu provinsi Riau mengevaluasi kembali manajemen komunikasinya. Seperti yang di sampaikan dalam wawancara:

Perbedaan tentunya ada karena kalau dulu wali murid atau warga masyarakat yang ingin menyekolahkan disini dapat langsung bertanya kepada anak-anak daerah yang sekolah disini maupun kepada pihak-pihak yang terkait di sekolah ini, sedangkan sekarang ada kalanya untuk membuka website sebagian orang tua tidak bisa apalagi di daerah susah nya jaringan yang ada disana mau langsung menghubungi kesini mungkin tidak adanya nomer yang bisa di hubungi akhirnya banyaklah ketinggalan informasi jadi mereka bertanya ternyata waktu pendaftan kurang dua hari

lagi jadi dengan kondisi seperti sekarang ini adanya kekurangan yang kita rasakan.

(wawancara bersama Bapak ABD, Fata 30 Agustus 2021)

Dengan adanya pandemi tentunya menghambat ataupun mempengaruhi jalannya proses menarik minat siswa baru yang dilakukan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau.



Gambar 1.8 Bentuk promosi sekolah menggunakan sosial media

Hal tersebut tentunya membuat sekolah mengubah aktivitas promosinya dalam hal menarik minat calon siswa baru ke berbasis *online* hal tersebut dilakukan agar proses dalam menarik calon siswa baru tetap bisa dilaksanakan dengan kondisi pandemi dan tanpa melanggar aturan yang dibuat oleh pemerintah. Hal tersebut dibenarkan dalam wawancara:

Dengan kondisi seperti sekarang ini tentunya kita pihak sekolah, melakukan sedikit banyak perubahan dalam hal promosi untuk menarik siswa baru ini. Ada beberapa sistem yang kita ubah agar promosi tetap bisa dilakukan ditengah pembatasan kegiatan yang di berlakukan pemerintah salah satunya yang kita utamakan sekarang melakukan promosi sekolah kita ini dengan media online ya, karena dengan kondisi sekarang kita semua belum bisa bertatap muka secara langsung adanya covid ini membuat susah

diberbagai kondisi dan menghilangkan semua kegiatan promosi sekolah yang bertatap muka secara langsung. Jadi hal itu yang sekolah ini bisa lakukan dalam upaya untuk menarik siswa baru dengan adanya pandemi seperti sekarang.

(wawancara bersama Bapak ABD, Fata 30 Agustus 2021)

Kondisi pandemi dan dengan adanya aturan pemerintah tentang pengurangan kegiatan tentunya membuat SMKN pertanian terpadu provinsi Riau berupaya keras agar promosi sekolah tetap berjalan. Adanyanya pandemi ini banyak mempengaruhi di semua aspek kehidupan kita semua. Itu juga di rasakan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau, seperti yang disampaikan juga oleh ibu Sesri Madona, S.Pt., dalam wawancara:

Kalau perbedaanya tentu saja ada karena dulu sekolah mempromosikan lebih mudah bisa mempromosikan secara langsung bertatap muka dg masyarakat atau calon peserta didik baru, namun dengan keadaan pandemi kami pihak sekolah tentu saja mengubah cara kami dalam mempromosikan sekolah di tengah pandemi agar promosi tetap berjalan walaupun dalam kondisi pandemi korona. Dan juga adanya program pemerintah untuk pembatasan kegiatan di luar ruang.

(wawancara bersama ibu Sesri Madona, S.Pt., 19 November 2021)

banyak faktor penghambat maupun pendukung terutama dalam proses belajar mengajar maupun upaya sekolah dalam menarik minat calon siswa baru seperti yang di sampaikan dalam wawancara:

Kalau faktor pendukungnya salah satunya dengan adanya informasi sekarang ini kita terbantu sekali terlambat kita buat brosur lambat kita membuat spanduk tetapi dengan adanya

layanan informasi kita bisa memberikan informasi yang jelas. Kalau hambatannya salah satunya kalau melalui media seperti tidak adanya jaringan terutama di daerah tidak tahunya masyarakat kapan pembukaan dan penutupan pendaftarannya. Kalau kemarin kita tidak mengalami pengahambat seperti itu di karenakan tiga bulan sebelumnya kita sudah merancang dan mempersiapkannya.

(wawancara bersama ibu Sesri Madona, S.Pt., 19 November 2021)

Ada beberapa faktor yang menjadi penghambat SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dalam upaya menarik minat calon siswa baru. Namun Belajar dari pengalaman sebelumnya dan mengevaluasi kembali aktivitas promosinya serta meminimalisir gangguan dan hambatan yang terjadi saat proses menarik minat siswa ini SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dapat mengatasi sehingga dalam menarik minat siswa kedepanya mempunyai kesiapan yang matang dan tingkat keberhasilan yang tinggi. yaitu mempersiapkan jauh-jauh hari sebelum pembukaan penerimaan peserta didik baru. namun pada beberapa tahun ini SMKN pertanian terpadu provinsi Riau mengalami penurunan peminat peserta didik yang disebabkan seperti yang di sampaikan diatas, hingga penurunan terendah terjadi pada tahun sekarang seperti yang di sampaikan dalam wawancara,

Kalau penurunan paling banyak terjadi pada tahun ini baru kita rasakan hal itu terjadi salah satu penyebabnya yang telah kita sampaikan tadi kurangnya informasi yang di diterima masyarakat kapan pembukaan dan penutupan pendaftaran karena kita

penerimannya maju lebih awal di banding sekolah lain, kita sudah membuka penerimaan peserta didik baru pada bulan maret yang biasanya kita buka pada bulan juli yang terjadi tahun ini.

(wawancara bersama Bapak ABD, Fata 30 Agustus 2021)

Pada tahun 2021 SMKN pertanian terpadu provinsi Riau mengalami penurunan minat peserta didik baru, salah satu penyebabnya adalah kurangnya informasi oleh para orang tua terutama perpindahan waktu pembukaan penerimaan peserta didik baru yang lebih maju pada bulan maret dibandingkan dengan jadwal sebelumnya pada bulan juli, terjadinya gangguan komunikasi dan informasi disini menjadi penyebab salah satunya penurunan minat calon siswa baru di SMKN pertanian terpadu provinsi Riau. Berbeda dengan tahun sebelumnya dengan peminat calon peserta didik baru terbanyak yang terjadi pada tahun 2018 seperti yang di sampaikan dalam wawancara:

Tahun 2018 itu kita mengalami peningkatan yang luar biasa Karena jumlah peminat yang paling banyak yang pernah terjadi di SMK ini, yaitu lebih kurang mencapai 1200 peminat calon peserta didik baru yang mendaftar seluruh kabupaten kota.

(wawancara bersama Bapak ABD, Fata 30 Agustus 2021)

Tahun 2018 menjadi puncak peminat peserta didik baru di SMKN pertanian terpadu provinsi Riau, karena pada tahun 2018 kegiatan upaya menarik minat siswa baru bisa dilaksanakan dengan lancar sebelum adanya pandemi yang terjadi di beberapa tahun terakhir ini. Dan itu semua

tidak bisa lepas dari cara SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dalam mengatur aktivitas promosinya dengan baik dalam hal menarik minat peserta didik baru serta dalam mempertahankan eksistensinya dengan sekolah-sekolah lain yang ada di Pekanbaru maupun seluruh Provinsi Riau yaitu dengan cara mempertahankan hal-hal yang menjadi poin penting SMKN pertanian terpadu provinsi Riau yaitu fasilitas dan prestasi yang di raih oleh sekolah seperti yang di sampaikan dalam wawancara:

Kita memperlihatkan hasilnya dahulu jadi kita melahirkan peserta didik yang berkualitas jadi disitulah orang-orang merasa tertarik, kemudian lagi kita meningkatkan kualitas sekolah seperti dalam hal belajar mengajar, prestasi maupun fasilitas yang kita miliki apalagi dengan adanya asrama itu sangat membantu peserta didik.

(wawancara bersama Bapak ABD, Fata 30 Agustus 2021)

Dengan menghasilkan lulusan yang baik dan berkualitas itu merupakan hal yang diinginkan sekolah dan terutama oleh orang tua wali murid selain itu menjadi pedoman di masa yang akan datang terutama para calon peserta didik baru bisa melihat hal tersebut dan juga para orang tua sebagai bahan pertimbangan untuk mensekolahkan anaknya di SMKN pertanian terpadu provinsi Riau, hal tersebut juga di tambahkan dalam wawancara:

sekolah kami mempunyai fasilitas yg bisa dibilang cukup lengkap dan kelebihan yang bisa kita berikan kami mempunyai asrama untuk siswa ataupun siswi tanpa membayar yaitu gratis

,mereka datang kesini hanya fokus belajar. Kemudian kami juga mempunyai beberapa prestasi sekolah baik nasional maupun internasional yaaa semua itu mungkin belum maksimal namun kami terus memberikan pelayanan dan pengajaran secara maksimal agar para siswa berhasil dan berprestasi.

(wawancara bersama ibu Sesri Madona, S.Pt., 19 November 2021)

Jadi dengan beberapa hal diatas dapat menambah minat peserta didik baru untuk bersekolah di sekolah ini. Tentunya dengan beberapa keunggulan yang di berikan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dapat menjadi ciri khas tersendiri bagi sekolah ini dan terutama untuk menarik minat calon orang tua didik atau calon peserta didik untuk menyekolahkan anaknya di SMKN pertanian terpadu provinsi Riau ini.

C. Pembahasan

Dalam penelitian ini peneliti membahas bahwa SMKN pertanian terpadu provinsi Riau telah menjalankan Aktivitas Promosi guna menarik minat calon peserta didik baru, dalam upaya menarik minat peserta didik baru tentunya harus mempunyai persiapan yang baik dan tepat supaya bisa mencapai hal sudah direncanakan. Hal diatas sangat berkaitan dan merupakan hal yang menentukan berhasilnya suatu hal yang hendak di capai terutama dalam hal menarik minat peserta didik baru. Hal inilah menyebabkan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau menggunakan

aktivitas promosi untuk mendukung secara langsung dalam kegiatan menarik minat orang tua dan peserta didik baru.

SMKN pertanian terpadu provinsi Riau menyadari bahwa membangun sebuah kepercayaan masyarakat terhadap sekolah ini sangatlah tidak mudah. Upaya yang dilakukan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau untuk menciptakan dan mempertahankan sebuah citra yang baik memerlukan komunikasi yang baik dan waktu serta tenaga yang tidak sedikit, untuk menarik minat peserta didik baru dengan kondisi yang sedang terjadi sekarang serta semakin banyaknya sekolah-sekolah lain yang mempunyai prestasi dan akreditasi yang setara dengan sekolah ini memaksa pihak sekolah harus bisa mengatur manajemen komunikasinya agar lebih kreatif supaya dapat menarik minat peserta didik baru untuk bersekolah di SMKN pertanian terpadu provinsi Riau.

Melalui segi promosi SMKN pertanian terpadu provinsi Riau melakukan komunikasi dengan cara memasukkan data tentang informasinya ke dalam internet dan juga melalui spanduk dan brosur, sehingga bagi calon peserta didik baru sangat mudah dalam mencari informasi mengenai SMKN pertanian terpadu provinsi Riau, karena berbagai informasi lengkap tentang sekolah, pendaftaran dan hal-hal lain sudah tercantum disana jadi dengan itu semua calon peserta didik baru dapat mengetahui dengan mudah informasi-informasi tentang sekolah.

Melalui segi hubungan masyarakat tersebut SMKN pertanian terpadu provinsi Riau mempunyai asrama untuk para siswa, sehingga itu

dapat menunjang kedisiplinan dan kebersamaan bagi siswa-siswi. Bukan hanya kedisiplinan bagi para siswa-siswi yang di ciptakan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau, tetapi mereka juga mengutamakan kebersamaan sehingga para siswa dan siswi hanya berfokus pada kegiatan belajar mengajar karena dengan adanya asrama para siswa-siswi dapat dibimbing dan di awasi selama 24 jam.

Pemasaran langsung yang dilakukan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau adalah dengan cara melakukan sosialisasi secara langsung setiap tahunnya yang dibantu oleh Dinas Pendidikan yang diadakan di Kabupaten kota yang di hadiri dari berbagai sekolah-sekolah yang ada di Provinsi Riau.

Semua aktivitas promosi telah dilakukan oleh SMKN pertanian terpadu provinsi Riau. tetapi juga terdapat hambatan yang dihadapi oleh SMKN pertanian terpadu provinsi Riau seperti adanya hambatan kurangnya informasi yang di dapat oleh para orang tua kurang lengkap sehingga banyak tidak mengetahui informasi seperti kapan ditutup dan dibukanya tanggal penerimaan calon peserta didik baru, dan untuk para calon peserta didik baru yang berada di daerah atau di luar Pekanbaru kurangnya jaringan sehingga menghambat untuk mendapat informasi tentang sekolah ini ditambah dengan kondisi covid-19 saat ini sangat menjadi pengahalang baik untuk SMKN pertanian terpadu provinsi Riau maupun calon peserta didik baru. Aktivitas promosi SMKN pertanian

terpadu provinsi Riau dalam menarik minat siswa-siswi baru , sebagai berikut:

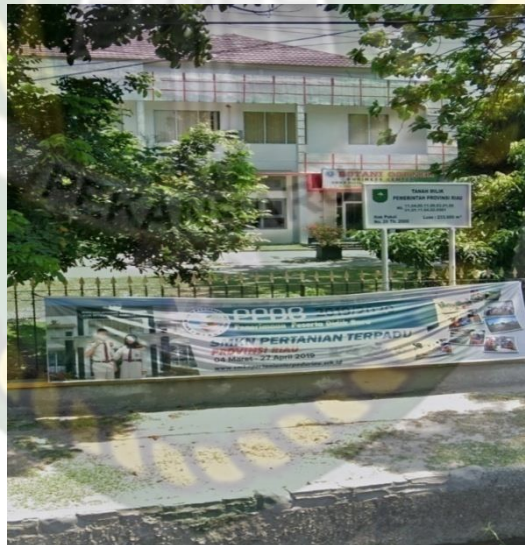
1. promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Sebagian besar promosi sekolah dilakukan oleh para peserta didik terutama yang berasal dari luar daerah pekanbaru atau luar provinsi Riau, setiap tahunnya mereka libur dan pulang ke kampung halaman masing-masing mereka mempromosikan sekolah ke teman-teman mereka yang berada di kampung halaman, mereka mengenalkan atau mempromosikan sekolah kepada teman-teman mereka dengan mengunggulkan hal-hal yang ada di sekolahnya yaitu seperti prestasi sekolah seperti meraih juara III LKS SMKN tingkat nasional tahun 2020 dan sebagai *center of excellent (CoE)* kerja sama luar negeri pada kompetensi keahlian agribisnis perikanan air tawar (APAT), fasilitas yang lengkap asrama serta konsumsi gratis dan juga menceritakan segala bentuk pengalaman yang mereka dapatkan selama bersekolah di SMKN pertanian terpadu provinsi Riau sehingga menarik minat calon peserta didik baru yang berasal dari daerah dengan begitu SMKN pertanian terpadu provinsi Riau semakin di kenal bukan hanya di pekanbaru saja melainkan di daerah juga.

2. Melalui kegiatan publisitas

Aktivitas promosi selanjutnya adalah dengan mempublikasikan berbagai informasi mengenai SMKN pertanian terpadu provinsi Riau ke masyarakat luas dengan menggunakan spanduk yang berisikan informasi PPDB (penerimaan peserta didik baru) yang di pasang di beberapa tempat

termasuk didepan sekolah sendiri serta pembagian brosur yang berisikan tentang informasi pendaftaran dan jurusan yang ada di SMKN pertanian terpadu provinsi Riau yang dibagikan kepada para calon pendaftar serta ke beberapa sekolah menengah pertama (SMP) yang ada di kota Pekanbaru, dengan begitu masyarakat bisa mendapatkan informasi tentang kapan dibuka dan di tutupnya penerimaan peserta didik baru yang dilakukan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau. sehingga dapat menambah informasi dan minat calon peserta didik baru untuk bersekolah di SMKN pertanian terpadu provinsi Riau, serta masyarakat tidak ketinggalan informasi yang disampaikan sekolah.



(Gambar 1.9 bentuk promosi sekolah menggunakan spanduk)

3. Kegiatan pemasaran langsung

Aktivitas promosi yang dilakukan selanjutnya yaitu dengan dibantu oleh Dinas Pendidikan provinsi Riau yang mengundang sekolah-sekolah yang ada di provinsi Riau yang dikumpulkan di Kabupaten Kota setiap

tahunya disana diadakan sosialisasi semua sekolah tentang penerimaan peserta didik baru dengan adanya acara ini SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dapat melakukan sosialisasi secara langsung dan mengenalkan sekolahnya terhadap sekolah-sekolah lain yang ada di provinsi Riau tentunya dengan adanya ini membantu SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dalam mengenalkan sekolahnya baik program, fasilitas dan prestasi yang dimiliki sekolah ini dengan begitu dengan mudah menarik minat calon peserta didik baru, karena dengan sosialisasi tersebut SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dapat menjelaskan secara langsung dan detail tentang informasi kepada sekolah-sekolah lain dan secara tidak langsung sebagai sarana sekolah dalam menarik dan mempromosikan sekolahnya tersebut.



Gambar 1.10 Promosi sekolah dengan Dinas Pendidikan Prov. Riau

4. Promosi penjualan

Dapat berupa pemberian penawaran secara Cuma-Cuma, pemberian kupon, hadiah dan lain sebagainya dari hasil wawancara SMKN pertanian terpadu provinsi Riau telah melakukan aktivitas promosi penjualannya dengan memberikan fasilitas yang lengkap dan fasilitas berupa asrama

dan konsumsi secara gratis yang di subsidi oleh pemerintah Provinsi Riau yang bisa digunakan oleh para peserta didik, dengan adanya fasilitas berupa asrama gratis yang diberikan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau dapat menambah minat para calon peserta didik baru karena dengan adanya asrama dapat mempermudah para peserta didik terutama yang dari luar daerah pekanbaru tidak perlu memikirkan tempat tinggal selama bersekolah di SMK ini sekaligus membuat akses ke sekolah menjadi lebih gampang karena keberadaan asrama dan sekolah yang dekat dengan begitu para peserta didik hanya fokus belajar tanpa memikirkan tempat tinggal dan makanan selama bersekolah di SMKN pertanian terpadu provinsi Riau. Dengan adanya fasilitas gratis yang ditawarkan ini tentunya menjadi pertimbangan dan nilai tersendiri bagi calon orang tua wali murid ataupun calon peserta didik baru terutama yang berasal dari luar daerah.



(gambar 1.11 fasilitas asrama di SMKN Pertanian)

5. Aktivitas promosi Melalui media internet

Yang dilakukan melalui kegiatan promosi periklanan sekolah mengenai penerimaan peserta didik baru (PPDB) dan segala program dan berbagai agenda dan kegiatan yang akan dilakukan maupun yang sudah dilakukan SMKN pertanian terpadu provinsi Riau semua hal tersebut dibagikan dengan menggunakan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *youtube* melalui sosial media di atas sekolah ini menginformasikan semua bentuk informasinya disana baik berupa profil sekolah, jurusan yang ada di sekolah tersebut maupun tentang jadwal PPDB (penerimaan peserta didik baru) dan *website* sekolah didalam *website* tersebut para calon peserta didik baru dapat dengan mudah mengakses semua informasi sekolah sekaligus dapat melakukan pendaftaran secara langsung di *website* sekolah tersebut, dengan adanya hal ini mempermudah calon pendaftar yang berada diluar daerah untuk melakukan pendaftaran tanpa repot untuk datang ke sekolah hanya untuk melakukan pendaftaran. Dengan kemudahan tersebut sehingga menjadi poin penting yang dapat menambah minat calon peserta didik baru. Dengan penggunaan berbagai media *online* tersebut memudahkan pihak sekolah dalam mempromosikan sekolah karena pada era sekarang semua orang mengenal dan menggunakan internet sertiap harinya dan juga pada saat pandemi seperti sekarang penggunaan media *online* dinilai sangat efektif dalam mempromosikan sekolah dan dapat membantu program pemerintah dalam pengurangan kegiatan di luar rumah.



(gambar 1.12 promosi sekolah melalui *website* sekolah)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta data informasi yang diperoleh di lapangan, maka peneliti menarik kesimpulan mengenai Aktivitas promosi SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau Dalam Menarik Minat Siswa-Siswi Baru sebagai berikut:

SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau Dalam Menarik Minat Siswa-Siswi Baru yaitu dilakukan oleh sebagian besar para siswa-siswi sekolah ini sendiri, terutama oleh para siswa daerah, para siswa-siswi tersebut melakukan promosi secara langsung terhadap teman-teman mereka yang ada di kampung halaman (*word of mouth*) promosi dari mulut ke mulut, selain itu SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau melakukan promosi dengan *door to door* ke berbagai Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang ada di Pekanbaru, serta dibantu juga oleh Dinas Pendidikan Provinsi Riau. Kemudian melakukan promosi juga melalui periklanan menggunakan media *online* maupun media cetak yaitu dengan menggunakan *wibesite*, sosial media, spanduk dan brosur dengan menggulkan poin utamanya adalah prestasi sekolah dan fasilitas sekolah, sehingga dengan itu semua SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau ini bisa semakin di kenal oleh masyarakat luas.

Tetapi dengan kondisi pandemi seperti sekarang ini banyak hambatan yang di hadapi oleh SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau sehingga banyak kegiatan yang tidak berjalan dengan baik dan maksimal dalam upaya menarik

minat calon siswa-siswi baru, sehingga menyebabkan penurunan jumlah peminat calon siswa-siswi baru terutama pada tahun ini yang mengalami penurunan yang cukup signifikan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya itu semua disebabkan kurangnya informasi yang di dapat oleh para calon siswa-siswi baru.

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan proses promosi SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau Dalam Menarik Minat Siswa-Siswi baru telah berjalan cukup baik, namun harus dievaluasi dan di tingkatkan kembali terutama tentang informasi pendaftaran karena banyak calon siswa-siswi baru yang kurang mendapat informasi tersebut dikarenakan salah satunya pandemi seperti sekarang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti jelaskan dia atas, maka saran yang peneliti berikan adalah:

1. Penulis memberikan saran kepada SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau ini agar membentuk tim khusus dalam melakukan promosi dalam menarik minat calon siswa-siswi baru, sehingga kegiatan dalam upaya menarik minat calon siswa baru ini bisa lebih ter-organisir dengan baik dan bisa mencapai tujuan yang di tetapkan, karena dalam pelaksanaan aktivitas promosi yang dilakukan SMKN Terpadu Provinsi Riau belum berjalan secara maksimal.
2. Penulis menyarankan kepada SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau agar selalu memperbaharui secara rutin segala bentuk informasinya semua

yang berada di media sosial agar masyarakat atau calon peserta didik baru tidak ketinggalan segala bentuk informasi terutama yang berhubungan dalam upaya menarik minat calon siswa-siswi baru. Karena dalam pelaksanaan penelitian peneliti menemukan bahwasanya semua social media yang dimiliki SMKN pertanian terpadu provinsi Riau jarang digunakan atau jarang aktif itu terbukti dengan adanya setiap postingan yang ada di social media sudah lama tanggal unggahnya.

3. Kepada SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau agar dapat membangun kerja sama yg lebih banyak, agar SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau dapat lebih di kenal di masyarakat, terutama promosi dalam media sosial agar kedepannya dapat lebih efisien dalam upaya menarik minat calon siswa-siswi baru. Banyak diketahui mayoritas masyarakat banyak menggunakan media social dalam kesehariannya, juga dapat menghemat biaya serta waktu dalam proses melakukan promosi untuk mengenalkan SMKN Pertanian Terpadu Provinsi Riau pada masyarakat luas dan terutama calon peserta didik baru, karena dengan kondisi pandemi seperti sekarang yang membatasi dalam hal bertatap muka secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Basu Swastha. (2015). *Azas-azas Marketing*. Liberty Yogyakarta
- Basu Swastha, (2007). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. RajaGrafindo Persada: Jakarta
- Effendy, Onong uchjana (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Fandy Tjiptono (2008). *Strategi Pemasaran*, ANDI: Yogyakarta
- Fitriana & Utami. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Fakultas Krguruan dan Ilmu Pendidikan: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
- Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Freddy Rangkuti. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisi Kasus Integrated Marketing Communication*. Anggota IKAPI: Jakarta
- Hardani, dkk (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu
- Kaye, Michael. (1994). *Communication Management*. Australia: Pretince Hall
- Kismono,G.(2011). *Bisnis pengarang*.edisi kedua. BPFE:Yogyakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta
- Moelong, (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya: Makassar
- Muktaf, Zein Mufarih. (2015). *Periklanan*. Mata Padi Presindo: Yogyakarta

- Notoadmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rahmadi (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press
- Rivai Wirasamita dkk, (2012). *Kamus Lengkap Ekonomi*. Pionir Jaya:Bandung
- Soemanegara. (2016). *Strategi Marketing Komunikasi*. Alfabeta: Bandung
- Rikson Damanik (2013). *Aktivitas menurut Ahli*. Jakarta: Bumi Aksara
- Somad & Priansa. (2014). *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Penerbit Alfabeta: Bandung
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta
- Suprpto (2009). *Pengantar Teori&Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Wiryanto. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Palembang:Grasindo.
- Yusuf & Ridwan (2018). *Manajemen Komunikasi Dalam Pengelolaan Informasi Pembangunan*. Sulawesi Tenggara.

Sumber Jurnal

- Bafadhol, Ibrahim. (2017). *Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia*. Jurnal Pendidikan Islam (edukasi islami) Vol. 6 No. 11, h. 60. Diakses pada 3 Februari 2021
- Kusmiati & Susilawati, (2017). *Aktivitas Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen pada PD. Astiga Jacket Kulit Garut*. Diakses pada 3 oktober 2021
- Ririn Tius Eka Margareta, dkk (2018). *Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model*. Jurnal Manajemen Pendidikan diakses pada 15 Januari 2021
- R. Adi Kuncoro Mukti, (2018). *Aktivitas promosi desa wisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan*. Diakses pada 3 oktober 2021
- Tendean, Christian S. (2013). *Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado*, Jurnal, Vol. II, No. 4. Manado. Diakses pada 3 Februari 2021
- Widya Andhyta, (2015). *Kegiatan Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Kendal*. Diakses pada 3 oktober 2021