

**Strategi Promosi dan Publikasi SMP PGRI 363 Pondok Petir di masa pandemi Covid 19**

---

**Dewi Retno Budiastuti****Universitas Bina Sarana Informatika****(Naskah diterima: 1 Januari 2022, disetujui: 30 Januari 2022)****Abstract**

*As a formal place for students to receive education and knowledge, schools are expected to provide quality and facilities that assist students in receiving the best education possible. The development of internet technology also helps students to get the knowledge and references needed to support learning. If students can get information from various sources, then as a school institution, SMP PGRI 363 is expected to be the main source for students to get education and knowledge. This study uses qualitative research methods. The research was conducted at SMP PGRI 363 Pondok Petir, which is located on Jl. Reni Jaya Selatan, Pondok Lightning, Kec. Bojongsari, Depok City, West Java. Qualitative research uses a theoretical basis and also uses general questions, which then become a reference and more details on the phenomena that occur in the field. The promotion and publication strategies carried out by SMP PGRI 363 Pondok Petir during the Covid 19 pandemic included picking up the ball to the target school, providing brochures, pamphlets, installing banners, free building fees for wave 1, conducting a database of the student's homeroom cell phone number for the target school, make online registration video tutorials, and make video school activities videos. The promotion and publication strategy produced results at PPDB in 2021, it can be seen from the number of students who registered at 86 students, which increased by 43% from the previous year. SMP PGRI 363 Pondok Petir is expected to be able to further activate the school's social media for promotion and school publications. It can also be reached by local media in the city of Depok to be able to announce and inform about the advantages of SMP PGRI 363 Pondok Petir.*

**Keyword :** Covid 19, Promotion and Publication Strategy, Public Relations, Promotion Mix

**Abstrak**

Sekolah sebagai salah satu tempat formal bagi siswa untuk mendapatkan pendidikan dan ilmu pengetahuan, diharapkan memiliki kualitas dan fasilitas yang menunjang siswa untuk mendapatkan pendidikan terbaik. perkembangan teknologi internet juga turut membantu siswa untuk mendapatkan pengetahuan dan referensi-referensi yang dibutuhkan dalam mendukung pembelajaran. Jika siswa bisa mendapatkan informasi dari berbagai sumber, maka sebagai salah satu institusi sekolah SMP PGRI 363 diharapkan menjadi sumber utama bagi siswa untuk

mendapatkan pendidikan dan pengetahuan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian dilakukan di SMP PGRI 363 Pondok Petir yang berlokasi di Jl. Reni Jaya Selatan, Pondok Petir, Kec. Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat. Penelitian kualitatif, menggunakan landasan teori dan juga menggunakan pertanyaan umum yang kemudian menjadi acuan dan lebih detail terhadap fenomena yang terjadi di lapangan. Strategi promosi dan publikasi yang dilakukan SMP PGRI 363 Pondok Petir ketika pandemi Covid 19 diantaranya, menjemput bola ke sekolah sasaran, memberikan brosur, pamflet, pemasangan spanduk, bebas biaya uang gedung untuk gelombang 1, melakukan database no Handphone Wali Kelas Siswa sekolah sasaran, membuat video tutorial pendaftaran online, dan membuat video kegiatan sekolah yang video. Strategi promosi dan publikasi tersebut menghasilkan hasil di PPDB tahun 2021, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah siswa yang mendaftar sebesar 86 siswa yang mengalami kenaikan sebesar 43% dari tahun sebelumnya. SMP PGRI 363 Pondok Petir diharapkan dapat lebih mengaktifkan media sosial yang dimiliki sekolah tersebut untuk sarana promosi dan publikasi sekolah. Serta dapat dijangkau dengan media lokal kota Depok untuk dapat mengumumkan dan menginformasikan tentang keunggulan-keunggulan dari SMP PGRI 363 Pondok Petir.

**Kata Kunci :** Covid 19, Strategi Promosi dan Publikasi, Public Relations, Bauran Promosi

## **I. PENDAHULUAN**

**S**ekolah sebagai salah satu tempat formal bagi siswa untuk mendapatkan pendidikan dan ilmu pengetahuan, diharapkan memiliki kualitas dan fasilitas yang menunjang siswa untuk mendapatkan pendidikan terbaik. perkembangan teknologi internet juga turut membantu siswa untuk mendapatkan pengetahuan dan referensi-referensi yang dibutuhkan dalam menunjang pembelajaran. Selain dari teknologi internet, siswa juga bisa mendapatkan pengetahuan tambahan melalui kursus ataupun les-les baik yang diadakan lembaga kursus maupun di sekolah itu sendiri. Jika siswa bisa mendapatkan informasi dari

berbagai sumber, maka sebagai salah satu institusi sekolah SMP PGRI 363 diharapkan menjadi sumber utama bagi siswa untuk mendapatkan pendidikan dan pengetahuan.

SMP PGRI 363 Pondok Petir adalah sekolah swasta berjenjang pendidikan menengah pertama. Yang beralamatkan di Jl. Reni Jaya Selatan, Pondok Petir, Kec. Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat, dengan kode pos 16517. Sekolah yang didirikan sejak tahun 1988 dengan SK Pendirian Sekolah : 074/102/KEP/E/88, dan Tanggal SK Pendirian : 1988-04-16. Status Sekolah : Swasta. Dengan luas sekolah sebesar 125.000 m<sup>2</sup>. Waktu penyelenggaraan sekolah ini adalah pada pagi hari. Sarana

Prasarana Sekolah, terdiri dari 1 Ruangkepsek, 1 Ruang guru, 7 Ruang Kelas, 1 Ruang Musholla, 1 Lab Komputer, 1 Ruang UKS, 1 Ruang Tata Usaha, Lapangan Upacara, Kantin, Lapangan Futsal, Toilet Guru dan Toilet Siswa.

Sebagai sekolah yang dengan naungan yayasan PGRI, maka SMP PGRI 363 memiliki sifat-sifat diantaranya :

1. Unitaristik, tanpa memandang perbedaan ijazah, tempat kerja, kedudukan, agama, suku, golongan, gender, dan asal usul.
2. Independen, berlandaskan pada kemandirian dan kemitrasejajaran
3. Membela hak dan nasib buruh umumnya, guru pada kfathususnya.

Melihat dari luhurnya sifat-sifat yang dimiliki oleh yayasan PGRI, maka SMP PGRI 363 juga menerapkan beberapa hal yang sesuai dengan PGRI. Memiliki Guru dan siswa dengan latar belakang yang berbeda suku, ras dan agama adalah salah satunya.

SMP PGRI 363 adalah Sekolah Menengah Pertama yang pertama kali berdiri di Kelurahan Pondok Petir. Dengan menyandang nama dan yayasan Persatuan Guru Republik Indonesia (PGRI), serta guru

yang kompeten dan hampir semua tersertifikasi, sekolah ini telah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sekitar.

Salah satu tantangan yang terjadi dan dampaknya cukup terasa bagi dunia pendidikan adalah adanya pandemi Covid 19. Covid 19 mulai masuk ke Indonesia pada bulan Maret 2020, dan sejak saat itu pandemi Covid 19 telah banyak merubah banyak kebiasaan – kebiasaan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Pemerintah mengeluarkan peraturan – peraturan baru untuk menghambat berkembang dan menyebarnya Covid 19. Aturan tersebut diantaranya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), aturan ini dibuat untuk membendung laju kenaikan angka positif Corona atau Covid 19. Aturan mengenai PPKM di daerah tertentu dalam Instruksi Menteri Dalam Negeri (Inmendagri) Nomor 26 Tahun 2021.

Covid 19 yang sudah berlangsung hampir dua tahun di Indonesia, juga menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi sekolah – sekolah swasta untuk tetap survive di tengah pandemi ini, mulai dari menyesuaikan peraturan sekolah dengan peraturan pemerintah, membuat berbagai macam strategi

yang berkaitan dengan pembelajaran daring dan luring, membuat strategi promosi dan publikasi yang tepat dan tetap dapat dilakukan di masa pandemi ini. pada penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi dan publikasi yang dilakukan SMP PGRI 363 di masa pandemi Covid 19.

### **Strategi Promosi**

Menurut David (2004 : 14), strategi adalah “rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi”.

Tjiptono (2015:3) mendefinisikan promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasar yang bermaksud menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan.

Strategi promosi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang dilakukan komunikasi pemasar yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan

tantangan lingkungan yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan / organisasi agar target sasaran dari perusahaan tersebut dapat menerima dan loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Strategi promosi dilakukan oleh banyak perusahaan, institusi dan organisasi. Begitu juga yang dilakukan SMP PGRI 363. Dengan banyaknya sekolah baru bermunculan, dan kompetisi yang cukup terbuka serta tantangan baru yaitu pandemi Covid 19, strategi promosi dilakukan untuk menyebarkan informasi, memperkenalkan program-program dan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh sekolah. Dalam kegiatan menyebarkan informasi dan memperkenalkan keunggulan sekolah, lembaga harus mampu mengingatkan dan membujuk orang tua siswa dan siswa agar dapat mengetahui, memahami dan juga menerima pesan yang disampaikan oleh sekolah. Untuk mencapai harapan tersebut, maka diperlukan kegiatan promosi yang tepat sesuai dengan target pasar dan juga lingkungan tempat sekolah berada.

Menurut Boyd, dkk (2010), strategi promosi adalah sebuah program terkendali dan

terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberi kontribusi pada kinerja laba jangka panjang.

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mendatangkan siswa, menurut Panduan Mengajar (2017), sekolah dapat melakukan PKP. Yaitu :

1. Petakan Target
2. Kenalkan Sekolah
3. Promosikan

Media atau metode promosi yang umum digunakan adalah sebagai berikut :

- Brosur
- Banner
- Spanduk
- Presentasi di sekolah-sekolah
- Video kegiatan
- Beasiswa

### **Bauran Promosi**

Pengertian bauran promosi menurut Kotler dan Armstrong (2012) “*The specific blend of promotion tools that the company uses to persuasively communicate customer value and build customer relationships*” yang dapat diartikan kombinasi khusus dari alat promosi yang digunakan perusahaan secara persuasif mengkomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan. Bauran promosi terdiri dari lima yaitu :

1. Advertising / Periklanan Menurut Kotler dan Keller (2010) Periklanan adalah semua bentuk terbayar atas presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang jelas.
2. Sales Promotion/Promosi penjualan Menurut Kotler dan Keller (2010) Promosi penjualan bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau perdagangan.
3. Personal Selling / Penjualan Pribadi Penjualan Pribadi Kotler dan Keller (2010) adalah seni kuno, meskipun demikian, wiraniaga efektif saat ini mempunyai lebih

dari sekedar insting mereka dilatih dalam metode analisis dan manajemen pelanggan.

4. Public Relation & Publicity ( Hubungan Masyarakat & Publikasi) Hubungan masyarakat Menurut Kotler dan Keller (2010) merupakan berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra atau produk individual perusahaan
5. Direct Marketing / Pemasaran Langsung Definisi Pemasaran langsung menurut Kotler dan Keller (2010) adalah penggunaan saluran langsung konsumen untuk menjangkau dan mengirimkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa menggunakan perantara pemasaran.

#### Public Relations & Publicity

International Public Relations Associations (IPRA) mendefinisikan Public Relations (PR) sebagai fungsi manajemen dari ciri yang dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (umum) untuk memperoleh pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik diantara mereka.

Di tengah persaingan antar sekolah dan juga tantangan lainnya yaitu Pandemi Covid 19. Selain promosi yang dilakukan, sekolah juga dapat melakukan aktifitas-aktifitas PR / publisitas. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah membangun citra baik dimasyarakat sebagai sekolah menengah pertama yang ada di lingkungan kelurahan Pondok Petir, karena saat ini sudah mulai bermunculan sekolah – sekolah di daerah setempat. Citra yang dibangun ini akan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, selain itu pihak sekolah juga mennjalin hubungan baik dengan para tokoh dan pemangku kepentingan daerah dengan melibatkan merepka secara langsung dalam kegiatan sekolah seperti HUT PGRI, HUT sekolah, kegiatan Maulid, Isra Miraj, dll. Keterlibatan para tokoh ini turut membantu dalam mempromosikan sekolah sehingga masyarakat akan lebih tertarik apabila yang ikut bersosialisasi adalah para tokoh dan pemangku kepentingan yang ada di daerah Pondok Petir.

Meldrum dan McDonald (1995) dalam Sutisna (2001) mengidentifikasi alat-alat Public Relations sebagai berikut :

1. *News generation*
2. *Events*

3. *Publications*
4. *Support for good causes*
5. *Expert opinion*
6. *Visual identity*

Formulasi Kegiatan Humas, menurut Cutlip and Center, antara lain :

1. *Opinion research*
2. *Press agency*
3. *Product promotion*
4. *Publicity*
5. *Public affairs*
6. *Fund raising*
7. *Special event management*

Publikasi menjadi salah satu alat PR yang dapat digunakan oleh sekolah dalam menjembatani komunikasi antara sekolah dan masyarakat. Dengan publikasi yang baik, sekolah dapat mengkomunikasikan, mensosialisasikan program- program sekolah kepada publiknya, dengan demikian diharapkan citra sekolah yang baik dapat tercipta sesuai dengan yang diinginkan sekolah.

Periklanan (Advertising)	Penjualan Personal (Personal Selling)	Promosi Penjualan (Sales Promotion)	Hubungan Masyarakat (Public Relations)	Pemasaran Langsung (Direct Marketing)
- Brosur - Majalah - Koran - Spanduk	- Penjelasan detail mengenai produk - Pertemuan penjualan - Sales yang ramah	- Bonus - Cash back - Garansi	- Sponsor - Stand - Display (tester) produk	- Facebook - Twitter - Broadcast BBM

**Tabel 1. Bauran Promosi**

Sumber : Kotler (2009)

## **I. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian dilakukan di SMP PGRI 363 Pondok Petir yang berlokasi di Jl. Reni Jaya Selatan, Pondok Petir, Kec. Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat. Penelitian kualitatif, menggunakan landasan teori dan juga menggunakan pertanyaan umum yang kemudian menjadi meruncing dan lebih detail terhadap fenomena yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini, sedapat mungkin peneliti memperlakukan partisipan sebagai subjek bukan sebagai objek, sehingga diharapkan dengan demikian tercipta kedekatan dan partisipan merasa informasi yang mereka berikan berharga dan sangat bermanfaat.

Penelitian kualitatif yang digunakan pada penelitian kali ini menggunakan pendekatan studi kasus. Studi kasus menurut Yin (2013 : 18) adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan dimana multisumber bukti dimanfaatkan.

Menurut Creswell (2010), Studi Kasus merupakan strategi penelitian di mana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan. (Stake, 1995, dalam Creswell, 2010:20).

Terdapat tiga macam tipe studi kasus menurut Basuki (2006) dalam Laksono (2013:24-25), ada hal-hal adalah sebagai berikut, yaitu :

- a. Studi kasus intrinsik (intrinsic case study) apabila kasus yang dipelajari secara mendalam mengandung hal-hal yang menarik untuk dipelajari berasal dari kasus itu sendiri, atau dapat dikatakan mengandung minat intrinsik (intrinsic interest).
- b. Studi kasus Instrumental (instrumental case study) apabila kasus yang dipelajari secara mendalam karena hasilnya akan dipergunakan untuk memperbaiki atau menyempurnakan teori yang telah ada atau untuk menyusun teori baru. Hal ini dapat dikatakan studi kasus instrumental,

minat untuk mempelajari berada diluar kasusnya atau minat eksternal (external interest).

- c. Studi Kasus Kolektif (collective case study), apabila kasus yang dipelajari secara mendalam merupakan beberapa (kelompok) kasus, walaupun masing-masing kasus individual dalam kelompok itu dipelajari, dengan maksud untuk mendapatkan karakteristik umum, karena setiap kasus mempunyai ciri tersendiri yang bervariasi.

Penelitian yang akan dilakukan di SMP PGRI 363 Pondok Petir ini merupakan tipe jenis studi kasus intrinsik, yaitu kasus yang dipelajari mengandung hal-hal menarik untuk dipelajari dari suatu hal yang terjadi, dalam hal ini yaitu ingin mengetahui strategi promosi dan publikasi yang dilakukan oleh SMP PGRI 363 Pondok Petir di masa pandemi Covid 19. Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.



a. Observasi

Menurut Sugiyono (2015: 227), penelitian dimulai dengan mencatat, menganalisis dan selanjutnya membuat kesimpulan tentang pelaksanaan dan hasil program yang dilihat dari ada atau tidaknya perkembangan usaha yang dimiliki warga belajar. Penelitian ini menggunakan teknik observasi nonpartisipan, karena peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

b. Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

c. Menurut Sugiyono (2018:476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

### III. PEMBAHASAN

Tahun ajaran baru Sekolah Mengengah Pertama yang dimulai di bulan Juli setiap tahunnya, membuat setiap sekolah melakukan yang terbaik untuk menghadapi persaingan yang cukup ketat dalam rangka memperoleh peserta didik terlebih lagi di masa pandemi Covid 19 ini. Aktifitas yang dilakukan oleh sekolah adalah strategi yang tepat sasaran untuk menarik minat calon siswa dan orang tua siswa. Sekolah atau lembaga diharapkan mampu menjalankan manajemen yang baik agar semua strategi yang dilakukan oleh sekolah yaitu diantaranya promosi dan publikasi dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan hasil yang diharapkan.

Strategi dalam ranah pendidikan dapat diartikan sebagaimana pendapat menurut Amran (2013) dalam dunia pendidikan sekarang ini strategi diperlukan dalam rangka memperoleh peserta didik baru. Ketika melakukan sebuah promosi, mengingat calon peserta didik baru sekarang disuguhkan dengan banyaknya sebuah lembaga pendidikan yang semakin berkembang, menjadikan mereka semakin banyak pilihan untuk menentukan sekolah mana yang akan mereka pilih, sehingga bisa dimungkinkan

ketika sebuah lembaga tidak bisa menerapkan strategi promosi dengan baik akan kalah saing dengan lembaga lain.

Strategi sekolah yaitu promosi dan publikasi akan sangat menentukan apakah tujuan dan harapan sekolah akan tercapai atau tidaknya. Calon siswa akan dapat menentukan sekolah mana yang akan dipilihnya ditengah berbagai pilihan yang ada adalah promosi dan publikasi sekolah yang tepat.

Publikasi berasal dari kata “publicare” yang artinya “untuk umum”. Sehingga publikasi didefinisikan sebagai “kegiatan memperkenalkan perusahaan sehingga umum/publik/masyarakat dapat mengenalnya” (Ismiani, 2010:2).

Menurut Nisberg dalam buku komunikasi serba ada serba makna, menyatakan publikasi adalah informasi yang dirancang untuk memperlihatkan, memperkenalkan, mempertahankan nama dan kehormatan seseorang, kelompok, atau suatu organisasi kepada khalayak dalam suatu konteks tertentu melalui media dengan tujuan untuk menciptakan daya tarik khalayak. (Liliweri, 2011).

Upaya SMP PGRI 363 dalam melakukan berbagai kegiatan yang mengenalkan, memperlihatkan, mempertahankan nama baik

sekolah kepada masyarakat/publik dengan menggunakan media dan bertujuan agar masyarakat mengenal dan menciptakan daya tarik serta image yang positif dapat diartikan sebagai publikasi.

Kegiatan Promosi dan publikasi (wawancara dengan Kepala Sekolah SMP PGRI 363 Bapak Agus Susanto S.E)

- Kepala Sekolah SMP PGRI 363 Bapak Agus Susanto SE, menjelaskan bahwa kegiatan promosi yang pernah dilakukan sekolah SMP PGRI 363 Pondok Petir adalah dengan cara menjemput bola, dengan cara ini lebih efektif karena kami langsung datang ke sekolah sekolah tujuan dan memberikan brosur dan menjelaskan kegiatan dan program sekolah yang dijalankan di sekolah kami, di samping itu juga kami melakukan pemasangan spanduk dan pamlet yang dimana kami mencari tempat yang strategis agar masyarakat bisa melihat secara jelas spanduk dan pamlet sekolah.

Strategi promosi dan publikasi yang dilakukan SMP PGRI 363, yaitu menjemput bola dengan mendatangi target sasaran yaitu SD/MI, promosi dilakukan dengan cara memberikan brosur kepada para siswa SD/MI

kelas 6 yang diharapkan brosur tersebut akan disampaikan kepada orang tua siswa. Pemasangan spanduk di tempat-tempat strategis juga dilakukan dengan harapan, masyarakat/publik sasaran dapat melihat informasi mengenai SMP PGRI 363. Publikasi dilakukan dengan cara melakukan presentasi kepada para siswa dan juga Guru sekolah SD/MI.

Gambar 1. Brosur SMP PGRI 363 Pondok Petir



Gambar 2. Spanduk SMP PGRI 363 Pondok Petir



Gambar 3. Pamflet SMP PGRI 363 Pondok Petir



- Keterangan dari Bapak Agus Susanto, selaku Kepala Sekolah. Kegiatan promosi sebelum pandemi Covid 19 yang dilakukan adalah dengan memberikan potongan bebas uang gedung untuk Penerimaan Peserta Didik Baru PPDB gelombang 1 dan

untuk gelombang ke 2 uang gedung full. Ini adalah strategi promosi yang dilakukan agar masyarakat bisa lebih awal mendaftar di gelombang pertama agar bebas uang gedung dan ternyata ini lebih efektif dan hasil lebih maksimal dan memenuhi sesuai target.

Strategi promosi yang dilakukan sebelum masa pandemi Covid 19 adalah dengan memberikan free biaya masuk / bebas uang gedung untuk PPDB gelombang 1. Cara ini cukup efektif, karena banyak siswa yang mendaftar di gelombang 1 agar mendapatkan bebas biaya uang gedung. Terlebih lagi di masa pandemi Covid 19 dengan adanya beberapa perusahaan yang terpaksa gulung tikar, kondisi perekonomian keluarga calon siswa banyak yang terimbas Covid 19. Dengan adanya bebas biaya uang gedung, sangat membantu orang tua calon siswa SMP PGRI 363.

- Keterangan dari Bapak Agus Susanto, selaku Kepala Sekolah. Kegiatan Promosi yang dilakukan dimasa pandemi Covid 19 adalah dengan membuat tutorial pendaftaran PPDB dengan sistem online dan juga membuat video kegiatan siswa untuk

di sosialisasikan ke siswa baru yang menjadi target. Dengan cara meminta no. Hp wali kelas setiap sekolah yang dikunjungi. Sehingga informasi PPDB akan masuk di masing-masing group wali kelas.

Strategi promosi dan publikasi yang dilakukan pada saat pandemi Covid 19, dengan adanya aturan pemerintah terkait pandemi, yaitu larangan berkumpul. SMP PGRI 363 melakukan strategi publikasi yaitu membuat tutorial pendaftaran PPDB dengan sistem online dan juga membuat video kegiatan siswa untuk disosialisasikan ke SD/MI target sasaran. Strategi promosi dengan cara melakukan database no handphone wali kelas SD/MI Kelas 6 target sasaran, lalu mengirimkan informasi mengenai PPDB sehingga informasi akan masuk di masing-masing group wali kelas. Cara tersebut belum banyak dilakukan oleh sekolah lain, dan strategi promosi dan publikasi yang dilakukan ini sangat inovatif dan juga efektif.

- Penjelasan dari Kepala Sekolah Bapak Agus Susanto, S.E , Sekolah mengalami kendala di masa pandemi, karena orang tua akan mencari sekolah yang lebih murah dan terjangkau,

sehingga sekolah berusaha untuk lebih menekan biaya PPDB, yaitu dengan bebas uang bangunan dan di samping itu juga menghilangkan uang kegiatan selama satu tahun. Ini cara yang dilakukan agar kami bisa mendapatkan murid sesuai target sekolah

- Lebih lanjut penjelasan dari Bapak Agus Susanto, SE. Kendala yang dialami sekolah dalam melakukan aktivitas promosi di masa pandemi Covid 19 adalah tidak bisa tatap muka dengan siswa dalam mempromosikan sekolah, sehingga sekolah membuat video yang dikirim ke wali kelas masing-masing sekolah. Jika promosi dilakukan secara langsung akan lebih efektif ketika menjelaskan keunggulan dari sekolah. Dan sekolah juga dapat melakukan salah satu kegiatan promosi tahunan yaitu turnamen futsal antar sekolah SD dan MI atau kegiatan yang lainnya untuk mengundang siswa baru dan mengikuti kegiatan tersebut sebagai ajang promosi.

Kendala yang dialami sekolah saat pandemi Covid 19 dikarenakan kondisi perekonomian yang masih belum stabil, banyak calon orang tua siswa yang mencari

sekolah yang lebih terjangkau. Sehingga sekolah melakukan beberapa strategi untuk PPDB yaitu dengan cara membebaskan biaya bangunan/uang gedung dan juga menghilangkan uang kegiatan selama satu tahun. Selanjutnya kendala dalam melakukan aktifitas promosi dan publikasi yang dialami pada masa pandemi Covid 19, adalah tidak bisa melakukan tatap muka secara langsung dengan calon siswa, tidak dapat melakukan kegiatan promosi tahunan yaitu turnamen futsal antar SD/MI atau kegiatan lainnya yang berupa event, tidak dapat mengundang calon siswa solusi. Solusi yang dilakukan adalah dengan membuat video yang dikirim ke wali kelas masing-masing sekolah.

- Menurut Bapak Agus, tidak ada penurunan jumlah peserta didik baru secara signifikan, hanya saja jumlah siswa yang mendaftar masih stagnan belum ada peningkatan yang cukup berarti.

Berikut adalah data jumlah siswa yang mendaftar pada tahun 2019, 2020 dan 2021

Tabel 2

Tahun PPDB	2019	2020	2021
Jumlah siswa	62	60	86

Sumber : data siswa SMP PGRI 363 Pondok Petir

Jumlah siswa PPDB di tahun 2019 berjumlah 62 siswa yang mendaftar, dan mengalami sedikit penurunan di tahun 2020 menjadi 60 siswa. Hal ini disebabkan, di bulan Maret 2020 Covid 19 mulai masuk ke Indonesia. Ketika Pandemi Covid terjadi di tahun tersebut, sekolah belum terbiasa dalam melakukan aktifitas promosi tanpa bertemu langsung dengan sekolah sasaran ataupun siswa SD/MI. Sekolah SMP PGRI 363 melakukan beberapa strategi promosi yaitu dengan membuat video tutorial untuk pendaftaran online dan video kegiatan sekolah. Dengan membuat database serta melakukan koordinasi dengan wali kelas sekolah SD/MI sasaran. Maka video kegiatan dan tutorial online tersebut dapat diinformasikan ke calon siswa. Hal ini cukup berdampak baik yaitu dengan bertambahnya jumlah siswa yang mendaftar di tahun 2021 yaitu menjadi sebesar 86 siswa. Kenaikan jumlah siswa sebesar 43% tersebut sudah sangat baik, walaupun masih belum sesuai dengan harapan SMP PGRI 363 yang berharap jumlah siswa yang mendaftar sebesar 120 siswa.

#### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **KESIMPULAN**

Strategi promosi dan publikasi yang dilakukan SMP PGRI 363 Pondok Petir ketika pandemi Covid 19 diantaranya, menjemput bola ke sekolah sasaran, memberikan brosur, pamflet, pemasangan spanduk, bebas biaya uang gedung untuk gelombang 1, melakukan database no Handphone Wali Kelas Siswa sekolah sasaran, membuat video tutorial pendaftaran online, dan membuat video kegiatan sekolah yang video. Strategi promosi dan publikasi tersebut cukup membuahkan hasil di PPDB tahun 2021, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah siswa yang mendaftar sebesar 86 siswa yang mengalami kenaikan sebesar 43% dari tahun sebelumnya.

##### **SARAN**

Diharapkan SMP PGRI 363 Pondok Petir dapat lebih mengaktifkan media sosial yang dimiliki sekolah tersebut untuk sarana promosi dan publikasi sekolah. Serta dapat bekerjasama dengan media lokal kota Depok untuk dapat menginformasikan dan mempublikasikan kegiatan dan keunggulan-keunggulan dari SMP PGRI 363.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amran. 2013. *Manajemen Pemasaran Surety Bonds*, Jakarta: Bumi Aksara
- Boyd, Harper W. dkk, (2000), *Manajemen Pemasaran – Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global* edisi 2 jilid 2, Jakarta : Erlangga
- Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. 2011. *Effective Public Relations*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- David, F.R. 2004. "Manajemen Strategis: Konsep. Edisi ketujuh". PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Ismiani, Nanik. (2010). *Modul Strategi Image/Soft Sell*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
- Kotler, K.(2009). *Manajemen Pemasaran* 1.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia.Jilid 1 dan 2.Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Amstrong, 2012, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Stategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Andi.
- Laksono, Sonny. *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi dari Metodologi ke Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT Gramedia, Jakarta, 2004.
- Yin, Robert, K. 2013. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Infosekolah.net. SMP PGRI 363 Pondok Petir. <<https://infosekolah.net/info/sekolah/SMP-PGRI-363-PONDOK-PETIR/Kecamatan-Bojongsari/Kota%20Depok/Provinsi-Jawa-Barat/indonesia/b0aeedf8177f697920554dd443481e8d4746538a>> (diakses pada 2 Januari 2022)
- [www.panduanmengajar.com](http://www.panduanmengajar.com). Cara Promosi Sekolah dengan Metode PKP untuk Mendatangkan Banyak Siswa Baru.<https://www.panduanmengajar.com/2017/03/cara-promosi-sekolah-dengan-metode-pkp-untuk-mendatangkan-banyak-siswa-baru> (diakses pada 2 Januari 2022)