

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan

MTs Nurul Ikhlas Kota Bekasi menerapkan lima unsur komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Kelima elemen tersebut adalah periklanan, promosi, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan penjualan pribadi. Masing-masing elemen mempunyai peran penting dalam membangun strategi komunikasi yang efektif, dan dengan menerapkan kelima elemen tersebut secara terpadu, sekolah dapat memperoleh perhatian lebih dari calon siswa dan orang tua siswa.

MTs Nurul Ikhlas berhasil menerapkan lima elemen teori komunikasi bauran pemasaran, dengan fokus pada saluran komunikasi yang berbeda untuk menjangkau calon siswa dan orang tua. Setiap elemen mengambil pendekatan yang berbeda namun saling melengkapi.

1. Periklanan digunakan untuk meningkatkan kesadaran sekolah dan mempromosikan program unggulannya melalui berbagai media, termasuk media sosial dan media cetak.
2. Promosi diperkenalkan untuk menarik calon siswa dengan menawarkan insentif seperti pengurangan biaya dan hadiah kepada calon siswa baru.
3. Humas membantu memperkuat citra positif sekolah di mata masyarakat dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah melalui berbagai kegiatan sosial dan keagamaan.
4. Pemasaran langsung memungkinkan komunikasi langsung dengan calon siswa dan orang tua melalui kunjungan ke sekolah dasar untuk memberikan informasi ke unggulan dan memotivasi mereka untuk mendaftar.
5. Personal Selling dirancang untuk memberikan nasehat secara langsung dan detail kepada orang tua dan calon siswa agar lebih percaya diri dalam memilih MTs Nurul Iklas.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa MTs Nurul Ikhlas Kota Bekasi menerapkan lima elemen komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah siswa baru, beberapa di antaranya untuk memperkuat dan mengoptimalkan strategi pemasaran sekolah di masa depan. Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi MTs Nurul Ikhlas untuk meningkatkan pemasaran digital merupakan elemen yang tidak boleh diabaikan di era teknologi saat ini, terutama karena banyak orang tua yang kini lebih memilih mencari informasi secara online sebelum membuat keputusan. Fokuskan upaya di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Unggahan konten secara rutin tentang kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan informasi pendaftaran bisa menarik perhatian orang tua yang aktif di media sosial. Pastikan konten yang disajikan menarik dan mengedukasi.
2. Bagi akademisi, peneliti berharap skripsi ini bisa menambah wawasan dan pengetahuan selanjutnya sebagai referensi bagi peneliti dan akademisi yang ingin mencoba dan melakukan penelitian dengan subjek serupa. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat menghasilkan karya-karya tulis ilmiah lainnya.
3. Bagi masyarakat terkait penerimaan siswa baru MTs Nurul Ikhlas Kota Bekasi yang mendukung keberhasilan sekolah dalam menarik lebih banyak siswa dan meningkatkan mutu pendidikan secara keseluruhan. Masyarakat dapat mendukung MTs Nurul Ikhlas dengan ikut serta dalam kegiatan yang diselenggarakan sekolah, baik itu acara sosial, keagamaan, atau kegiatan ekstra kurikuler. Dukungan ini tidak hanya menguatkan hubungan antara sekolah dan masyarakat, tetapi juga membantu sekolah dalam membangun citra positif di mata calon orang tua siswa.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi serta dapat dikembangkan lebih luas unsur Strategi Komunikasi pemasaran ataupun teori dari para ahli yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. Manajemen Pemasaran, Edisi I, Cetakan-7, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004.
- Astuti, A., Ginting, R., & Saleh, A. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran iNews TV Sumut dalam Meningkatkan Segmentasi Pemirsa. *Persepsi: Communication Journal*, Vol 4 No 1.
- Cahnyani, I. (2019). Patji. Com: Digital Marketing Komunikasi Berbasis Kearifan Lokal Di Kabupaten Tegal. *Kuat: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, Vol 1 No 3, 155-163.
- Creswell, J., & Poth, C. (2018). *Qualitative inquiry and reasearch design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Herdiana, V., Delima, I. D., & Irianti, E. (2024). Pengaruh Advertising Dalam Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Mixue di Sukabakti Tangerang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(8), 996-1002.
- Kurniawan, K. (2020, 4 11). *Komunikasi Pemasaran 2020 : Pengertian, Jenis & Model*
- Liana, W. (2019). Usaha meningkatkan efisiensi sumber daya manusia pada kinerja karyawan PT Indosat Tbk Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, Vol 10 No 2, 124-129.
- Lontoh, J., Tumbel, A., & Kawet, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, & Akuntansi*, Vol 8 No 4.
- Mundir, A. (2015). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 7 No 1, 27–40. <https://doi.org/10.35891/ml.v7i1.369>
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). *Analisis Data dan Pengecekan Keabsahan Data*.

- Oktavania, W. P. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27-48.
- Puspitarini, D., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, Vol 3 No 1, 71-80.
- Ramadhan, A., Turistiati, A., & Asriandhini, B. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Penerimaan Siswa Baru di SMP Diponegoro 5 Wangon, Banyumas. *Aguna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 5 No 1, 68-78.
- Rasyid, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik (Studi Kualitatif Deskriptif PAUD Terpadu Sang Pemimpin Banjarmasin). *Doctoral Dissertation*.
- Sanga, L. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran STIE Bentara Persada dengan Metode SOSTAC Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa. *Tractare*, Vol 6 No 1, 237-246.
- Surapati, M., Rasyid, A., & Nurjanah, N. (2020). Strategi Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Muhamadiyah 2 Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 9 No 1, 347-362.
- Susanto, P., Arini, D., L, Y., Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol 3 No1, 1-12.
- Van Bone, K. J., Kawengian, D. D., & Kalesaran, E. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Agen Perjalanan Emerall Tours and Travel Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, Vol 7 No 4.
- Widiyanti, E., & Prihantoro, E. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran SMK Teratai Putih Global 3 Bekasi Melalui Media Sosial Instagram Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, Vol 20 No1.
- Yanuarita, D., & Desnia, A. (2023).). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Melalui Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi di Sekolah Alam Kebun Tumbuh. *Jurnal Penelitian Inovatif*, Vol 3 No 2, 245-256.
- Zebua, J., Mendrofa, S., Lase, D., Waruwu, E., & Halawa, F. (2024). Analisis Penerapan Manajemen Talenta Dalam Meningkatkan Kinerja Guru Pada UPTD SD Negeri 070989 Hilinaa Kota Gunungsitoli. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, Vol 4 No 3, 1240-1252.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian



Foto bersama Kepala sekolah MTs Nurul Ikhlas



Foto bersama Guru sekolah MTs Nurul Ikhlas



Foto bersama Orang Tua siswa MTs Nurul Ikhlas

Lampiran 2 Wawancara Dengan Key Informan dan Informan
TRANSKRIP WAWANCARA KEY INFORMAN DAN INFORMAN

Wawancara dilakukan dengan tatap muka

Tanggal Wawancara : Selasa, 22 Oktober 2024

Tempat Wawancara : MTs Nurul Ikhlas

Pewawancara : Muhammad Dawam Raharjo

Key Informan : Achmad Zakaria

Sebagai : Kepala Sekola MTs Nurul Ikhlas

Peneliti/Informan	Jawaban Key Informan
Peneliti	Kapan MTs Nurul Ikhlas ini didirikan ?
Key Informan (Achmad Zakaria)	Sekolah MTS Nurul Ikhlas Kota Bekasi ini berdiri sudah sejak lama tepat nya pada tahun 1986. Berdirinya MTS Nurul Ikhlas Kota Bekasi ini bertujuan untuk membentuk peserta didik yang menjunjung tinggi dalam memiliki keunggulan kepribadian yang didasari oleh keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT dan membentuk karakter yang menjunjung tinggi dan memiliki kemandirian dalam bersikap, bertindak dan berfikir berbasis akhlakul karimah.
Peneliti	Bagaimana MTs Nurul Ikhlas menyusun strategi komunikasi pemasaran untuk menarik minat calon siswa baru?
Key Informan (Achmad Zakaria)	Melalui beberapa strategi komunikasi baik offline maupun online, yaitu dengan mensosialisasikan secara langsung kepada masyarakat sekitar yakni kegiatan pertemuan dengan orang tua di sekitar lingkungan serta sosialisasi di sekolah-sekolah dasar dan membagikan brosur. Selain itu melalui media sosial seperti instagram, facebook dan youtube yang digunakan untuk promosi layanan yang disediakan, promosi program unggulan yang ada di madrasahab dan juga prestasi yang sudah didapat.

Peneliti	Apakah MTs Nurul Ikhlas memiliki keunggulan atau keunikan tertentu yang menjadi nilai jual dalam menarik minat calon siswa?
<i>Key Informan</i> (Achmad Zakaria)	Tentu saja, ada beberapa manfaat yang kami tawarkan dalam strategi pemasaran kami. Salah satunya adalah perpaduan pendidikan agama dan pendidikan umum yang kami tekankan. Kami juga menawarkan berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang mendorong pengembangan karakter siswa, seperti kegiatan keagamaan, seni, dan olahraga. Selain itu, kami selalu berupaya menciptakan suasana yang nyaman bagi siswa dan kondusif dalam pembelajaran. Kami percaya bahwa lingkungan yang mendukung memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan pembelajaran.
Peneliti	Apa tantangan terbesar yang dihadapi MTs Nurul Ikhlas dalam penerimaan siswa baru dan bagaimana cara sekolah menghadapinya?
<i>Key Informan</i> (Achmad Zakaria)	Tantangan terbesar kami adalah bersaing dengan sekolah lain yang menawarkan pendidikan berkualitas tinggi. Itu sebabnya kami terus berupaya menciptakan metode dan layanan pendidikan yang inovatif bagi orang tua dan siswa. Selain itu, kami menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk mengkomunikasikan manfaat kami. Kami juga berupaya mengembangkan hubungan baik dengan tokoh masyarakat dan orang tua siswa, yang menjadikan kami perekrut yang efektif.
Peneliti	Bagaimana MTs Nurul Ikhlas mengevaluasi efektivitas dari strategi komunikasi pemasaran yang telah diterapkan?

Key Informan (Achamd Zakaria)	Kami akan melakukan evaluasi secara berkala terutama setelah masa pendaftaran baru. Salah satu cara untuk mengukur efektivitas melalui pendaftaran dan tingkat keterlibatan orang tua dalam upaya penjangkauan. Kami juga mengumpulkan masukan dari orang tua tentang pengalaman mereka mencari informasi tentang sekolah. Dari situ kita akan tahu apakah informasi yang kita sampaikan sudah cukup jelas dan menarik, atau adakah yang perlu perbaikan.
Peneliti	Apa harapan Bapak achmad Zakaria selaku kepala sekolah MTs Nurul Ikhlas ini terkait strategi komunikasi pemasaran di MTs Nurul Ikhlas untuk tahun-tahun mendatang?
Key Informan (Achamd Zakaria)	Harapan kami akan semakin memperkuat komunikasi kami dengan masyarakat setempat dan calon siswa, meningkatkan kualitas pendidikan dan layanan, serta memastikan lebih banyak orang tua memilih MTs Nurul Ikhlas sebagai pilihan pendidikan bagi anak-anak mereka. Kita juga ingin memanfaatkan teknologi dengan lebih baik untuk memudahkan komunikasi dan informasi yang kita sampaikan.

Lampiran 3 Wawancara Dengan Key Informan dan Informan
TRANSKRIP WAWANCARA KEY INFORMAN DAN INFORMAN

Wawancara dilakukan dengan tatap muka

Tanggal Wawancara : Selasa, 22 Oktober 2024

Tempat Wawancara : MTs Nurul Ikhlas

Pewawancara : Muhammad Dawam Raharjo

Informan : Surdi

Sebagai : Kesiswaan MTs Nurul Ikhlas

Peneliti/Informan	Jawaban Informan
Peneliti	Sebagai petugas kesiswaan, bagaimana si Bapak melihat peran komunikasi dalam proses penerimaan siswa baru di MTs Nurul Ikhlas ini?
Informan (Surdi)	Saya sebagai kesiswaan di MTs Nurul Ikhlas, Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam penerimaan siswa baru. Sebagai Staf Kemahasiswaan, saya bertanggung jawab untuk mengelola proses pendaftaran, dan komunikasi yang efektif dengan calon siswa dan orang tua adalah kunci untuk memastikan proses ini berjalan lancar. Melalui komunikasi yang baik, kami dapat menyampaikan informasi yang jelas mengenai program unggulan kami, proses pendaftaran, dan keunggulan MTs Nurul Ikhlas.
Peneliti	Apakah ada tantangan atau hambatan yang dihadapi oleh bapak selaku pihak kesiswaan dalam proses pemasaran dan penerimaan siswa baru di MTs Nurul Ikhlas?
Informan (Surdi)	Salah satu tantangan terbesar kami adalah persaingan dengan sekolah lain yang menawarkan pendidikan berkualitas tinggi. Selain itu, meskipun kami telah mencoba menjelaskan kelebihan MTs Nurul Ikhlas, beberapa orang tua mungkin lebih memilih sekolah negeri karena biaya sekolah yang lebih murah. Tantangan lainnya adalah memastikan informasi yang kami berikan dapat diterima oleh masyarakat (orang tua murid),

Lampiran 4 Wawancara Dengan *Key Informan* dan Informan
TRANSKRIP WAWANCARA KEY INFORMAN DAN INFORMAN

Wawancara dilakukan dengan tatap muka

Tanggal Wawancara : Selasa, 22 Oktober 2024

Tempat Wawancara : MTs Nurul Ikhlas

Pewawancara : Muhammad Dawam Raharjo

Informan : Ahmad Sanusi

Sebagai : Guru MTs Nurul Ikhlas

Peneliti/Informan	Jawaban Informan
Peneliti	Menurut bapak apasi yg menjadi keunggulan utama MTs Nurul Ikhlas yang dapat menarik calon siswa dan orang tua?
Informan (Ahmad Sanusi)	Salah satu keunggulan utama kami adalah integrasi antara pendidikan agama dan pendidikan umum yang sangat kami tekankan. Di MTs Nurul Ikhlas, saya sebagai guru berusaha mendidik siswa tidak hanya dalam hal akademik, tetapi juga dalam pembentukan karakter dan akhlak. Kami memiliki program-program yang menggabungkan keduanya, seperti kegiatan keagamaan dan pengajaran kurikulum yang relevan dengan perkembangan zaman.
Peneliti	Bagaimana Bapak melihat keterlibatan guru dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran ini?
Informan (Ahmad Sanusi)	Saya rasa keterlibatan guru sangat penting dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran sekolah. Saya sebagai pengajar, kami tidak hanya menyampaikan materi akademik, tetapi juga menjadi representasi sekolah di mata orang tua dan masyarakat. Ketika orang tua atau calon siswa datang ke sekolah, kami berusaha untuk memberikan gambaran yang jelas dan positif mengenai proses belajar di MTs Nurul Ikhlas.

Lampiran 5 Wawancara Dengan *Key Informan* dan Informan
TRANSKRIP WAWANCARA KEY INFORMAN DAN INFORMAN

Wawancara dilakukan dengan tatap muka

Tanggal Wawancara : Selasa, 22 Oktober 2024

Tempat Wawancara : MTs Nurul Ikhlas

Pewawancara : Muhammad Dawam Raharjo

Informan : Yuni Hastuti

Sebagai : Wali Murid Siswa MTs Nurul Ikhlas

Peneliti/Informan	Jawaban Informan
Peneliti	Menurut Ibu apa yang menjadi keunggulan utama MTs Nurul Ikhlas dalam menarik perhatian ibu sebagai wali murid disini?
Informan (Yuni Hastuti)	Keunggulan yang saya lihat terletak pada keseimbangan antara pendidikan akademis dan agama. Menurut saya sekolah ini tidak hanya berfokus pada pendidikan umum, tetapi juga pendidikan agama, yang menurut saya sangat penting. Selain itu, saya melihat fasilitas sekolah sangat baik dan berbagai program ekstrakurikuler. Saya juga dapat melihat bahwa para guru di sini sangat memperhatikan anak-anak, baik secara akademis maupun kepribadiannya.
Peneliti	Dalam hal penerimaan siswa baru, apakah ada faktor tertentu yang membuat Bapak/Ibu memilih MTs Nurul Ikhlas dibandingkan dengan sekolah lain?
Informan (Yuni Hastuti)	Menurut saya pembeda faktor utama tentu saja adalah kualitas pendidikan yang disediakan, seperti yang sudah saya sebutkan, yaitu keseimbangan antara pendidikan agama dan umum. Selain itu, program pembelajaran yang berbasis pada pengembangan karakter juga sangat penting bagi saya. Saya juga merasa bahwa MTs Nurul Ikhlas memberikan perhatian yang baik terhadap kebutuhan masing-masing siswa, dengan pendekatan yang lebih personal.

1.1 Lampiran 5 lembar bimbingan Skripsi

LEMBAR CATATAN BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Dawan Raharjo
NPM : 41182037190029
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsetrasi : Jumalistik

No.	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	CATATAN	PARAF DOSEN
1	9 Oktober 2024	Bab 1&2	Perbaiki rumusan masalah	
2	16 Oktober 2024	Bab 2	Tambah referensi terbaru	
3	23 Oktober 2024	Bab 2&3	Sesuaikan dengan fokus penelitian	
4	30 Oktober 2024	Bab 3	Revisi Kerangka teori	
5	6 November 2024	Bab 4	Jelaskan hasil lebih rinci	
6	11 November 2024	Bab 4&5	Memeriksa kembali hasil penelitian	

1.2 Lampiran 6 Turnitin Penelitian

