

Perancangan Booklet Penerimaan Peserta Didik Baru Sebagai Media Promosi SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Oleh:

Dian Arif Fajar

Poppy Febriana

Progam Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Sabtu, 27 Mei 2023

Pendahuluan

- Promosi adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk, baik barang maupun jasa, kepada masyarakat luas agar menarik minat mereka untuk mengetahui, membeli, dan menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Listyawati (2016) promosi dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa media, antara lain media cetak atau media komunikasi visual dan media elektronik
- Media komunikasi visual adalah cara untuk menyampaikan pesan atau informasi menggunakan gambar yang dapat dilihat oleh orang. Media komunikasi visual menggunakan desain grafis, gambar, ilustrasi, lambang, seni, tipografi, dan warna untuk menyampaikan pesan (Putra, 2021).

Pendahuluan

- Booklet adalah sebuah media cetak yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar mereka dapat memahami dan mengikuti pesan yang disampaikan. Pada dasarnya booklet juga memiliki arti sebuah media untuk publikasi yang terdiri dari beberapa lembar halaman, tetapi tebalnya tidak setebal sebuah buku.

Rumusan Masalah

Selama 2 tahun terakhir pendaftaran di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo menurun. Media cetak brosur lama SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo yang di buat tahun 2020-2021 dinilai memiliki visual yang kurang menarik.

Metode

- Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data melalui observasi secara langsung ke SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, dan pengambilan beberapa data di web sekolah mengenai sekolah tersebut. Peneliti juga melakukan wawancara secara langsung ke kepala UPT Penerimaan Peserta Didik Baru SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo guna mendapat informasi yang jelas dan terperinci.

Kesimpulan Wawancara

- Media cetak brosur lama SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo yang di buat tahun 2021 memiliki visual yang kurang menarik, data yang kurang lengkap dan kurang futuristic

No	Jenis Pembayaran	Biaya
1	SPP Juli 2022	Rp. 1.000.000,-
2	Dana Pengembangan Pendidikan (DPP) Gorontalo	Rp. 10.000.000,-
3	Dana Non DPP	Rp. 11.750.000,-
4	Rencana Dana Non DPP	Rp. 5.545.000,-
5	Uang Infra Siswa (UIS)	Rp. 400.000,-
6	MANS	Rp. 50.000,-
7	Biaya Buku (1 tahun)	Rp. 825.000,-
8	Pengembangan Perputakaan	Rp. 200.000,-
9	Pengembangan Laboratorium	Rp. 400.000,-
10	Persediaan Bahan Angkut	Rp. 220.000,-
11	Ak-Qatam 1 tahun	Rp. 100.000,-
12	Kartu Pelajar	Rp. 20.000,-
13	Kontribusi 1 tahun	Rp. 150.000,-
14	PORTAS	Rp. 275.000,-
15	PORTAWA	Rp. 100.000,-
16	Seragam Sekolah	Rp. 2.500.000,-
17	Gawaih Terpadu	Rp. 125.000,-
18	Tas Ekspedisi	Rp. 100.000,-
19	Biaya Asrama	Rp. 1.550.000,-

PERNYATAAN SISTEM 0-JALUR

A. Syarat Umum

- Memiliki Nomor Induk Siswa Nasional (NISN)
- Berusia maksimum 20 tahun pada 1 Juli 2022
- Membayar uang pendaftaran Rp 350.000,-

B. Syarat Khusus Tiap Jalur

- Syarat Jalur Indes:** Jalur penerimaan siswa baru bagi mereka yang masih aktif menjadi siswa SMP/MTs negeri atau swasta dan/atau sebelum PPDB Sman/da resmi dibuka.
- Syarat Jalur Reguler:** merupakan jalur penerimaan siswa baru bagi lulusan SMP/MTs negeri atau swasta.

Keterangan Pembayaran

A. Rincian Pembayaran Jalur Non Indes (Reguler, Bilik MIA, Prestasi, Kerjasama, dan Aides Prestasi)

- Lunas
- Pembayaran SPP, DPP dan Dana Non DPP dilunasi root saat penerimaan
- Angsur
- Sisa Wadepan
 - Membayar DPP ke e-RIS dari tagihan DPP
 - Membayar Dana Non DPP (Lunas)
 - Membayar SPP bulan Juli 2022 (Lunas)

B. Potongan Pembayaran

- Jalur Prestasi
 - Prestasi Non Akademik: Kabupaten pot DPP 15%, Provinsi pot DPP 15%, Nasional pot DPP 10%, Internasional pot DPP 20%
 - Jalur Aides (Profesional management potongan DPP 50%, SPP 50%, dan bebas biaya Non DPP (kecuali seragam dan buku)
 - Jalur Bilik MIA (bebas biaya)
- Jalur Kerjasama SMP Muhammadiyah se-Jatin mendapat potongan 1.000.000 dari DPP
- Jalur Reguler (Tidak dapat potongan)

Kesimpulan Wawancara

- 1) Pada halaman depan layout kurang rapi dan belum selaras.
- 2) Foto dan penataan font terlalu ramai yang menjadikan brosur kurang menarik.
- 3) Pemilihan warna kurang menarik dan tidak sesuai dengan branding sekolah.
- 4) Layouting terlihat jadul dan kurang futuristik.
- 5) Tabel jadwal kurang menarik terkesan polos.
- 6) Foto terkesan kusam, perlu tahap editing sebelum proses layouting.
- 7) Desain kurang elegant.

Kesimpulan Wawancara

Setelah mendapatkan kesimpulan wawancara, penulis lalu membuta strategi kreatif untuk merancang booklet yang menarik dan informatif.

Pendekatan Visual

Poppins

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 0

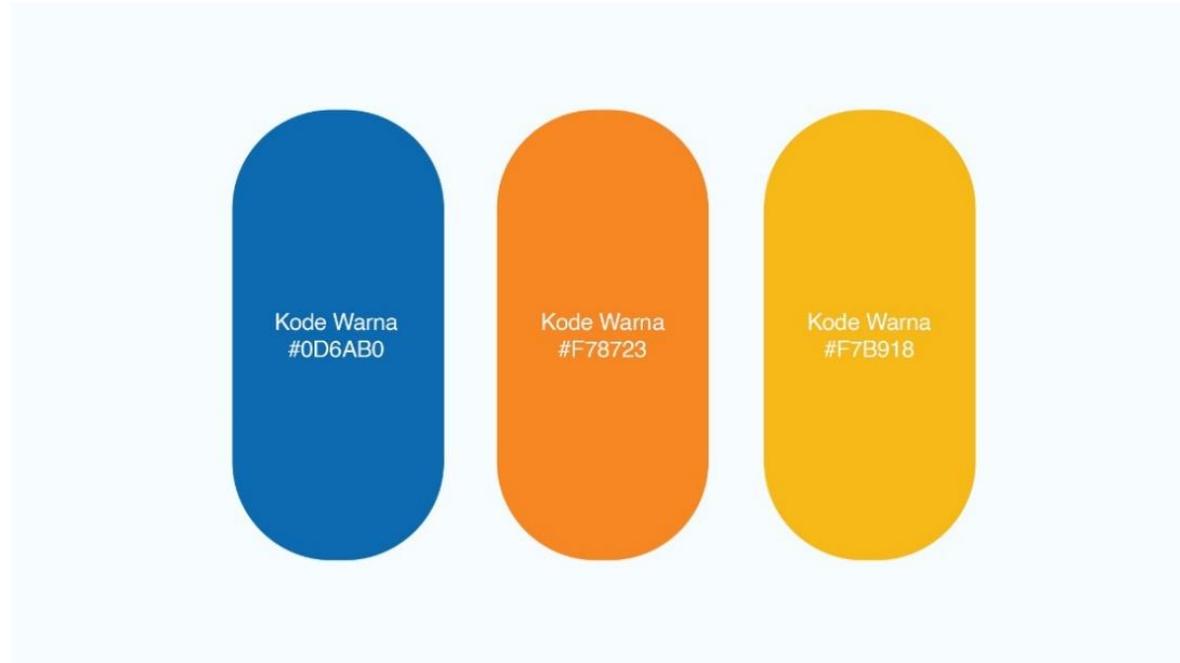
Bitter

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 0

- **Tipografi** melibatkan seni dalam memilih dan mengatur huruf-huruf dengan desain yang disusun secara khusus untuk mencapai efek tertentu. Penulis menggunakan font a) **Popins** yang memiliki arti Jelas, mudah dibaca, tegas, digunakan pada isi booklet dan penjelasan. b.) **Bitter** yang memiliki arti Menarik, kokoh, mewah, tegas, digunakan pada setiap judul halaman.

Pendekatan Visual



- **Warna**, menurut Tafiprios & Arbi (2015) Pentingnya warna dalam menciptakan kesan bagi para pengamat tidak dapat diremehkan. Penulis menggunakan warna branding sekolah antara lain: a) Biru melambangkan ketenangan, ketulusan, kesuksesan & kecerdasan. b) Oranye melambangkan kesegaran, hangat dan bersinergi. c) Kuning melambangkan muda,

Pendekatan Visual



Promosi ini juga di dukung dengan beberapa media seperti video profile, flyer, stiker, banner, poster, dan kalender.

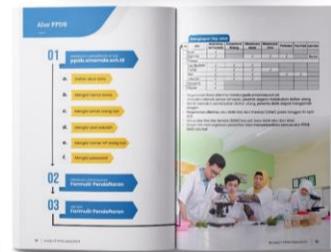
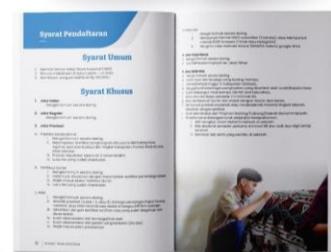
Hasil dan Pembahasan

Setelah proses desain telah selesai, pada tahap ini teks dan layout image sudah disempurnakan menjadi lebih futuristic dan elegant oleh penulis.

Penulis menggunakan software Adobe In Design untuk membuat booklet ini

Berikut adalah desain booklet Penerimaan Peserta Didik Baru SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sebagai berikut :

Hasil dan Pembahasan



Hasil dan Pembahasan



Penulis juga mendaftarkan hak cipta karya booklet ini ke
Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil perancangan booklet sebagai media promosi SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo ini, penulis menyimpulkan bahwa booklet ini dapat membantu promosi lembaga ini menjadi lebih luas lagi, tidak hanya dari sidoarjo saja tetapi dari berbagai daerah. Bisa menjadikan sekolah pilihan pertama para orang tua dan calon peserta didik

Booklet ini juga akan ditampilkan secara digital di web sekolah. Promosi Lembaga ini juga didukung beberapa media seperti video profile, flyer, stiker, banner, poster, dan kalender. Dengan media-media promosi ini diharapkan SMA Muhammadiyah sidoarjo lebih dikenal masyarakat luas serta bisa meningkatkan perolehan siswa untuk tahun-tahun berikutnya.

Referensi

- [1] A. Prasetyaningrum and S. Marmoah, “Analisis SWOT Manajemen Peserta Didik dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di Sekolah Negeri,” *J. Basicedu*, vol. 6, no. 4, pp. 5598–5604, 2022, doi: 10.31004/basicedu.v6i4.2771.
- [2] M. Imanullah *et al.*, “Pengenalan Website Sekolah Dasar Muhammadiyah 1 Unggulan Dalam Rangka Meningkatkan Mutu Pembelajaran Dan Promosi Sekolah,” *J. Pengabd. Masy. Bumi Raflesia*, vol. 4, no. 1, pp. 483–492, 2021, doi: 10.36085/jpmb.r.v4i1.1217.
- [3] H. Hendrayati, T. Yuliawati, A. Miftahuddin, A. Ciptagustia, N. S. Nurhayati, and T. Sandjaya, “OPTIMALISASI MEDIA PROMOSI MELALUI PENGEMBANGAN DESAIN DAN KONTEN MARKETING YAYASAN PENDIDIKAN HANDAYANI 1979 KABUPATEN BANDUNG,” *Kumawula J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 3, p. 565, Dec. 2022, doi: 10.24198/kumawula.v5i3.41740.
- [4] M. Santoso, C. R. Sari, and S. Jalal, “Promosi Kampus Berbasis Augmented Reality,” *J. Edukasi Elektro*, vol. 5, no. 2, pp. 105–110, 2021, doi: 10.21831/jee.v5i2.43496.
- [5] V. T. Goeinawan, L. Natadjaja, and D. K. Salamoon, “Perancangan Ulang Company Profile JawaPos.com sebagai Media Informasi dan Promosi.”
- [6] A. Zainal, “Analisis Pengaruh Kualitas dan Kepercayaan Orang Tua/Wali Murid dalam Memilih Sekolah Menengah Pertama Islam untuk Putra-Putrinnya,” *J. Apl. Manaj.*, vol. 11, no. 1, pp. 155–160, 2013.
- [7] Smamda, “SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo.” <https://smamda.sch.id/web/menu/tentang-kami-visi-dan-misi>

Referensi

- [8] M. Mulyana and I. Kurniawan, “Perancangan Company Profile Mycotech Melalui Media Booklet,” *DIVAGATRA - J. Penelit. Mhs. Desain*, vol. 2, no. 2, pp. 273–284, 2022, doi: 10.34010/divagatra.v2i2.8316.
- [9] D. Cahyadi, A. R. Maulana, and D. A. Ginting, “Media Promosi Desain Booklet Company Profile Pada PT. Komara Putra Manggala,” *CICES*, vol. 8, no. 1, pp. 1–13, Feb. 2022, doi: 10.33050/cices.v8i1.2118.
- [10] P. Febriana and M. R. Wahabi, “Pemanfaatan Twitter sebagai Media Pengungkapan Diri Remaja Sidoarjo,” *J. Educ. Hum. Soc. Sci.*, vol. 5, no. 1, pp. 333–340, Jul. 2022, doi: 10.34007/jehss.v5i1.1220.
- [11] F. Koo and F. Cuandra, “Penerapan Rebranding dan Strategi Promosi Pada Impian Laundry,” vol. 3, no. 2, pp. 1707–1714, 2023.
- [12] D. S. I. Bantilan, R. R. Wulan, and I. N. A. Pamungkas, “Strategi Rebranding,” *PROfesi humas J. Ilm. ilmu Hub. Masy.*, vol. 2, no. 1, p. 1, 2018.
- [13] D. C. Sandy, “‘Sekutu Kopi’ Melalui Media Sosial Instagram,” *Strateg. Kreat. Dalam Promosi “Sekutu Kopi” Melalui Media Sos. Instagram*, vol. 1, no. 1, pp. 1–21, 2020.
- [14] D. F. Pradwika and S. P. Hadi, “Pengaruh Promosi Kreatif Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Zalora.Co.Id (Studi Kasus Pada Konsumen Di Kota Jakarta),” *Diponegoro J. Soc. Polit.*, vol. 7, no. 5, pp. 1–8, 2018.
- [15] Prasetya Pancatri Ayuda, “PERANCANGAN BOOKLET COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT. CITRA INOVASI PRIMA,” *J. Pendidik. Indones.*, vol. 3, no. 6, pp. 591–596, Jun. 2022.

