

Jurnal Dian Arif Fajar

by Jurnal Riset

Submission date: 28-May-2023 05:35AM (UTC-0400)

Submission ID: 2103488709

File name: idik_Baru_Sebagai_Media_Promosi_SMA_Muhammadiyah_2_Sidoarjo.docx (7.42M)

Word count: 2568

Character count: 16247



Booklet Design for Acceptance of New Students as Promotional Media for SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

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

Dian Arif Fajar¹⁾, Poppy Febriana²⁾

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email : hello.ariffajar@gmail.com¹⁾, poppyfebriana@umsida.ac.id²⁾.

Abstract. *SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo an educational institution, combines solid academic education with the development of Islamic character and values. In the last two years, the number of students in this institution has decreased. Therefore, Muhammadiyah 2 Sidoarjo High School needs an effective promotional media to attract new students by utilizing digital technology, including design development and marketing content in the form of visual communication media. Booklets are the ideal medium for conveying information about this institution as they cover almost all the information and promotions they offer. With elegantly arranged layouts and images, booklets can communicate the contents of the promotion well. The research method uses the data collection method used in qualitative descriptive is direct observation and interviews at SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, then the design data is divided into two, namely: a.) Primary data in the form of visual data SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo and b.) Secondary data namely the study of various theories obtained from the web and school brochures. The results of this booklet design are expected to be able to help promote PPDB SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo more broadly*

Keywords - *Booklet, Media, Promotion.*

Abstrak. *SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sebuah lembaga pendidikan, menggabungkan pendidikan akademik yang solid dengan pengembangan karakter dan nilai-nilai Islami. Dalam dua tahun terakhir, jumlah siswa di lembaga ini mengalami penurunan. Oleh karena itu, SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo membutuhkan media promosi yang efektif untuk menarik siswa baru dengan memanfaatkan teknologi digital, termasuk pengembangan desain dan konten pemasaran berupa media komunikasi visual. Booklet merupakan media yang ideal untuk menyampaikan informasi tentang lembaga ini karena mampu mencakup hampir semua informasi dan promosi yang ditawarkan. Dengan tata letak dan gambar yang diatur secara elegan, booklet dapat mengkomunikasikan isi promosi tersebut dengan baik. Metode pada penelitian menggunakan Metode pengumpulan data yang digunakan dalam deskriptif kualitatif adalah observasi langsung dan wawancara ke lembaga SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, lalu data perancangan dibagi menjadi dua yaitu: a.) Data primer berupa data visual SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dan b.) Data sekunder yaitu kajian dari berbagai teori yang didapatkan dari web dan brosur sekolah. Hasil perancangan booklet ini diharapkan diharapkan dapat membantu promosi ppdb SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo lebih luas lagi.*

Kata Kunci - *Booklet, Media, Promosi.*

I. PENDAHULUAN

Tingkat persaingan antar sekolah swasta semakin ketat. Oleh karena itu, setiap sekolah perlu melakukan manajemen yang baik untuk memberikan layanan dan pembelajar terbaik kepada peserta didik. Menurut Daryanto (dalam Ayu, 2022) Manajemen peserta didik melibatkan perencanaan dan pembinaan yang terencana serta berkesinambungan, dengan demikian, setiap sekolah perlu menjalankan manajemen yang efektif[1]. Pembelajaran merupakan suatu proses interaktif yang melibatkan peserta didik, guru, dan lingkungan edukatif. Dalam proses ini, terlibat berbagai komponen pembelajaran yang bertujuan untuk mencapai tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan. (Wahidin 2018)[2]. Jika manajemen tidak dilakukan dengan baik, masyarakat akan dengan mudah mencari sekolah lain yang lebih menguntungkan dan menjanjikan. Sekolah dituntut untuk memposisikan diri dengan melakukan promosi yang efektif guna mempertahankan eksistensinya. Menurut Yuliana (2009) Penerimaan siswa baru memiliki signifikansi yang penting karena menjadi titik awal yang menentukan kelancaran tugas-tugas di sekolah[3].

Promosi adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk, baik barang ataupun jasa, kepada masyarakat luas agar menarik minat mereka untuk membeli, dan menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut

Reftari (dalam Mugni, 2021) Kegiatan promosi seringkali muncul anggapan yang salah bahwa biaya promosi dianggap boros, sedangkan biaya promosi yang dikeluarkan harus dianggap sebagai investasi [4]. Perkembangan teknologi dan internet saat ini dapat membantu masyarakat mempromosikan produk. Dalam upaya promosi untuk mencapai tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan, digunakan beberapa media, termasuk media cetak, media komunikasi visual, dan media elektronik. (Listyawati, 2016) [3].

Berdasarkan penjelasan tersebut, Promosi adalah strategi yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi kepada konsumen dengan maksud untuk mengubah atau mempengaruhi minat mereka dalam membeli produk atau layanan yang ditawarkan. Menurut Kotler & Armstrong (2008) Ada lima jenis kegiatan promosi yang umum digunakan, yaitu advertising, sales promotion, public relations, penjualan personal, dan direct marketing [5]. Pentingnya melakukan promosi tidak dapat disangkal, namun keberhasilan promosi tergantung pada kemampuan untuk mengarahkan promosi tersebut kepada target yang tepat.

Penulis ingin membuat suatu media promosi bagi SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo yang bertujuan agar bisa meningkatkan perolehan siswa di SMA Muhammadiyah Sidoarjo, dikarenakan 2 tahun belakangan peserta didik mengalami penurunan. Dengan media promosi diharapkan masyarakat atau calon peserta didik dapat mengetahui dan tertarik terhadap SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, selain itu untuk menginformasikan dan menanamkan nilai kepercayaan dalam benak setiap calon peserta didik. Morgan dan Hunt (dalam Arnoldi, 2013) Kepercayaan memiliki peran penting dalam menentukan tingkat komitmen konsumen dalam suatu hubungan, dan dapat menjadi faktor pendahulu atau dasar dari loyalitas konsumen. [6].

SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, sebuah lembaga pendidikan yang berkomitmen tinggi untuk memberikan pendidikan berkualitas dan mengembangkan potensi setiap individu. SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo menyediakan kurikulum yang holistik dan beragam, dengan mengintegrasikan pendidikan akademik yang kuat dengan pengembangan karakter dan nilai-nilai Islami [7]. SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo berkomitmen dalam membentuk individu yang memiliki keunggulan akademik, etika yang tinggi, kepemimpinan yang tangguh, serta kepekaan sosial yang tinggi.

Media komunikasi visual adalah cara untuk menyampaikan pesan atau informasi menggunakan gambar yang dapat dilihat oleh orang. Media komunikasi visual menggunakan lambang , tipografi, desain, gambar, ilustrasi, dan warna untuk menyampaikan pesan [3]. Dengan desain yang baik setiap Lembaga akan mempunyai identitas visual. Identitas visual atau Identity Visual adalah sebuah kesan keseluruhan dari suatu organisasi yang diproyeksikan secara eksternal dan internal. Contohnya booklet, kop surat, buletin, iklan, rambu-rambu, seragam, gedung, dan sebagainya (Nugroho, 2017) [8].

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 merujuk sebuah media publikasi yang terdiri dari beberapa halaman, namun tidak memiliki ketebalan sebanyak sebuah buku. Menurut Dewi (2022) Dalam mendesain atau merancang sebuah booklet, prinsip-prinsip layout perlu selalu diperhatikan. Selain bentuk cetak [9], booklet ini juga akan dibuatkan dalam bentuk digital dan diposisikan di web sekolah. Di era perkembangan teknologi ini, media sosial digunakan sebagai penyampaian pesan atau informasi [10]. Menurut Hadi dan Khairi (2020) Teknologi digital memiliki potensi untuk menjadi inti dari kehidupan ekonomi dan sosial [11]. Hal tersebut diharapkan calon peserta didik dapat dengan mudah mengakses hanya dengan menggunakan smartphone.

Berdasarkan latar belakang tersebut, membuat penulis tertarik untuk merancang media komunikasi visual berbentuk booklet yang komunikatif dan efektif, dimana perkontenan yang ada di harapkan bisa meyakinkan calon peserta didik untuk bersekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo.

II. METODE

Dalam proses “Perancangan Booklet Penerimaan Peserta Didik Baru Sebagai Media Promosi SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo”, penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (dalam Bantilan, 2018) metode penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna [12]. Metode pengumpulan data melalui observasi secara langsung ke SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Pengambilan beberapa data di web sekolah mengenai sekolah tersebut. Peneliti juga

1

melakukan wawancara secara langsung ke kepala UPT PPDB SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo guna mendapat informasi yang jelas dan terperinci.

1. Data Perancangan

a. Data Primer

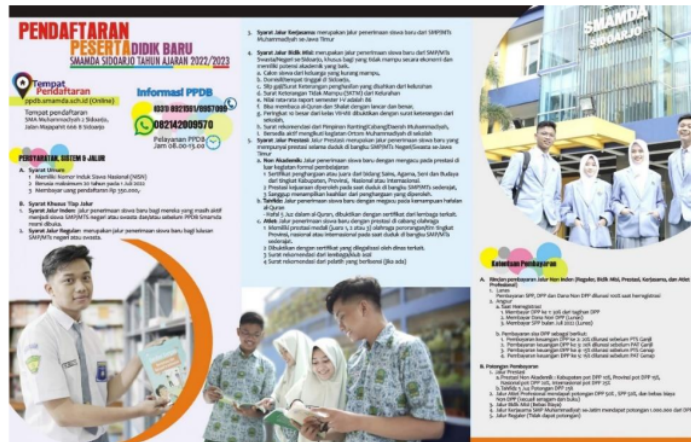
Data primer yang diperoleh oleh penulis berasal dari hasil wawancara dengan kepala UPT PPDB SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan komunikasi dengan narasumber atau sumber data dapat dilakukan melalui interaksi lisan secara langsung atau tidak langsung.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah ada dan hanya perlu mengumpulkannya, kemudian menjadikannya data yang valid dalam pembuatan media promosi ini dapat diperoleh oleh penulis melalui website sekolah maupun brosur sekolah..

2. Kesimpulan Wawancara

Setelah wawancara dilakukan, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa selama 2 tahun terakhir pendaftaran di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo menurun. Media cetak brosur lama SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo yang di buat tahun 2021 memiliki visual yang kurang menarik, data yang kurang lengkap dan kurang update. Hal-hal lain yang perlu untuk dirancang ulang antara lain sebagai berikut:



Gambar 1. Brosur lama SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

- a. Pada halaman depan layout kurang rapi dan belum selaras.
- b. Foto dan penataan font terlalu ramai yang menjadikan brosur kurang menarik.
- c. Pemilihan warna kurang menarik dan tidak sesuai dengan branding sekolah.
- d. Layouting terlihat jadul dan kurang futuristik.
- e. Tabel jadwal kurang menarik terkesan polos.
- f. Foto terkesan kusam, perlu tahap editing sebelum proses layouting.
- g. Desain kurang elegant.

3. Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam target kreatif. Menurut Christopher Gilson dan Harold W. (dalam Dea Christina, 2020) Strategi kreatif merupakan bagian dari pekerjaan yang melibatkan pembuatan iklan dan segala yang terkait dengannya, sering disebut sebagai "pekerjaan kreatif". Proses ini melibatkan penggambaran, penulisan, perancangan, dan produksi sebuah iklan yang menjadi inti dan jiwa dari industri periklanan.[13].

Dalam rangka mencapai tujuan perancangan, strategi yang diambil adalah menciptakan media promosi yang menarik dan informatif melalui penggunaan booklet. Strategi kreatif penulis yang akan dibentuk dalam perancangan Booklet Penerimaan Peserta Didik Baru SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo ini sebagai berikut:

a. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif yang ingin penulis lakukan dari perancangan booklet ini adalah untuk menyampaikan informasi kepada calon peserta didik secara informatif, efektif, komunikatif, lengkap dan menarik serta menjelaskan kelebihan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dengan konten menarik sehingga tujuan dapat dicapai secara efektif. Menurut Freddy Rangkuti (dalam Disa, 2018) Promosi yang kreatif merujuk pada penggunaan strategi komunikasi pemasaran terpadu, yang melibatkan kreativitas, sinergi, integrasi, dan komunikasi yang terpadu. Hal ini dicapai dengan memanfaatkan elemen komunikasi yang berbeda, dengan tujuan menciptakan koherensi yang saling mendukung. [14].

b. Program Kreatif

1. Pendekatan Verbal

Dalam perancangan booklet "PPDB SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo" penulis akan mencantumkan berbagai macam keunggulan sekolah. Strategi komunikasi bertujuan memberikan kesan positif kepada para pembaca agar dapat menarik minat calon peserta didik untuk mengetahui SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dan akhirnya mendaftar.

2. Pendekatan Visual

a. Data Visual

Dalam pembuatan media booklet ini penulis menggunakan desain yang lebih futuristik, setiap foto memiliki komposisi yang pas dan memiliki arti.

b. Tipografi

Tipografi melibatkan seni dalam memilih dan mengatur huruf-huruf dengan desain yang disusun secara khusus untuk mencapai efek tertentu. Tujuannya adalah untuk memastikan kenyamanan membaca seoptimal mungkin, menarik minat pembaca, dan bahkan menciptakan identitas perusahaan yang khas melalui penggunaan jenis huruf yang tepat [15].

Penulis menggunakan beberapa alternatif huruf dalam perancangan booklet “Penerimaan Peserta Didik Baru SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo”



Gambar 2. Font yang akan digunakan pada booklet

Jenis huruf yang penulis gunakan antara lain:

Poppins

(Jelas, mudah dibaca, tegas)

Digunakan pada isi booklet dan penjelasan

Bitter

(Menarik, kokoh, mewah, tegas)

Digunakan pada Judul

c. Warna

Menurut Tafiprios & Arbi (2015) Pentingnya warna dalam menciptakan kesan bagi para pengamat tidak dapat diremehkan [15]. Proses perancang media promosi ini penulis memakai beberapa warna, yang diambil dari branding sekolah tersebut. Penulis menggunakan perancangan warna CMYK yang dimiliki oleh standar percetakan.



Gambar 3. Warna yang digunakan pada booklet

Perancangan warna booklet dipilih berdasarkan branding dari SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, yaitu:

Biru

Melambangkan ketenangan, ketulusan, kesuksesan & kecerdasan

Oranye

Melambangkan kesegaran, hangat dan bersinergi.

Kuning

Melambangkan muda, sehat, kreatif dan inovatif.

3. **Media Pendukung**

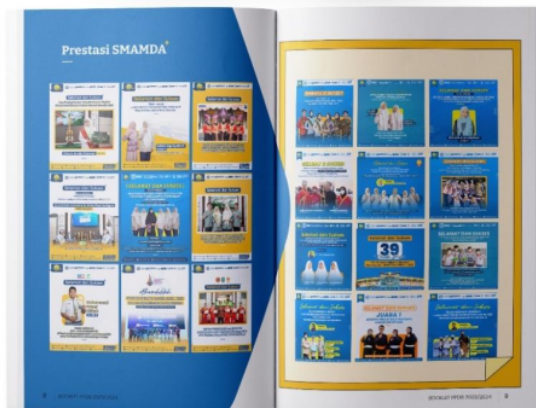


Gambar 4. Media Pendukung

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah proses desain telah selesai atau sudah final, pada tahap in teks dan layout image sudah disempumakan 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 :







Gambar 5. Booklet PPDB SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

IV. SIMPULAN

Berdasarkan Dari hasil perancangan booklet sebagai media promosi SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo ini, penulis menyimpulkan bahwa booklet sebagai media promosi SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo diharapkan dapat membantu promosi penerimaan peserta didik baru SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo lebih luas lagi, tidak hanya dari sidoarjo saja tetapi dari berbagai daerah, dan juga bisa menjadikan sekolah pilihan petama para orang tua dan calon peserta didik .

Booklet juga akan ditampilkan di web sekolah yang bertujuan untuk memancing calon peserta didik bisa tertarik sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Selain booklet promosi lain dengan beberapa media pendukung seperti video profile, flyer, banner, majalah, poster, sticker dan kalender. Dengan media promosi ini diharapkan SMA Muhammadiyah sidoarjo lebih dikenal masyarakat luas serta bisa meningkatkan perolehan siswa untuk tahun-tahun berikutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Allah SWT, dengan segala rahmat serta karunianya sehingga penulisan jurnal ini dapat terselesaikan dengan sebenar-benarnya. Terima kasih kepada para Dosen Ilmu Komunikasi Umsida dengan berbagai pemberian bimbingan serta selalu membagikan ilmu sebanyak-banyaknya selama proses perkuliahan berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan oleh peneliti kepada kedua orang tua serta teman-teman yang senantiasa memberikan support, doa dan semangat selama penulisan jurnal ini sedang berlangsung. Terima kasih juga kepada Kepala Sekolah, Para Waka, Guru & Tenaga Kependidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo yang telah berkontribusi dalam penyelesaian jurnal sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

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/jpmbr.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. Natadajaja, 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>
- [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.

Jurnal Dian Arif Fajar

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

16%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Sidoarjo
Student Paper

14%

Exclude quotes On

Exclude matches < 150 words

Exclude bibliography On

Jurnal Dian Arif Fajar

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11
