BAB II

PROMOSI SEKOLAH MENENGAH ATAS KRISTEN BPPK

II.1 Tinjauan Pustaka

II.2.1 Pendidikan

"Pendidikan adalah proses pengubahan sikap seseorang atau kelompok dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan" adanya pendidikan akan memberikan wawasan di masa depan karena dapat memberikan dampak positif bagi setiap individu masyarakat.(Pusat Bahasa,2012).

Proses pendidikan memerlukan wadah untuk melakukan pengajaran dan pelatihan, salah satunya dengan didirikan sekolah. Pengertian yang terdapat pada Pusat Bahasa, "Sekolah adalah bangunan atau lembaga untuk belajar dan mengajar serta tempat menerima dan memberi pelajaran" yang bertujuan untuk mempermudah proses meningkatkan kualitas sumber daya manusia atau aktifitas pendidikan.

Pengertian yang terdapat pada Pusat Bahasa, Sekolah adalah bangunan atau lembaga untuk belajar dan mengajar serta tempat menerima dan memberi pelajaran, yang bertujuan untuk mempermudah proses meningkatkan kualitas sumber daya manusia atau aktifitas pendidikan.

Berdasarkan data dari Dinas Pendidikan Kota Bandung (2011), menunjukkan bahwa sampai tahun 2011, terdapat 29 Sekolah Menengah Atas, 15 Sekolah Negeri Menengah Kejuruan, 70 Sekolah Menengah Kejuruan Swasta.

II.2.2 Promosi

"Promosi adalah suatu usaha dari penjual/produsen dalam menginformasikan barang/jasa kepada pembeli atau konsumen agar pembeli/konsumen itu tertarik untuk melakukan transaksi

pembelian atau pertukaran atas produk barang/jasa yang dijual atau ditawarkan" (Niken tri Hapsari, 2010, h.12)

Menurut kamus besar bahasa indonesia, secara harfiah kegiatan "promosi adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan melakukan pameran, periklanan, demontrasi, serta usaha-usaha lain yang bersifat persuasive".

Sedangkan dalam kamus istilah periklanan indonesia "promosi didefenisikan sebagai usaha komunikasi yang menjembatani kesenjangan antara produsen dengan konsumen" usaha komunikasi tersebut dapat dibagi dalam bagian-bagian yang terdiri atas periklanan, publisitas, humas, dan proyek-proyek khusus seperti door to door direct mail (iklan pos langsung), sampling (percontohan).

Pengertian lainnya, "promosi adalah teknik mengkomunikasikan produk, yang digunakan oleh perusahaan untuk berinteraksi dengan target pasar, dan khalayak ramai". (Eddy Soreyanto Soegoto, 2009, h.97)

Menurut Sandra Moriarty (2011) dalam bukunya *Advertising*, Sarana Komunikasi utama dalam promosi meliputi :

A. Iklan *(advertising)* merupakan bentuk komunikasi *nonpersonal* yang biasanya terdapat pada koran, radio, tv, majalah atau internet.
B. Promosi Penjualan *(Sales Promotions)* merupakan bujukan langsung kepada konsumen, seperti hadiah langsung, atau kupon.
C. Pemasaran Langsung *(Direct Marketing)* adalah promosi penjualan yang langsung ke pembeli, seperti penjualan rumah, mobil, motor, pakaian dan lain sebagainya.
D. Hubungan Masyarakat *(Public Relations)* adalah semua bentuk komunikasi yang bertujuan membentuk citra yang baik terhadap organisasi dan produknya.

E. Media Sosial *(Social Media)* sarana komunikasi yang memfasilitasi perusahaan dengan publik, yang diantara keduanya masing-masing memiliki peran yang aktif, seperti Facebook, Youtube, Twitter, Kaskus dan lain sebagainya.

II.2 Tinjauan Yayasan BPPK-GKP

II.2.1 Sejarah

Adanya penyelenggaraan pendidikan oleh Gereja Kristen Pasundan, tidak terlepas dari sejarah pekabaran injil di Jawa Barat yang dilakukan oleh NZV(Nederland Zendings Vereeniging) yang mulai datang tanggal 16 Agustus 1862 ke Jawa Barat pada masa pemerintahan Hindia Belanda.

Pada mulanya zendeling berusaha untuk mendirikan sekolah disetiap jemaat, dengan lama pendidikan umumnya 3 tahun dan ada juga yang 5 tahun, Peserta didik yang cakap dan berbakat diberikan kesempatan untuk melanjutkan pelajaran ke sekolah guru dan sekolah perawat yang juga diselengarakan oleh NVZ di Bandung. Pelayanan ini makin berkembang tidak lagi sebagai alat kontak dengan penduduk asli saja akan tetapi sebagai bidang pelayanan khusus. Sasaran NZV di Jawa Barat yang pada mulanya hanya pengkabaran injil, kepada banyak jemaat pasundan tetapi juga kepada campuran sunda dan tionghoa. Kejadian ini dimulai dari Cirebon pada tahun 1863, kemudian juga terjadi hampir di seluruh jemaat-jemaat pasundan. Lembaga yang khusus menangani bidang pendidikan adalah “commissie totoprichting en instandhounding van hollandsch ilansche en hollansch chineessche schoolen ten behoove van den arbeid der Nederlandsche Zending Vereeniging of west java”,

Pada tahun 1908, tercatat sudah ada 26 sekolah dengan jumlah murid 1700 orang.Pada tahun 1910 mulai ada pemisahan. Guru Sekolah mengajar di sekolah dan Guru injil atau Guru Jemaat bertugas khusus melayani jemaat di gereja. Pada tahun 1920:

tercatat 33 sekolah dengan jumlah murid lebih 2000 orang, pada tahun 1938 tercatat 36 sekolah dengan jumlah murid 3866 orang.

Pada tanggal 14 November 1934 Gereja Kristen Pasundan dinyatakan berdiri sendiri, walaupun sebenarnya sampai pada tahun 1942 peran zending masih memegang peranan penting antara lain pimpinan dibidang kegerejaan, pelayanan pendidikan dan Rumah Sakit masih dipegang para zending. Ketika para zending dihadapkan kepada keharusan mendewasakan jemaat-jemaat asuhannya, unsur pimpinan bumiputra masih sangat sedikit, Zending cuma mempersiapkan orang-orang Kristen Sunda di bidang pendidikan untuk menjadi Guru dan di antara mereka sedikit sekali yang mendapat pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

Pada tahun 1942 Pemerintahan Hindia Belanda berakhir dan masa penduduk Jepang dimulai. Semua Zending tidak diperkenankan bekerja dan sama hal nya dengan orang-orang Belanda lainnya mereka dimasukan ke dalam kamp-tawanan. Hubungan dengan badan Zending di negeri Belanda sama sekali terputus, sehingga keadaan ini menyebapkan GKP harus sepenuhnya berdiri sendiri dalam kemampuan ketenagaan yang belum siap. Kemampuan ketenagaan masih sangat kecil, tetapi ketika itu pula diperoleh pengalaman yang sangat berharga untuk sunguh-sunguh belajar mandiri.

Tahun 1948 dilangsungkan persidangan sinode GKP-7, dipersidangan ini dibentuk 6 Badan Pelayanan antara lain Badan Rumah Sakit, Badan Pendidikan, Badan Kolpotrase, Badan Khusus, Guru Injil, Badan Sosial,Badan Ekonomi. Badan-badan ini merupakan sarana Perkabaran Injil yang dikoordinir oleh suatu Lembaga yang bernama MPIGP (Majelis Perkabaran Injil Gereja Pasundan) yang dibentuk pada tanggal 9 September 1948, dan kerjasama dengan Veernigne Nerdelandsche Zendings Corporatie(VNZC). Bersamaan itu pula Zending menyerahkan

bangunan-bangunan sekolah serta tanahnya kepada Badan Pendidikan dan sebagian lagi kepada Gereja Tiong Hoa Kie Tok kauw Hwee. Badan Pendidikan selanjutnya disebut Yayasan Badan Perguruan dan Pendidikan Kristen-Gereja Kristen Pasundan melanjutkan pekerjaan "commissie totoprichting en instandhounding van hollandsch ilansche en hollansch chineessche schoolen ten behoove van den arbeid der Nederlandsche Zending Vereeniging of west java". Semua pendidikan di lingkungan Gereja Pasundan berada dibawah Yayasan Badan Perguruan dan Pendidikan Kristen Gereja Kristen Pasundan. Badan ini diurus oleh Bpk. Jakin Elia (Ketua), Bpk M Nawawi (Wakil Ketua), Bpk Kemas Madjiah (Panitera), Rd Wahyu Wiriadinata (Bendehara) dan Bpk N Titus (Penasehat/anggota) sejak tahun 1948.

II.2.2 Analisa Potensi, Peluang, Hambatan, Solusi

A. Potret Sekolah-sekolah pada tahun 1990

- Kondisi sekolah-sekolah berada dalam kecenderungan yang terus menerus menurun.
- Gedung bangunan sekolah mengalami rusak parah dan tidak memiliki sarana dan prasarana yang memadai untuk proses kegiatan belajar mengajar.
- Kesejahteraan Guru dan karyawan mengalami penurunan
- Mutu penyelengaraan pendidikan menjadi tidak kompetitif bahkan cenderung di bawah rata-rata.
- Sekolah mengalami kekurangan murid
- Sekolah mengalami devisit anggaran sehingga harus disubsidi.

B. Potensi/Kekuatan

- Yayasan masih memiliki 17 unit sekolah yang tersebar di 9 tempat/wilayah/kota
- Yayasan BPPK-GKP bersama Yayasan BPK Penabur merupakan Yayasan Pendukung Yayasan Perguruan

Tinggi Kristen Maranatha yang mengelola Universitas Kristen Maranatha

- Yayasan BPPK-GKP bersama BPK Penabur merupakan Yayasan pendukung Yayasan BPSMKJB yang mengelola SMAK Dago
- Adanya burung wallet dan aset-aset tanah milik BPPK yang saat ini berada dalam pengusahaan/pengelolaan pihak lain
- Masih adanya Sumber Daya Manusia GKP yang peduli dan bersedia bekerja untuk menjadi Pengurus, Guru, karyawan walaupun imbalan minim.

C. Peluang/Tantangan

- Letak yang strategis dan memiliki potensi untuk diminati
- Kebutuhan akan adanya pendidikan yang berciri khas kristiani merupakan kebutuhan khusus bagi warga Gereja yang ada di daerah dan di kota.
- Kebutuhan akan adanya pendidikan yang berkualitas dan akrab dengan budaya daerah masih merupakan hal yang diminati masyarakat
- Kemitraan dengan yayasan penyelengaraan pendidikan Kristen lainnya merupakan peluang atau tantangan menjalin kebersamaan
- Asset-aset Yayasan BPPK yang belum dikelola dan di optimalkan merupakan peluang untuk mengahasilkan dana program pendidikan

D. Hambatan/Kendala

- Banyaknya gedung-gedung sekolah milik yayasan yang harus diperhatikan karena rusak parah dan tidak memiliki sarana dan prasarana untuk melakukan proses kegiatan belajar dan mengajar
- Mutu penyelenggaraan pendidikan menjadi kurang kompetitif

- Sistem penggajian guru dan karyawan sangat minim
- Untuk mempertahankan kondisi sekolah membutuhkan subsidi
- Walaupun permintaan pendidikan yang berciri kristiani cukup mendesak dari masyarakat namun kemampuan ekonomi minim, populasi kurang optimal dan kalah bersaing dengan kompotitor dari pembayaran uang sekolah terhadap biaya penyelenggaraan pendidikan.

E. Solusi

- Perbaikan Sarana dan Prasaran
- Meningkatkan Mutu dan nilai pendidikan
- meningkatkan kesejahteraan Guru dan Karyawan
- Menata Organisasi BPPK
- Menggalang dana untuk operasional BPPK
- Menigkatkan kemitraan di lingkup GKP
- Kemitraan dengan yayasan BPK Penabur

II.2.3 Upaya promosi terpadu yang pernah dilakukan Yayasan BPPK-GKP.



Gambar III.1 Brosur Promosi Terpadu Yayasan BPPK-GKP

Sumber : SMA Kristen BPPK (2011)

II.3 Tinjauan SMA Kristen BPPK

II.3.1 Sejarah

Pada awalnya yang pertama kalinya dibuka adalah Sekolah Dasar Kristen, kemudian tahun 1953 SMPK selanjutnya pada tahun 1958 Taman Kanak-kanak dan 1 September 1959 membuka SMAK BPPK. Pada awal tahun lima puluhan Sekolah-Sekolah Kristen menjadi terdepan dibidang pendidikan, karena pada waktu itu pemerintah sangat terbatas mendirikan sekolah-sekolah dan belum banyak pihak swasta mendirikan sekolah. Keadaan ini berlangsung sampai tahun 1980 dan setelah itu banyak sekolah-sekolah yang mengalami kemunduran dan kekurangan murid bahkan diawal tahun 1990-2000 sekolah yang beroprasi mengalami keadaan sangat memperihatinkan baik sarana maupun kesejateraan para guru.

II.3.2 Visi dan Misi

A. Visi

Terwujudnya sekolah yang mampu menghasilkan peserta didik bermoral jujur dan bertakwa kepada kepada Tuhan, unggul dalam prestasi akademik dan non akademik, memiliki keterampilan atau kecakapan hidup berguna bagi masyarakat dan negara, berdisiplin tinggi dan akrab dengan budaya Jawa Barat.

B. Misi

- Mengoptimalkan Sumber Daya Manusia dan guru, karyawan.
- Menjadi teladan bagi pesesrta didik dalam hal kejujuran, kedisplinan dan ketakwaan kepada Tuhan
- Mendidik secara kreatif dan inovatif yang berdasarkan kasih.
- Mengoptimalkan keterampilan/kecakapan hidup siswa.
- Menciptakan iklim persaudaraan dikalangan guru, karyawan dan peserta didik.

II.3.3 Layanan yang ditawarkan SMA BPPK

A. Kemampuan Sekolah

Pada tahun 2009 SMA BPPK tercatat mendapatkan Akreditasi "A" dari Depatemen pendidikan yang berlaku lima tahun,



BADAN AKREDITASI NASIONAL SEKOLAH / MADRASAH
(BAN-S/M)

Sertifikat Akreditasi

SEKOLAH MENENGAH ATAS / MADRASAH ALIYAH

Badan Akreditasi Nasional Sekolah / Madrasah (BAN-S/M) menetapkan bahwa:

SMA BPPK

NSS/NIS/NSM -/-

Alamat Jl. Kebonjati No. 108 Bandung
Kota Bandung

A (Amat Baik)

memperoleh akreditasi dengan peringkat :

Sertifikat Akreditasi Sekolah / Madrasah ini berlaku sampai dengan 2013 / 2014
tahun ajaran ..... terhitung sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Bandung
Pada tanggal 17 Oktober 2009

a.n. Ketua BAN-SM
Badan Akreditasi Provinsi Sekolah/Madrasah
Provinsi Jawa Barat

PROF. DR. H. DJAM'AN SATORI, MA
Ketua

Lampiran II.1 Akrditasi SMA Kristen BPPK

Sumber: SMA Kristen BPPK (2012)



NILAI AKREDITASI
SMA BPPK

No	Komponen	Nilai
1	Standar Isi	90,00
2	Standar Proses	85,00
3	Standar Kompetensi Lulusan	92,00
4	Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan	83,75
5	Standar Sarana dan Prasarana	87,50
6	Standar Pengelolaan	88,75
7	Standar Pembiayaan	97,00
8	Standar Penilaian Pendidikan	88,75
	Nilai Akhir	89,19

KLASIFIKASI PERINGKAT AKREDITASI :

Klasifikasi	Peringkat
85 < Nilai ≤ 100	A (Amat Baik)
70 < Nilai ≤ 85	B (Baik)
56 ≤ Nilai ≤ 70	C (Cukup)

Ditetapkan di Bandung
Pada tanggal 17 Oktober 2009

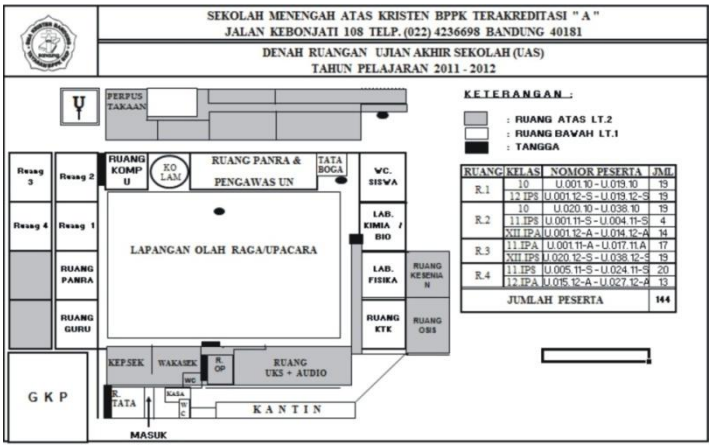
a.n. Ketua BAN-S/M
Badan Akreditasi Provinsi Sekolah/Madrasah
Provinsi Jawa Barat

PROF. DR. H. DJAM'AN SATORI, MA
Ketua

Lampiran II.2 Nilai Akrditasi SMA Kristen BPPK

Sumber: SMA Kristen BPPK (2012)

B. Bentuk/Denah Gedung



Gambar II.2 Denah SMA Kristen BPPK

Sumber: SMA Kristen BPPK (2012)

C. Harga

Tabel II.1 Biaya Pendidikan di SMA Kristen BPPK

Penetapan Biaya PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) dan DU (Daftar Ulang).

Siswa Baru

• Formulir Pendaftaran	Rp.	100.000
• Biaya SPP	Rp.	190.000
• Komputer	Rp.	12.500
• Perpustakaan	Rp.	100.000
• Uang Kegiatan Siswa	Rp.	402.500
• Uang Sarana	Rp.	1.950.000
• Uang Perlengkapan Siswa	Rp.	595.000
Jumlah	Rp.	3.500.000

Siswa Lama (Kelas 11)

• Daftar Ulang	Rp.	150.000
• Biaya SPP Juli	Rp.	190.000
• Komputer	Rp.	12.500
• Uang Kegiatan Siswa	Rp.	402.500
Jumlah	Rp	755.000

Siswa Lama (Kelas 12)

• Daftar Ulang	Rp.	150.000
• Biaya SPP Juli	Rp.	190.000
• Komputer	Rp.	12.500
• Uang Kegiatan Siswa	Rp.	402.500
Jumlah	Rp.	755.000

Sumber : SMA Kristen BPPK (2012)

D. Lingkunagan Fisik dan Prasarana



(a) Sarana olahraga



(b) Lab Komputer



(c) sarana ibadah



(d) Lab IPA



(e) Ruang Seni Budaya



(f) Ruang Seni Musik



(g) Toilet

Gambar III.3 Lingkungan Fisik dan Prasarana

Sumber: SMA Kristen BPPK (2012)

E. Media promosi yang pernah dilakukan SMAK BPPK

Kegiatan promosi dilakukan disaat menjelang penerimaan peserta didik adapun uraian kegiatan promosi tersebut antara lain: mempersiapkan, mengirim dan memasang brosur-brosur, spanduk, surat-surat untuk promosi PPDB.



Gambar III.4 Brosur Promosi SMA Kristen BPPK

Sumber: SMA Kristen BPPK (2012)



Gambar III.5 Spanduk Promosi SMA Kristen BPPK

Sumber: SMA Kristen BPPK (2012)

II.3.4 Analisa SWOT pada media-media promosi SMAK BPPK

A. Kekuatannya antara lain :

- Pada media brosur yang dilakukan SMA Kristen BPPK tersebut terdapat prinsip keseimbangan hal tersebut terlihat pada desain layout simetris sehingga mampu memberi kesan formal, stabil, dapat dipercaya dan mapan.
- Prinsip kontras yang terdapat pada tulisan SMA Kristen BPPK ber *outline* warna kuning bertujuan menghindari elemen desain dalam halaman yang tampak serupa sehingga dalam sekilas mata diarahkan pada tulisan tersebut.
- Illustrasi mampu memberi kesan formal, stabil, dapat dipercaya dan mapan .
- Adanya informasi iman, pengharapan dan kasih pada media tersebut, sehingga pembaca mengetahui janji SMA Kristen BPPK.
- Adanya informasi via telepon sehingga mempermudah target audience untuk menghubungi secara langsung dengan SMA Kristen BPPK.

B. Peluang.

- Adanya informasi beasiswa sehingga dapat memunculkan ransangan tindakan terhadap target *audiance*
- Adanya informasi peta lokasi sehingga dapat menjangkau target audience yang geographisnya berada di kabupaten-kabupaten.
- Biaya pendidikan yang terjangkau sehingga memberi peluang kepada masyarakat menengah ke bawah untuk mendapatkan pendidikan yang sama baiknya dengan masyarakat kalangan lainya.

- Kebutuhan akan adanya pendidikan yang akrab dengan budaya daerah masih merupakan hal yang diminati masyarakat
- Memberi peluang bagi masyarakat yang ingin mengembangkan keterampilan di bidang non akademik.
- Kemitraan dengan penyelenggara lainnya sehingga dapat bersama-sama membangun pendidikan kota Bandung.

C. Kelemahan

- Tidak tertata, hal tersebut terlihat pada peta lokasi dan keterangan beasiswa yang tata letaknya terjadi saling menimpa.
- Tidak adanya informasi biaya pendidikan sehingga membutuhkan *menunggu feedback* untuk menginformasikannya.
- pemilihan typographi yang terdapat pada media tersebut terkesan rendah multitafsir.

D. Ancaman

- Target *audience* merasa tertipu karena SMA Kristen BPPK memunculkan visual gedung yang tak sama dengan kenyataan gedung dilapangan.
- Apabila penempatan media promosi tersebut di kota Bandung, maka kemungkinan persepsi pembaca melihat peta lokasi seperti melihat media kartu undangan.

II.4 Target Audience

II.4.1 Premier

Pelajar yang berusia antara 12 – 15 tahun. Target audience ini di anggap memiliki potensi untuk dimasa depan, tertutama melihat arah perkembangan pendidikan di masa depan yang akan terus tumbuh. Pelajar yang berusia antara 12 – 15 tahun merupakan

usia konsumtif dalam menggunakan jasa pendidikan dan memiliki semangat dan kreatifitas tinggi.

A Demografi **:**

- Laki-laki dan Perempuan
- Usia 12 – 15
- Perorangan / kelompok
- Pelajar
- Kalangan menengah bawah

B Geografi :

- Masyarakat Indonesia, terutama masyarakat yang di perkotaan.
- Masyarakat perkotaan, terutama di daerah sekolah, gereja.
- Masyarakat perkotaan di Indonesia terutama kota pelajar, seperti Bandung.

C Psikografis :

- Orang yang sedang menjalani pendidikan, dan paham akan kebutuhan pendidikan
- Orang yang suka mengikuti perkembangan pendidikan khusunya memahami keinginan prestasi.
- Orang yang sadar pendidikan terutama prestasi bidang akademik dan non akademik;

II.4.2 Sekunder

Orang tua yang berusia antara 35 – 38 tahun. melihat arah perkembangan pendidikan di masa depan yang akan terus tumbuh. Orang tua yang berusia antara 35 – 38 tahun di anggap memiliki potensi menentukan keputusan dalam pemilihan jasa pendidikan bagi anak yaitu sebagai target premier dan memiliki semangat dan giat bekerja untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

A Demografi **:**

- Laki-laki dan Perempuan
- Usia 35 – 38

- Perorangan / kelompok
- Karyawan, Wiraswata, Pegawai Negri
- Kalangan menengah bawah

B Geografi :

- Masyarakat Indonesia, terutama masyarakat yang di perkotaan.
- Masyarakat perkotaan, terutama di daerah sekolah, gereja.
- Masyarakat perkotaan di Indonesia terutama kota besar, seperti Bandung.

C Psikografis :

- Orang yang sedang bekerja, dan paham akan kebutuhan pendidikan
- Orang yang suka mengikuti perkembangan pendidikan khususnya memahami kebutuhan prestasi pelajar.
- Orang yang sadar kebutuhan pendidikan terutama prestasi bidang akademik dan non akademik bagi anak dalam pengembangan sumber daya manusia.

II.5 Permasalahan

Dari beberapa media promosi yang pernah dijalankan Yayasan BPPK-GKP dan SMA Kristen BPPK, pesan yang dijalankan tidak konsisten pada kearifan pelayanan, melainkan media promosi lebih konsisten pada pesan Terakreditasi “A” tampa memberikan informasi visi dan misi yang terbentuk dalam membangun pendidikan yang beroreantasi pada pelayanan.

II.6 Penyelesaian Masalah

Untuk menjawab segala tantangan yang dihadapi SMA BPPK pada saat ini perlu adanya perancangan media promosi SMA BPPK yang memberi minat tindakkan serta dikembalikan kepada visi dan misi, yaitu fokus dalam pembentukan karakter dan mendorong siswa-siswa kurang prestasi agar tetap dapat menuntut ilmu dengan baik sehingga dapat menjadi nilai jual SMA BPPK.