

Strategi *Marketing Public Relations* Sekolah Admin Online dalam Menumbuhkan Minat Bisnis Siswanya

Mugi Insan Kamil, M. Husen Fahmi

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

e-mail : mugiinsankamil@gmail.com

Relations, Minat Bisnis

Abstract—The title of this research is “Public Relation Marketing Strategy of Sekolah Admin Online in Increasing The Student’s Interest in Business”. The purpose of this essay writing is to know how sekolah admin online’s public relation marketing strategy in increasing student’s interest in business. This research arranged by using quantitative research method and case study approachment referring to public relation marketing concept and management of public relation. The process of collecting data done by using interview technique, field observation, and then using literature study and documentation as the complement of research data. In collecting the data, researcher get informations from 2 person as the key informant which are the ownerband the headmaster, aside from that, for the complementary data, researcher do the interview to 1 secondary informant which is the Alumni. The result of this research shows public relation marketing strategy of sekolah admin online in increasing the student’s interest in business implement several steps of planning, implementation, and evaluating rutin seminar activity for the community, roadshow seminar, and digital marketing curriculum program. Those activity and program are submitted to open the society’s mindset of online business and to decrease unemployment rate in society.

Keywords—Sekolah Admin Online, Marketing Public Relations, Business Interest

Abstrak—Judul penelitian ini adalah “Strategi *Marketing Public Relations* Sekolah Admin Online dalam Menumbuhkan Minat Bisnis Siswanya”. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *marketing public relations* yang dilakukan oleh Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya. Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus dengan mengacu kepada konsep *marketing public relations* dan manajemen dalam *public relations*. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi langsung ke lapangan, lalu menggunakan studi pustaka dan dokumentasi sebagai pelengkap data penelitian. Dalam pengumpulan data tersebut peneliti mendapatkan informasi melalui dari 2 orang *key informant* yaitu *Owner* dan Kepala Sekolah, selain itu untuk data pelengkap peneliti melakukan wawancara kepada 1 *sekunder informant* sebagai alumni. Hasil penelitian menunjukan strategi *marketing public relations* Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya melaksanakan langkah-langkah perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan seminar rutin kepada masyarakat, seminar *roadshow* dan program kurikulum *digital marketing*. Kegiatan dan program tersebut ditujukan untuk membuka pola pikir masyarakat terhadap bisnis online dan untuk mengurangi angka pengangguran di masyarakat.

Kata Kunci—Sekolah Admin Online, *Marketing Public*

I. PENDAHULUAN

Sekolah Admin Online merupakan Sekolah yang berbeda pada umumnya, dengan melaksanakan program kurikulum *digital marketing* untuk menumbuhkan minat bisnis siswanya, hal ini sejalan dengan tujuan utama Sekolah Admin Online yaitu mengurangi angka pengangguran di masyarakat dan mencetak muridnya menjadi pebisnis, melihat kenyataan yang ada dimasyarakat bahwa pada sekolah pada umumnya hanyalah mengajarkan materi berupa teori dan sedikit praktek, Sekolah Admin Online hadir dengan mengajarkan siswanya untuk memahami apa itu bisnis online, dan bagaimana cara memasarkan sebuah produk di dunia online, selanjutnya Sekolah Admin Online berbeda dengan sekolah yang lainnya, perbedaan dapat terlihat dari program yang diajarkan, jadwal sekolah yang diberlakukan hingga siswanya yang beragam latar belakang usia dan pekerjaannya, dengan adanya program kurikulum *digital marketing* Sekolah Admin Online dalam langkah-langkahnya membutuhkan proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Melihat realita dilapangan bahwa bisnis online berkembang pesat seiring berkembangnya teknologi yang terus berkesinambungan atau *update*, Sekolah Admin Online melihat peluang tersebut dimana Sekolah lain pada umumnya masih sedikit yang mengajarkan materi *digital marketing* dan melihat fakta juga banyak pasar swalayan yang tutup karena banyaknya bisnis online yang menjamur, lalu banyaknya masyarakat yang tertarik akan potensi bisnis online karena pola pikirnya belum terbuka terhadap *digital marketing* dan potensi besarnya berjualan di bisnis online, namun dalam proses pembentukannya dibutuhkan manajemen atau fungsi manajemen untuk mencapai tujuan yang diharapkan, maka Sekolah Admin Online melaksanakan perencanaan dan pelaksanaan program seminar rutin di masyarakat guna mengedukasi dan sosialisasi masyarakat, maka dibutuhkan fungsi manajemen *public relations* yaitu *public relations* adalah sesuatu yang harus dilakukan dalam bentuk hal-hal yang tidak menyimpang dari kebenaran, kejujuran, pelayanan yang baik bagi publik, mempunyai etika yang baik dalam melakukan kegiatan komunikasi bagi publiknya, dan merupakan upaya untuk menanamkan kepercayaan publik terhadap organisasi [1]

Dalam membangun komunikasi sebagai bentuk pelayanan kepada publik maka Sekolah Admin Onlilne merencanakan dan melaksanakan program untuk membuka pola pikir masyarakat sehingga tertarik kepada bisnis online melalui strategi *marketing public relations*, diantaranya Sekolah Admin Online melakukan tahap-tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi pada program tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini merumuskan masalah berikut : “Bagaimana Strategi *Marketing Public Relations* Sekolah Admin Online dalam Menumbuhkan Minat Bisnis Siswanya ?” Selanjutnya, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Perencanaan strategi *marketing public relations* Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya melalui Sekolah Admin Online.
2. Untuk mengetahui Pelaksanaan strategi *marketing public relations* Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya.
3. Untuk mengetahui Evaluasi Sekolah Admin Online melalui strategi *marketing public relations* dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya.
4. Untuk mengetahui mengapa terjadi hambatan dalam strategi *marketing public relations* Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya.

II. LANDASAN TEORI

Menurut Scoot M. Cutlip dan Allen H. Centre dalam Ruslan (2002:27), mengatakan bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya. Adapun fungsi dan tujuan *public relations* menurut Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Hubungan Masyarakat” mengemukakan empat fungsi dari *public relations*, yaitu ;

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan public, baik public ekstern atau imtern.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum. [1]

Kaitan antara PR dengan konsep manajemen menghasilkan pemahaman akan pentingnya *public relations*, seperti yang dinyatakan oleh Mc Elreath dalam buku Strategi *Public Relations* oleh Silih Agung Wasesa (2006).

“Management PR berarti melakukan penelitian,

perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi. Bentuk kegiatan komunikasi dapat berupa penerbitan brosur perusahaan, pertemuan-pertemuan kelompok kecil sampai pada kegiatan yang sangat kompleks seperti konferensi pers dengan menggunakan satelit”.

Dari pernyataan tersebut manajemen *public relations* dipahami sebagai bentuk pengelolaan *public relations* dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen yaitu dengan menjalankan penelitian, perencanaan dan evaluasi terhadap program yang dijalankan. Keterangannya sebagai berikut:

1. Penelitian
Pada dasarnya, penelitian merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh informasi dari publik baik internal maupun eksternal untuk memahami masalah yang dihadapi dengan akurat dan metode ilmiah.
2. Perencanaan dan pemrograman
Perencanaan dan pemrograman merupakan segala informasi atau data masukan atau input yang diperoleh berkaitan dengan hal atau permasalahan yang dihadapi ke dalam bentuk rencana tindakan untuk pemecahannya. Perencanaan *Public Relations* merupakan suatu proses berkesinambungan dan selalu memerlukan peninjauan agar tindakan yang diambil sesuai dengan aturan yang ditetapkan. Sejumlah prinsip yang harus diperhatikan dalam perencanaan program antara lain: sifat, waktu dan lingkungan. Perencanaan juga harus memperhatikan situasi di dalam maupun di luar organisasi, serta pihak-pihak yang terlibat dalam perencanaan tersebut.
3. Pelaksanaan program
Pelaksanaan program merupakan tahap dimana rencana program yang telah ditetapkan dilaksanakan atau diimplementasikan ke dalam suatu bentuk program aksi sebagai langkah nyata pemecahan masalah PR yang dihadapi. Pelaksanaan Program ini dapat berupa program tindakan maupun program komunikasi yang kesemuanya merupakan cara atau proses untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
4. Evaluasi
Merupakan suatu tahapan yang dilaksanakan untuk menentukan atau memperlihatkan nilai suatu program termasuk pengelolaan maupun hasil atau dampak pelaksanaannya. Melalui evaluasi, PR akan mengetahui faktor-faktor yang menjadi kegagalan ataupun keberhasilan suatu program, sehingga dapat ditentukan langkah-langkah selanjutnya yang seharusnya dilakukan.

Marketing Public Relations sebagai suatu proses perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian program-program yang memungkinkan terjadinya pembelian dan pemuasan konsumen melalui komunikasi yang baik mengenai informasi dari perusahaan terhadap citra merek (*brand image*) terhadap suatu produk tertentu [2].

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam Strategi *marketing public relations* Sekolah Admin Online menumbuhkan minat bisnis siswanya dibutuhkan langkah-langkah manajemen atau merapkan fungsi-fungsi manajemen dalam *public relations* diantaranya :

1. Perencanaan Strategi Marketing Public Relations Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya. Perencanaan yang dilakukan adalah menentukan tujuan, menentukan program, menentukan kegiatan, menentukan target pasar. Sekolah Admin Online menentukan dan merencanakan program dan kegiatan yang akan dilaksanakannya seperti program kurikulum *digital marketing*, program seminar roadshow, program seminar kepada masyarakat sekitar Sekolah Admin Online, program seminar Jabodetabek (Jakarta,Bogor,Depok,Tangerang dan Bekasi). Selain itu merencanakan tujuan Sekolah Admin Online yaitu mengurangi angka pengangguran di masyarakat dan mencetak siswanya menjadi pebisnis, lali perencanaan target pasar yang ditargetkan untuk pebisnis atau *owner* dan juga siswa siswa lulusan SMA ata SMK.
2. Pelaksanaan Strategi Marketing Public Relations Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya. Pelaksanan yang dilakukan oleh Sekolah Admin Online berupa pengimplementasian dari langkah perencanaan yaitu dengan melaksanakan program kurikulum *digital marketing*, program seminar *roadshow*, program seminar kepada masyarakat sekitar Sekolah Admin Online, program seminar Jabodetabek (Jakarta,Bogor,Depok,Tangerang dan Bekasi) dan strategi garansi seumur hidup, pelaksanaan ini dilakukan untuk mencapai tujuan program seperti membuka pola pikir masyarakat terhadap bisnis online, menarik target calon siswa Sekolah Admin Online, dan melaksanan kurikulum guna menumbuhkan minat bisnis siswanya.
3. Evaluasi yang dilakukan Sekolah Admin Online melalui Strategi Marketing Public Relations dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya. Langkah selanjutnya setelah perencanaan, pelaksanaan maka dilakukan evaluasi guna mengkur dan menilai apakah program dan tujuan yang dilaksanakan berhasil atau tidak, selain itu evaluasi dilakukan untuk mempertahankan atau memperbarui suatu program atau kegiatan untuk kedepannya, seperti evaluasi yang dilakukan Sekolah Admin Online terhadap perencanaan dan pelaksanaan sebagai berikut evaluasi program kurikulum *digital marketing*, evaluasi seminar kepada masyarakat evaluasi meningkatkan mutu pelayanan, evaluasi program *roadshow*, evaluasi tujuan awal dibentuknya Sekolah Admin Online. Evaluasi yang dilakukan pada pelaksanaannya

seiring berjalan dengan proses perencanaan dan pelaksanaan, yang artinya ketika pada perencanaan ada hal yang perlu diperbarui Sekolah Admin Online melakukan evaluasi, hal itu pun dilakukan pada tahap pelaksanaan ketika ada program atau kegiatan yang dirasa kurang baik hasilnya maka evaluasi perlu dilakukan.

4. Hambatan dalam strategi marketing public relations Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya. Dalam langkah-langkah yang sudah dilakukan tersebut pastilah terjadi hambatan yang ditemui oleh Sekolah Admin Online dalam pelaksanaan strategi *marketing public relation* untuk menumbuhkan minat bisnis siswanya, Hambatan tersebut pastilah ada sebab atau faktornya seperti faktor sarana dan prasarana yaitu laptop, ruangan kelas, faktor kurangnya sumber daya manusia atau tenaga pengajar, faktor harga yang ditawarkan oleh Sekolah Admin Online, faktor kerja sama yang sulit dengan pemerintah, faktor sulitnya membuka pola pikir masyarakat terhadap bisnis online.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, untuk menjawab pertanyaan penelitian yang berjudul Strategi Marketing Public Relations Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya dengan menggunakan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam perencanaan strategi marketing public relations Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya, Sekolah Admin Onlinen menentukan tujuan utamanya yaitu untuk mengurangi angka pengangguran di masyarakat dan mencetak alumninya sebagai pebisnis, setelah itu Sekolah Admin Online menentukan program dan kegiatan diantaranya menentukan tujuan, menentukan program, menentukan kegiatan, menentukan target pasar, dengan fakta bahwa peluang dan potensi bisnis online itu luas.
2. Dalam pelaksanaan strategi marketing public relations Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya, Sekolah Admin Online mengimplemetasikan apa yang direncanakannya dengan melaksanakan program kurikulum digital marketing, program seminar roadshow, program seminar kepada masyarakat sekitar Sekolah Admin Online, program seminar Jabodetabek (Jakarta,Bogor,Depok,Tangerang dan Bekasi) dan melaksanakan strategi garansi seumur hidup melalui aksi dan komunikasi yang pro aktif.
3. Dalam melaksanakan evaluasi, Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya menemukan beberapa dalam teknis perencanaan,

dan pelaksanaan yang perlu di evaluasi diantaranya, evaluasi program kurikulum digital marketing, evaluasi seminar kepada masyarakat, evaluasi meningkatkan mutu pelayanan, evaluasi program roadshow, evaluasi tujuan awal dibentuknya Sekolah Admin Online, evaluasi dilakukan untuk mempertahankan atau merubah suatu program atau kegiatan agar lebih baik untuk kedepannya.

4. Dalam proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi Sekolah Admin Online menemukan faktor-faktor yang menjadi hambatan dalam menjalankan strategi marketing public relations Sekolah Admin Online dalam menumbuhkan minat bisnis siswanya diantaranya faktor sarana dan prasarana yaitu laptop, ruangan kelas, faktor kurangnya sumber daya manusia atau tenaga pengajar, faktor harga yang ditawarkan oleh Sekolah Admin Online, faktor kerja sama yang sulit dengan pemerintah, faktor sulitnya membuka pola pikir masyarakat terhadap bisnis online.

V. SARAN

A. *Saran Teoritis*

1. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat lebih memperluas teori berkaitan dengan strategi marketing public relations dan manajemen dalam public relations. Kemudian untuk selanjutnya diharapkan untuk mempelajari lebih dalam mengenai implementasi peran public relations yang lebih baik.
2. Peneliti menyarankan apabila dilakukan penelitian sejenis, untuk memperdalam objek dan subjek penelitian terkait strategi marketing public relations dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan public relations, karena masih banyak suatu organisasi atau instansi yang belum menerapkan fungsi dan peran public relations. Sehingga untuk kedepannya menemukan hasil yang berbeda dari penelitian yang sebelumnya sesuai dengan perkembangan dan kasus yang terjadi di masa mendatang.

B. *Saran Praktis*

1. Peneliti berharap Sekolah Admin Online untuk selanjutnya membuat divisi atau staff khusus humas untuk melaksanakan fungsi dan peran public relations, karena sesuai tujuan kegiatan dan program yang dilakukan dibutuhkan peran humas untuk mencapai tujuan utam Sekolah Admin Online.
2. Peneliti berharap sebaiknya Sekolah Admin Online menambahkan kegiatan event, sumber daya manusia, dan sarana ruangan kelasnya agar kedepannya bisa lebih menarik lagi di masyarakat dan bisa mengatasi kelebihan jumlah siswa

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yulianita, Neni. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbit Universitas (P2U) Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Islam Bandung (LPPM UNISBA)
- [2] Abadi, Saka. 1994, *Marketing Public Relations Upaya Memenangkan Persaingan*. Jakarta: Lembaga Management Feui
- [3] Agung, Silih Wasesa, Jim Macnamara. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta : PT Gramedia.
- [4] Ruslan, Rosady. 2002. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada