

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang

Pendidikan merupakan kebutuhan primer yang sangat penting bagi setiap orang, Semakin majunya perkembangan teknologi saat ini menuntut setiap orang untuk bersekolah sampai kejenjang yang tinggi dan bersekolah disekolah yang berkualitas. Dengan adanya tuntutan tersebut, maka dunia pendidikan harus berbenah dan mengikuti perkembangan teknologi. Saat ini banyak sekali sekolah yang menawarkan kualitas pendidikan yang baik dengan fasilitas yang modern. Setiap sekolah saling berlomba untuk menarik minat calon pwyerserta didik untuk dapat bersekolah ditempat mereka.

Dalam menarik minat masyarakat agar menyekolahkan putra putrinya untuk bersekolah ditempatnya, pihak sekolah melakukan berbagai macam cara seperti memperkenalkan profil sekolahnya baik secara langsung yaitu dengan cara mendatangi calon siswanya atau orang tuanya atau dengan cara mempromosikan melalui baner dan baliho. Serta melakukan perkenalan melalui media cetak, elektronik dan dunia maya. Promosi sekolah untuk menarik minat calon murid dengan menggunakan dunia maya dapat dilakukan dengan menggunakan *content creation*, *communitybuilding* dan *content sharing*.

Media social menjadi alat promosi yang sangatefektif yang mudah dijangkau oleh semua orang. *Social media* merupakan bagian dari *internet*, yaitu sekelompok

aplikasi berbasis *internet* di atas dasar ideologi dan teknologi *web 2.0*, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran isi antar pengguna. Orang-orang lebih sering menggunakan *social media* untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Oleh sebab itu, *social media* di era sekarang ini sangatlah penting keberadaannya karena masyarakat lebih memilih untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi melalui *social media* dibandingkan media lainnya seperti televisi, koran, maupun radio.

Social media telah dijadikan sebagai salah satu sarana yang digunakan untuk melakukan pemasaran produk atau yang biasa juga disebut dengan *social media marketing*. Didalam *social media* juga terdapat *content creation* yang dapat menimbulkan minat calon siswa untuk bersekolah di sekolah tertentu. *Content Creation* dapat dilihat dari pembuatan konten yang menarik serta dapat mewakili kepribadian dari sebuah bisnis agar dapat dipercaya oleh target konsumen. Pembuatan konten akan membantu konsumen untuk membentuk kredibilitas, hubungan serta loyalitas. *Content Sharing* dapat membantu memperluas jaringan sebuah bisnis dan memperluas pemirsa *online*. Pembagian konten dapat menimbulkan peluang yang baik untuk mendapatkan perhatian dan diingat oleh pemirsa *online* serta dapat mengarah pada penjualan tidak langsung dan langsung tergantung. *Content creation* berisikan konten yang menarik yang berhubungan dengan produk atau sesuatu hal. Konten ini bertujuan menarik minat masyarakat yang melihat konten tersebut.

Community building juga menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan minat calon siswa atau orang tua siswa dalam memilih sekolah. *CommunityBuilding* merupakan sebuah komunitas *online* besar individu dimanaterjadi interaksi antar manusia yang tinggal di seluruh dunia dengan menggunakan teknologi. Membangun komunitas di *internet* yang memiliki kesamaan minat dapat terjadi dengana danya *socialnetworking*. *Community building* mudah terbentuk dengan cepat dan dapat berkomunikasi dengan efektif. Dikarenakan komunitas tersebut adalah tempat orang-orang berbagi dengan minat yang sama. Dengan adanya komunitas ini, maka orang dengan mudah saling bertukar informasi dan dapat mereferensikan sesuai sesuai pengalaman yang mereka alami.

Dalamhalini *content creation*, *contenshring* dan *community building* sangatlah membantu dalam menentukan minat masuk siswa di sebuahsekolah. Dengan Adanya media sosial sangatlah membantu orang tua untuk dapat mengenal atau mengetahui kondisi di suatu sekolah tanpa harus mendatangi sekolah tersebut. Dan juga *content creation*, *content sharing* dan *community building* para orang tua yang ingin berinteraksi dengan pihak sekolah pun dapat dengan mudah dan tidak menghabiskan waktunya dalambekerja. Jika 3 hal tersebut isinya menarik maka dapat mempengaruhi minat masuk para walimurid yang ingin memberikan pendidikan terbaik untuk anaknya

SMP Pembangunan jaya merupakan salah satu sekolah menengah pertama yang berada dikabupaten Sidoarjo yang beralamat di Taman Vancouver J1 no.1

Puri Surya Jaya, Ketajen Kec.gedangandengan adanya perkembangan teknologi, pihak SMP Pembangunan Jaya berusaha untuk mengikuti perkembangan teknologi tersebut dalam berbagai hal. Salah satunya dalam hal penerimaan murid baru. Dalam penerimaan murid baru, pihak SMP Pembangunan jaya melakukan berbagai cara dalam menarik minat calon siswa atau orangtua siswa dalam menyekolahkan di SMP Pembangunan jaya. Mulai dari promosi ke sekolah dasar diwilayah sidoarjo, memasang banner dan poster, promosi lewat radio dan menitipkan brosur ke semua siswa untuk dikasuhkan ke saudara atau teman yang akan masuk sekolah SMP. Dari berbagai cara tersebut, menurut pihak sekolah hasil yang diperoleh masih kurang maksimal. Hal ini menjadi pekerjaan rumah yang sangat penting bagi pihak sekolahSMP Pembangunan Jaya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian adalah “Pengaruh *content creation*, *community building* dan *content sharing* terhadap minat masuk SMP Pembangunan Jaya di Sidoarjo”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *content creation* berpengaruh terhadap minat masuk SMP Pembanguna Jaya diSidoarjo?.
2. Apakah *community building* berpengaruh terhadap minat masuk SMP Pembanguna Jaya diSidoarjo?.
3. Apakah *content sharing*berpengaruh terhadap minat masuk SMP Pembanguna Jaya diSidoarjo?.

4. Apakah *content creation*, *community building* dan *content sharing* secara simultan berpengaruh terhadap minat masuk SMP Pembangunan Jaya di Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *content creation* terhadap minat masuk SMP Pembangunan Jaya di Sidoarjo..
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *community building* terhadap minat masuk SMP Pembangunan Jaya di Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *content sharing* terhadap minat masuk SMP Pembangunan Jaya di Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *content creation*, *community building* dan *content sharing* secara simultan terhadap minat masuk SMP Pembangunan Jaya di Sidoarjo.

1.4. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat bermanfaat bagi :

1. Penulis
Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori-teori yang sudah diperoleh di bangku kuliah, khususnya tentang pengaruh *content creation*, *community building* dan *content sharing* terhadap minat.
2. Pihak Sekolah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi dalam menetapkan berbagai kebijakan khususnya mengenai strategi penerimaan murid baru agar mendapatkan hasil yang maksimal yaitu jumlah murid yang meningkat..

3. Pihak Universitas

Menambah referensi di perpustakaan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, serta menambah pengetahuan dan informasi bagi pembaca khususnya mahasiswa program studi manajemen dalam penelitian tentang Manajemen pemasaran.