

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kemajuan teknologi yang semakin pesat sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Dengan teknologi manusia dapat berbagi informasi, mencari informasi serta berinteraksi dengan mudah dan cepat. Menurut menurut Pramita (2017), Dewasa ini banyak terdengar ungkapan yang mengatakan bahwa dunia telah memasuki era informasi, artinya semakin disadari oleh banyak pihak bahwa informasi merupakan sumber daya yang semakin penting peranannya dalam kehidupan manusia.¹ Telah diketahui bahwa, informasi merupakan hal yang sangat penting bagi manajemen dalam pengambilan keputusan. Informasi dapat diperoleh dari sistem informasi atau disebut juga proses sistem atau proses sistem informasi.

Teknologi informasi beberapa tahun belakangan ini berkembang dengan sangat cepat, sehingga dapat mengubah paradigma masyarakat dalam mencari dan mendapatkan informasi, yang tidak lagi terbatas pada informasi surat kabar, audio visual dan elektronik, tetapi juga sumber-sumber informasi lainnya yang salah satu diantaranya melalui jaringan Internet.²

¹ N Shobihatul F dan N.A. Wiyani, *Manajemen Marketing Sekolah Berbasis Information and Communication Technology*, Vol. 4 No. 2, Desember 2019 (Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto), 1.

² M. Husaini, *Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Bidang Pendidikan (E-ducation)*, Vol 2 No.1 Mei 2014 (Lampung : IAIN Raden Intan), 2.

Pada sisi yang lain, internet tidak hanya menjadi sebuah media untuk menjalankan kegiatan bisnis tetapi juga menjadi kebutuhan dan Lifestyle masyarakat. Menurut Rusli (2012) *Information Communication Technology* yang telah memasuki lingkungan bisnis telah menyokong keberhasilan organisasi secara lebih efektif dan efisien.³

Adanya perkembangan revolusi industri 4.0 juga berdampak pada bidang pendidikan sebagai industri jasa. Dari perkembangan ini suatu lembaga pendidikan diharuskan untuk membentuk konsep yang lebih kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan peluang yang ada. Diantaranya adalah dengan memanfaatkan teknologi internet sebagai sarana menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Persaingan di bidang pendidikan menjadi semakin ketat. Lembaga-lembaga pendidikan yang memberikan jasa dalam mencerdaskan kehidupan manusia juga harus terus mengikuti terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta tuntutan konsumen. Sehingga dapat tercapai tuas dan fungsinya sebagai penghasil SDM yang mampu membangun dirinya sendiri serta lingkungannya.

Hal ini sesuai dengan UU Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 Pasal 1 “Pendidikan Nasional adalah pendidikan yang berdasarkan Pancasila dan UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang berakar pada nilai-nilai agama, kebudayaan nasional Indonesia dan tanggap terhadap tuntutan

³ N Shobihatul F dan N.A. Wiyani, *Manajemen Marketing Sekolah Berbasis Information and Communication Technology*, Vol. 4 No. 2, Desember 2019 (Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto), 2.

perubahan zaman”.⁴ Maka dari itu , lembaga pendidikan saat ini tidak dapat lagi hanya dikelola dengan konsep cara-cara lama. Tuntutan masyarakat dan pemerintah dewasa ini mengakibatkan lembaga pendidikan sebagai suatu lembaga organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang tanggap terhadap perubahan zaman, sesuai dengan keinginan masyarakat/konsumen pendidikan.

Melalui penggunaan internet, suatu lembaga pendidikan dapat menyampaikan informasi secara cepat mengenai perkembangan pendidikan yang ada di lembaga tersebut. Adapun hal yang dapat dilakukan dalam kegiatan promosi sekolah bisa dilakukan dengan mudah tanpa terbatas dengan ruang dan waktu. dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sekolah dapat menyebar luaskan informasi mengenai sekolah dengan efektif dan efisien. Semakin berkembangnya Infrastruktur teknologi informasi di masyarakat juga menjadi faktor yang dapat membantu sekolah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan lebih mudah.

Soleh Soemirat, di dalam tesis M Hasbi (2017) menyampaikan bahwa pengguna internet sudah semakin luas dan mencakup berbagai kalangan, kalangan surat kabar dan majalah umum sudah melengkapi berita-beritanya selain melalui kertas juga dapat diakses melalui internet. kalangan lainnya yang memakai internet praktisi public relation, industri

⁴ Pemerintah, *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 & 48 tentang Wajib Belajar & Pendanaan Pendidikan*, Jakarta: Novindo Pustaka Mandiri, 2008, 85.

televisi, artis, para atau guru dosen, pengelola perpustakaan, penggemar komputer dan pengusaha.⁵

Melalui peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005 mengenai standar nasional pendidikan, pemerintah sangat mendukung penggunaan teknologi informasi dalam dunia pendidikan. dengan menyebutkan bahwa standar sarana dan prasarana adalah standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan kriteria minimal tentang ruang belajar, tempat berolahraga, tempat beribadah, perpustakaan, laboratorium, bengkel kerja, tempat bermain, tempat, beserta sumber belajar lain yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran termasuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.⁶

Pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana promosi sekolah melalui manajemen yang terstruktur dengan tepat, diharapkan mampu menguatkan persepsi masyarakat atau konsumen pendidikan sehingga dapat mempengaruhi keputusan untuk memilih sekolah.

SD Islam Sabilina, merupakan salah satu SD swasta di Kota Bekasi dengan akreditasi A dari tahun 2017 dan merupakan SD favorit, berkembang dan banyak diminati oleh masyarakat. Sekolah tersebut berkembang pesat di antara lembaga-lembaga pendidikan lainnya dan menjadi pilihan masyarakat serta berhasil mendapatkan kepercayaan.

⁵ M Hasbi R, Tesis : Manajemen Pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Smp It Al Ghazali Palangka Raya, (Palangka Raya : Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2017), 6.

⁶ Faridah A. *Standar Nasional Pendidikan Dasar Dan Menengah*, Jakarta : Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, 2015, 82.

Pemilihan SD Islam Sabilina sebagai lokasi penelitian, Disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain SD Islam sabilina mempunyai website akun Facebook dan Instagram sekolah, SD Islam sabilina mempunyai petugas tertentu untuk mengelola media informasi. Aktivitas pendidik di Islam sabilina mempraktekkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam menyampaikan informasi dan memasarkan sekolah.

Berdasarkan jumlah pendaftaran pada tahun pelajaran 2022/2023, ada beberapa orang tua yang mendaftarkan anaknya di SD Islam Sabilina karena memperoleh informasi dari media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sangatlah penting bagi suatu lembaga pendidikan dalam menguatkan kepercayaan dari orang tua siswa maupun masyarakat.

Demi mempermudah penulisan kalimat yang panjang, Penulis akan menggunakan kata singkat TIK Sebagai pengganti kalimat teknologi informasi dan komunikasi.

Menurut Munir di dalam tesis M Hasbi, Konsep dasar TIK dalam dunia pendidikan adalah TIK sebagai alat-alat teknologi yang dapat dijadikan sebagai pelaku dalam pendidikan, TIK sebagai bagian dari materi, TIK sebagai alat bantu untuk mengumpulkan mengelola menyimpan menyelidiki membuktikan dan menyebarkan informasi penting secara efektif dan efisien.⁷

Berdasarkan faktor-faktor di atas, penulis ingin mengetahui bagaimana proses perencanaan dan implementasi promosi sekolah dengan berbasis

⁷ M Hasbi R, Tesis : *Manajemen Pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Smp It Al Ghazali Palangka Raya*, (Palangka Raya : Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2017), 8.

teknologi informasi dan komunikasi yang diterapkan di SD Islam Sabilina. Oleh karena itu, judul yang dipilih oleh penulis dalam karya penelitian ini, adalah **“MANAJEMEN PROMOSI BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI SD ISLAM SABILINA BEKASI”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SD Islam Sabilina Bekasi ?
2. Bagaimana proses pengorganisasian promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SD Islam Sabilina Bekasi ?
3. Bagaimana pelaksanaan promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SD Islam Sabilina Bekasi ?
4. Bagaimana evaluasi promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SD Islam Sabilina Bekasi ?
5. Bagaimana hasil promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SD Islam Sabilina Bekasi ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian diatas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui proses perencanaan promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SD Islam Sabilina Bekasi.
2. Mengetahui proses pengorganisasian promosi sekolah melalui Teknologi

Informasi dan Komunikasi di SD Islam Sabilina Bekasi.

3. Mengetahui proses pelaksanaan promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SD Islam Sabilina Bekasi.
4. Mengetahui proses evaluasi promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SD Islam Sabilina Bekasi.
5. Mengetahui hasil promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SD Islam Sabilina Bekasi.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Secara teoritis penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai :
 - a. Sebagai ilmu pengetahuan tentang pengelolaan manajemen promosi sekolah berbasis teknologi informasi dan komunikasi.
 - b. Sebagai wawasan dan pengetahuan bagi peneliti tentang strategi yang digunakan dalam kegiatan promosi berbasis teknologi informasi dan komunikasi di SD.
 - c. Penelitian ini diharapkan menjadi sumber referensi selanjutnya dalam penelitian terkait manajemen promosi berbasis teknologi informasi dan komunikasi di SD.
2. Secara praktis hasil penelitian ini dapat memberi manfaat bagi:
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan keilmuan baik bagi pembaca maupun penulis.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam

mengembangkan kualitas pendidikan melalui manajemen berbasis teknologi informasi dan komunikasi di SD.

- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ilmiah bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

Penelitian mengenai Manajemen Promosi Sekolah Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi telah dilakukan beberapa peneliti. Berdasarkan hasil temuan peneliti, terdapat beberapa hasil yang relevansi dengan penelitian ini, yaitu :

1. M Hasbi Rahmadi , “Manajemen Pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Smp It Al Ghazali Palangka Raya”, tujuan penelitiannya untuk mengetahui perencanaan dan pelaksanaan yang dilakukan dalam proses manajemen pemasaran sekolah berbasis teknologi informasi dan komunikasi.
2. Nur Sobihatul Fajri dan Novan Ardy Wiyani, “*Manajemen Marketing Sekolah Berbasis Information and Communication Technology*”, Berdasarkan temuan penelitian dalam jurnal ini, dapat diidentifikasi bahwa, kegiatan marketing di SMK Citra Bangsa Mandiri Purwokerto dilakukan dengan memanfaatkan ICT khususnya untuk pemasaran sekolah. Marketing sekolah berbasis ICT dilakukan melalui kegiatan perencanaan manajemen marketing sekolah berbasis ICT, pengorganisasian marketing

sekolah berbasis ICT, pergerakan/pelaksanaan marketing sekolah berbasis ICT, dan pengawasan marketing sekolah berbasis ICT.

3. Alyyuddin Iqbal Habiby dan Yuni Yamasari, *“Sistem Informasi Sekolah Berbasis Web (Studi Kasus : TK Kusuma Putra Kota Mojokerto)”*, Penelitian ini membahas terdapat kekurangan dalam hal pengolahan data dan cara menyampaikan informasi kepada orang tua selaku wali murid, karena di TK Kusuma Putra masih banyak menggunakan sistem manual.
4. Yayan Sudaryana Dkk., *“Penerapan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Tingkat Partisipasi Calon Peserta Didik Di Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Nurul Amal Islamic Boarding School Kota Tangerang Selatan”*, Berdasarkan hasil pengamatan, Peneliti menemukan tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui penerapan strategi digital marketing di sekolah menengah pertama islam terpadu nurul amal islamic boarding school kota tangerang selatan.
5. Riya Widayanti, *“Pemanfaatan Media Sosial Untuk Penyebaran Informasi Kegiatan Sekolah Menengah Kejuruan Pasundan Tangerang”*, Pokok masalah tesis ini yaitu Pemanfaatan teknologi informasi yang memberikan sebuah dampak bagi penyebaran informasi baik berkaitan dengan akademik maupun non akademik. Dibandingkan dengan pengelolaan web yang membutuhkan tenaga administrator, media sosial sangat mudah digunakan, semua akun

yang terdaftar sebagai teman di media sosial akan terinformasikan dengan cepat.

Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1	M Hasbi Rahmadi, 2017, Tesis	Membahas manajemen pemasaran sekolah	Membahas pemasaran unit SMP	Manajemen promosi berbasis teknologi informasi dan komunikasi
2	Nur Sobihatul Fajri dan Novan Ardy Wiyani, 2019, Jurnal	Membahas penggunaan teknologi informasi dan komunikasi	Implementasi teknologi informasi di unit SMK	
3	Alyyuddin Iqbal Habiby dan Yuni Yamasari, 2017, Jurnal	Sistem informasi sekolah berbasis web	Implementasi website di unit TK	
4	Yayan Sudaryana Dkk, 2021, Jurnal	Penerapan strategi digital marketing di Sekolah	Penerapan strategi digital marketing di SMPIT	
5	Riya Widayanti, 2015, Jurnal	Pemanfaatan media sosial terkait kegiatan sekolah	Pemanfaatan media sosial di SMK	

F. Definisi Istilah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah berarti kata atau gabungan kata yang dengan cermat mengungkapkan makna konsep, proses, keadaan, atau sifat yang khas dalam bidang tertentu. Definisi Istilah ini,

digunakan peneliti untuk membatasi pembahasan agar lebih fokus pada masalah penelitian yang akan dibahas.

Berikut beberapa definisi dari istilah istilah tersebut :

1. Manajemen

Manajemen adalah suatu kegiatan tentang tentang pengelolaan suatu kelompok, organisasi, instansi atau lembaga yang berisikan lebih dari dua orang. pentingnya manajemen ini adalah agar tercapainya tujuan bersama dengan efektif dan efisien.

2. Teknologi

Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.

3. Informasi

Informasi merupakan data yang telah diproses dan diolah untuk tujuan tertentu. Adapun tujuan tersebut untuk menghasilkan sebuah keputusan.

4. Komunikasi

Komunikasi adalah suatu kegiatan penyampaian pesan/informasi oleh pengirim pesan kepada sasar penerima pesan/informasi melalui media atau saluran komunikasi.

5. Sekolah

Sekolah adalah sebuah lembaga yang dirancang untuk pengajaran siswa atau murid di bawah pengawasan pendidik atau guru. Sebagian besar negara memiliki sistem pendidikan formal yang umumnya wajib dalam

upaya menciptakan anak didik yang mengalami kemajuan setelah mengalami proses melalui pembelajaran.

