

**PEMANFAATAN BROSUR KREATIF DALAM KEGIATAN SOSIALISASI DAN
PROMOSI INSTITUSI PENDIDIKAN****Mareta Bakale Bakoil^{1*}, Veki Edizon Tuhana²**¹ Poltekkes Kemenkes Kupang² Universitas Nusa Cendana Kupang

Email Korespondensi: thabakoil@gmail.com

Disubmit: 29 November 2022

Diterima: 13 Januari 2023

Diterbitkan: 01 Maret 2023

Doi: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v6i3.6781>**ABSTRAK**

Sosialisasi dan promosi bertujuan untuk memberikan informasi tentang pendidikan di Poltekkes Kemenkes Kupang mulai Diploma III sampai Sarjana Strata 1 dan Profesi, menarik minat dan animo masyarakat untuk mendaftar dan mengikuti pendidikan serta mendekatkan, memudahkan layanan pendidikan. Selama kegiatan promosi berlangsung, tim melakukan pemaparan dan penjelasan tentang profil Poltekkes Kemenkes Kupang. Proses kegiatan dimulai dengan ceramah, brainstorming, dan testimoni lulusan Poltekkes, serta evaluasi. Pada akhir kegiatan, tim menyediakan atau membagi semua materi, brosur serta link brosur dan link web Poltekkes kepada pihak sekolah maupun langsung kepada siswa-siswi.

Kata Kunci: Brosur, Kreatif, Sosialisai, Promosi**ABSTRACT**

The socialization and promotion aim to provide information education at the Health Poltekkes, Kupang Ministry of Health, starting from Diploma III to Bachelor's Degrees and Professions, attracting public interest and interest to register and participate in education as well as bringing closer, easier education services. During the promotional activities, the team presented and explained the profile of the Poltekkes Kemenkes Kupang. The activity process begins with lectures, brainstorming, and testimonials from Poltekkes graduates, evaluations. At the end of the activity, the team provides or distributes all materials, brochures and brochure links and Poltekkes web links to the school or directly to students.

Keywords: Brochure, Creative, Socialization, Promotion**1. PENDAHULUAN**

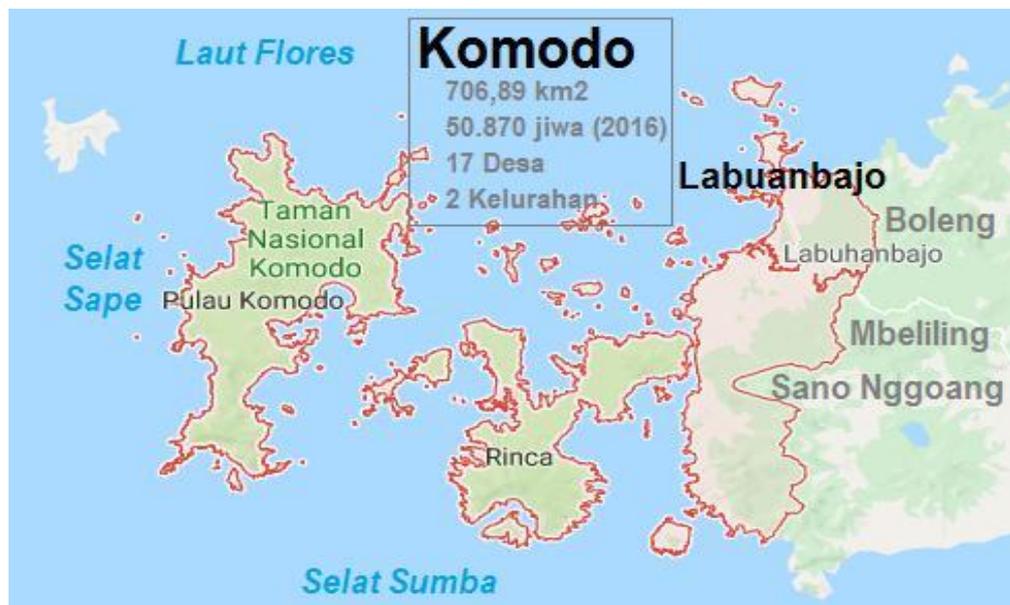
Promosi pendidikan adalah kegiatan memperkenalkan, menawarkan mutu, visi, misi, dan tujuan suatu sekolah kepada masyarakat atau orang tua siswa (Asrori, 2016). Promosi pendidikan berguna untuk menarik minat masyarakat berpartisipasi aktif dalam sekolah. Promosi sekolah yang efektif khususnya pada saat pandemi ini sangat dibutuhkan (Maulana & Afifi, 2021); (Fikri, 2020). Tidak jarang pihak pengelola sekolah yang melakukan perubahan cara mempromosikan sekolah mengingat hal ini merupakan cara mendapatkan

siswa baru sesuai dengan harapan dan daya tampung (Mulyana, 2022);(Sagala & Sos, 2016).

Poltekkes Kemenkes Kupang memiliki 12 Program Studi Diploma III yaitu Keperawatan, Profesi Ners, Kebidanan, Sanitasi, Keperawatan Gigi, Farmasi, Gizi, Teknologi Laboratorium Medik (TLM), Keperawatan Ende, Waingapu, Waikabubak, dan Program Studi Pendidikan Jarak Jauh (PJJ) Keperawatan dan Kebidanan. Poltekkes Kemenkes Kupang berstatus Badan Layanan Umum (BLU) maka membutuhkan upaya-upaya peningkatan pendapatan, salah satunya dengan promosi institusi. Namun saat ini pergeseran era yang begitu cepat sehingga memiliki dampak pada berbagai bidang kehidupan termasuk pada strategi promosi ataupun periklanan. Berbagai pihak menyangsikan bahwa strategi promosi melalui brosur dipandang sebelah mata dan percuma dalam memberikan dampak sampai dengan pembelian. Untuk itu maka Tim Pengabdian masyarakat melakukan promosi melalui brosur ditinjau dari *Hierarchy of effect* (Sinduwiatmo, 2016). Melalui adanya evaluasi dampak atas brosur yang dibuat institusi pendidikan X maka diharapkan memberikan sumbangan pemikiran strategi dan tindak lanjut atas promosi.

2. MASALAH

Poltekkes Kemenkes Kupang mempunyai status BLU. Sehingga hal ini juga berdampak pada upaya untuk meningkatkan jumlah pendapatan institusi, yang mana salah satunya adalah melalui biaya kuliah. Untuk itu dibutuhkan jumlah animo pendaftar dan juga jumlah mahasiswa yang cukup untuk pelaksanaan operasional BLU, ditunjang dengan pendapatan BLU lainnya. Untuk itu Tim melakukan kegiatan pengabdian masyarakat melalui promosi institusi di Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat. Kabupaten Manggarai Barat merupakan hasil Pemekaran wilayah administratif Kabupaten Manggarai, melalui UU RI NO. 8 Tahun 2003.



Gambar 1 Lokasi Pengabdian Masyarakat
(Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat)

3. METODE

Sosialisai dan promosi institusi pendidikan melalui brosur kreatif kepada sekolah-sekolah merupakan kegiatan yang diselenggarakan oleh civitas akademika Poltekkes Kemenkes Kupang selaku tim promosi institusi dengan menggunakan berbagai media, salah satunya adalah brosur yang kreatif dengan tujuan untuk menarik minat dari masyarakat/siswa-siswi. Tujuan diselenggarakannya kegiatan ini untuk memberikan informasi, promosi tentang pendidikan di Poltekkes Kemenkes Kupang mulai Diploma III sampai Sarjana Strata 1 dan Profesi, menarik minat dan animo masyarakat untuk mendaftar dan mengikuti pendidikan serta mendekatkan dan memudahkan layanan pendidikan, yaitu salah satunya dengan program Pendidikan Jarak Jauh (PJJ). Kegiatan sosialisasi dan promosi ini dilaksanakan tanggal 8 sampai 9 Desember 2020, bertempat di 3 (tiga) SMA sebagai sasaran kegiatan yaitu SMAN 1 Komodo, SMAN 2 Komodo dan SMAN 3 Komodo.

a. Tahap Persiapan

- 1) Menyiapkan surat ijin pengabdian masyarakat, materi sosialisasi, brosur baik hard maupun softfile dari semua program studi di Poltekkes Kemenkes Kupang serta seluruh kelengkapan untuk kegiatan.
- 2) Pendekatan kepada Bupati Manggarai Barat dan Kepala Sekolah SMA dengan mengirimkan surat permohonan ijin pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

b. Tahap pelaksanaan

- 1) Kegiatan ke lokasi pengabdian masyarakat dan melakukan sosialisasi dan promosi institusi Poltekkes Kemenkes Kupang.
- 2) Sebelum kegiatan promosi, tim melakukan sosialisasi tentang pentingnya kesehatan dan pencegahan covid 19.
- 3) Kegiatan sosialisasi dan penyuluhan kepada siswa SMA didampingi oleh pihak sekolah yang bersangkutan.
- 4) Setelah promosi dan sosialisasi, melakukan proses tanya jawab, dan diskusi.

c. Evaluasi

Kegiatan dilaksanakan dengan baik dan sesuai jadwal yang direncanakan.. Materi disampaikan dengan baik dan menggunakan bahasa sederhana dan mudah dipahami. Interaksi dengan Siswa-siswi dalam sesi diskusi dan tanya jawab berlangsung interaktif. Setelah kegiatan sosialisasi dan promosi, tim pengabdian masyarakat memberikan brosur tentang profil dari setiap program studi yang ada di Poltekkes Kemenkes Kupang kepada pihak sekolah.

Pada akhir kegiatan, pihak sekolah menyampaikan aspirasi mereka terkait solusi bagi siswa-siswi yang mau mendaftar agar dapat dibantu untuk diberikan kemudahan, misalnya pendaftaran secara online, pemeriksaan yang berhubungan dengan pendaftaran bisa dilakukan di tempat asal siswa-siswi serta kuliah secara online/during.

Setelah kegiatan sosialisasi dan promosi, tim pengabdian masyarakat memberikan brosur tentang profil dari setiap program studi yang ada di Poltekkes Kemenkes Kupang kepada pihak sekolah.



Gambar 3 Brosur Prodi D III Kebidanan



Gambar 4 Brosur Prodi Gizi



Gambar 5 Brosur Prodi Teknologi Laboratorium Medis (TLM)



Gambar 9 Brosur Prodi Farmasi



Gambar 10 Brosur Prodi Keperawatan Gigi



Gambar 11 Brosur Prodi Keperawatan Waingapu



Gambar 12 Brosur Prodi Keperawatan Waikabubak

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat dilaksanakan di Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat mulai tanggal 8 sampai 9 Desember 2020, bertempat di 3 (tiga) SMA. Kegiatan diawali dengan pertemuan bersama Bupati Kabupaten Manggarai untuk permohonan ijin dan menyampaikan terkait tujuan dari kegiatan sosialisasi pengembangan pendidikan di Poltekkes Kemenkes Kupang.



Gambar 13 Pendekatan Dan Pertemuan Dengan Bupati Manggarai Timur

Berdasarkan database jumlah SMA di Kabupaten Manggarai Barat adalah 28 sekolah yang tersebar diseluruh wilayah kelurahan/kecamatan. Sehingga pada kegiatan pengabdian masyarakat saat ini tim hanya mengambil 3 (tiga) SMA yang ada di Kota Labuan Bajo sebagai tempat kegiatan.

Tim pengabdian masyarakat masing-masing mewakili dari setiap program studi yaitu Kebidanan 1 orang, Keperawatan 4 orang, Gizi 1 orang, TLM 1 orang, Farmasi 1 orang, Keperawatan Gigi 1 orang. Pada saat kegiatan promosi, tim menyampaikan tentang visi, misi, tujuan, akreditasi, keunggulan, kompetensi lulusan, SDM, fasilitas pembelajaran (teori dan praktek), sarana prasarana dari setiap program studi.



Gambar 14 Promosi di SMAN 1 Komodo



Gambar 15 Promosi di SMAN 2 Komodo



Gambar 16 Promosi di SMAN 1 Komodo



Gambar 17 Promosi di SMAN 3 Komodo

Fungsi pendidikan salah satunya adalah sosialisasi. Sosialisasi merupakan proses perkembangan individu menjadi makhluk sosial yang mampu beradaptasi dengan masyarakat. Selain itu memperkenalkan sebuah sistem pada seseorang dan bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksinya. Faktor yang mempengaruhi sosialisasi yaitu lingkungan sosial, ekonomi dan kebudayaan dimana individu berada, selain itu ditentukan oleh interaksi pengalaman-pengalaman serta kepribadiannya. Bagi individu, sosialisasi berfungsi sebagai pedoman dalam belajar mengenal dan menyesuaikan diri dengan lingkungannya, baik nilai, norma, dan struktur sosial yang ada pada masyarakat di lingkungan tersebut.

Tipe sosialisasi yang dilakukan adalah formal yaitu menurut ketentuan negara atau undang-undang dan peraturan pemerintah yang berlaku. Faktor terjadinya sosialisasi antara lain: 1) apa yang disosialisasikan merupakan informasi yang akan diberikan kepada masyarakat berupa nilai, norma, dan peran; 2) Bagaimana cara mensosialisasikan, melibatkan proses pembelajaran; 4) Siapa yang mensosialisasikan, institusi, media massa, individu, dan kelompok.

Teknik promosi offline (Konvensional) adalah teknik promosi yang digunakan kebanyakan sekolah terutama sebelum masa pandemi. Teknik ini menggunakan media fisik maupun tatap muka, salah satunya adalah membuat brosur, baliho, poster dan sejenisnya (Nursanti, 2021). Promosi dengan cara ini adalah teknik promosi yang paling lazim digunakan. Biasanya brosur dibagikan kepada calon siswa dan orang tua calon siswa. Keunggulan menggunakan brosur antara lain mudah didistribusikan, harga terjangkau, membangun kepercayaan pelanggan, memberikan banyak informasi, dan menjadi personalisasi bisnis. Baliho dan poster ditempelkan pada tempat-tempat strategis misalnya dipinggir jalan raya, kaca belakang angkutan umum,

atau papan pengumuman di sekolah. Cara ini tergolong efektif bahwa penerima media promosi fisik adalah orang yang tepat sesuai dengan target yang dikehendaki oleh pihak sekolah (Siregar, 2017).

Media komunikasi yang digunakan tim pengabdian masyarakat dalam melaksanakan strategi promosi yaitu melalui media tidak langsung yang merupakan media komunikasi dengan sarana alat bantu yaitu brosur. Brosur merupakan salah satu bentuk dari iklan yang memiliki tujuan membangkitkan keinginan akan suatu kategori jasa atau produk, menciptakan *brand awareness*, mendorong sikap positif terhadap jasa atau produk yang ditawarkan serta dapat mempengaruhi niat (*intention*) (Panuju, 2019). Dan hal ini bergerak dari satu tujuan ke tujuan berikutnya semacam metafora *hierarchy of effects*. *Hierarchy of effect* dikemukakan Belch dan Belch (2009), dimana terdapat 6 (enam) tahapan cara kerja iklan atau promosi termasuk didalamnya cara kerja promosi melalui brosur. Adapun enam tahapan tersebut adalah *awareness, knowledge, liking, preference, conviction, dan purchase*. Promosi melalui iklan atau brosur diharapkan dapat antara lain dalam tahapan *cognitive* yaitu menempatkan sesuatu dalam benak konsumen, *affective* yaitu merubah sikap konsumen atau *behavioral* yaitu mendorong konsumen untuk bertindak.

Mempromosikan sekolah diantaranya membangun hubungan baik dengan SMA. Hal ini dilakukan agar pihak SMA dapat merekomendasikan siswanya untuk melanjutkan ke sekolah/ perguruan tinggi yang bersangkutan. Selain itu juga terus gencar memberi informasi yang baik tentang program studi agar menarik calon peserta didik untuk mendaftar (Subakti, Damayanti, Hasan, Simarmata, & Harianja, 2022),

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah siswa-siswi dan pihak sekolah sangat antusias. Peningkatan pengetahuan dan informasi tentang Poltekkes Kemenkes Kupang yang menyelenggarakan berbagai program pendidikan Diploma III serta adanya minat dari siswa-siswi untuk mendaftar. Oleh karena itu dilakukan tindak lanjut untuk proses seleksi mahasiswa baru sesuai dengan kalender/jadual sipenmaru Poltekkes Kemenkes Kupang.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Poltekkes Kemenkes Kupang yang telah mendukung pendanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Asrori, B. (2016). Strategi Pemasaran Sekolah dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di SMA Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 4(1).
- Bakoil M.B., Manalor L.L., Diaz M.F., dan Tuhana V.E. (2021). Edukasi Manfaat Dukungan Suami Kepada Ibu Selama Persalinan. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, P-ISSN: 2615-0921 E-ISSN: 2622-6030 Volume 4, Nomor 4. pp. 787-794
- Belch, George E., Belch, Michal, A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, 8 th Edition. New York: Pearson Education.
- Budi, C.S. (2018) tinjauan hierarchy of effects pada promosi institusi pendidikan melalui brosur. *Jurnal Experientia*, Volume 6, Nomor 1. pp. 39-44

- Desrianti, Dewi Immaniar, Reni Mulyani, dan Fitria Arnita, 2017, Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Perguruan Tinggi, Vol. 10 No. 2, *Jurnal CCIT*, STMIK Raharja, Tangerang
- Fikri, M. (2020). *Strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat siswa baru di SMKIT Nurul Qolbi Bekasi* (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Maulana, P. S., & Afifi, S. (2021). Analisis peran dan fungsi public relations di lembaga pendidikan islam. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(2).
- Mulyasa, H. E. (2022). *Manajemen dan kepemimpinan kepala sekolah*. Bumi Aksara.
- Mardatila A. (2020). Mengenal Tujuan Sosialisasi, Jenis dan Penjelasan Menurut Para Ahli. Sumatera Utara.
- Nursanti, P. (2021). *Strategi Promosi Perpustakaan di Masa Pandemi Covid-19 di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Serdang Bedagai* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran: pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media.
- Pemerintah Daerah Kabupaten Manggarai Barat. (2021). Profil Kabupaten Manggarai Barat. Labuan Bajo.
- Riadi, M. (2020). Sosialisasi (Pengertian, Tujuan, Jenis, Proses dan Hambatan). Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2020/04>
- Sagala, H. S., & Sos, S. (2016). *Memahami organisasi pendidikan: Budaya dan reinventing, organisasi pendidikan*. Prenada Media.
- Sinduwiatmo, K. (2018). Buku Ajar Manajemen Public Relation. *Umsida Press*, 1-115.
- Siregar, A. H. (2017). *Membela Guru pada Masa Tiga Mendikbud: dari Mohammad Nuh, Anies Baswedan hingga Muhadjir Effendy: Sebuah Pengalaman Guru yang Konfrontatif dan Emosional*. Deepublish.
- Subakti, H., Damayanti, W. K., Hasan, M., Simarmata, J., & Harianja, J. K. (2022). *Model-Model Program Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*. Yayasan Kita Menulis.
- Sunarya L., Maimunah., dan Sari R. (2019). Media Komunikasi Visual Sebagai Penunjang Promosi Pada SMK Multimedia Mandiri. ISSN: 1978 -8282, Online ISSN: 2655-4275, Vol.12 No.1. pp 22-33
- Surapati M.U., Rasyid A dan Nurjanah. (2020) Strategi Humas dalam Mempromosikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Muhammadiyah 2 Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 9, Nomor 3. pp. 347-362
- Wulandari R.W., A Kholik, M Qudsiyah, dan R Agustian. (2018). Program sosialisasi pendidikan untuk meningkatkan angka harapan lama sekolah (HLS). *Media Pengabdian kepada Masyarakat*, p-ISSN 2442-3726 e-ISSN 2550-1143 Volume 4, Nomor 1. pp 48-64