

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia pendidikan mutu tidak hanya menjadi penentu, tetapi juga citra yang dimiliki masyarakat ketika mendengar nama lembaga tersebut disebut (Arifin, 2021). Dalam data Dinas Pendidikan provinsi Jawa Barat pada tahun 2022 di Kota Bekasi tercatat jumlah SMK sebanyak 147 sekolah dan tujuh diantaranya tercatat sebagai sekolah Pusat Keunggulan (Disdik Jabar, 2020).

Pusat Keunggulan (PK) merupakan program pengembangan SMK dengan keahlian dan kompetensi khusus dalam peningkatan mutu dan kinerja. (Kemendikbudristek, 2022). Pada tahun 2022 tercatat tujuh SMK yang ada di Kota Bekasi sebagai SMK Pusat Keunggulan, yaitu SMKS Sumber Daya Kota Bekasi, SMKN 7 Kota Bekasi, SMKN 15 Kota Bekasi, SMKN 2 Kota Bekasi, SMKS Tinta Emas Indonesia, SMKS Karya Guna 2, dan SMKN Teratai Putih Global 1 (Iskandar, 2022). Data yang telah diperoleh memperlihatkan bahwa banyaknya persaingan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Kota Bekasi. Adanya tingkat persaingan membuat lembaga pendidikan harus berusaha untuk mempertahankan serta meningkatkan peminatnya agar dapat terus berkembang di masyarakat luas, dari ke tujuh SMK PK yang ada di Kota Bekasi hanya ada tiga SMK yang mempunyai media *podcast* untuk melakukan *branding* sekolahnya empat lainnya melakukan *branding* dengan cara lain.

Sekolah Menengah Kejuruan terus bersaing dengan melakukan *branding* agar dikenal oleh masyarakat luas. Setiap sekolah berhak melakukan *branding* dengan kegiatan apapun yang dinilai efektif, hal ini membuat SMK tersebut berlomba-lomba melakukan kegiatan *branding* yang efektif. Sebanyak tiga SMK PK yang berada di Kota Bekasi melakukan *branding* menggunakan media *podcast* diantaranya, SMK Sumber Daya, SMKN 15 Kota Bekasi, dan SMKN Teratai Putih Global 1, ketiga sekolah tersebut melakukan *branding* menggunakan media *podcast* dengan meng-

uploadnya ke youtube. SMKN Teratai Putih Global 1 memiliki satu konten *podcast* yang di unggah di akun *youtube* dan tiga konten *podcast* pada akun *spotify* miliknya, dengan isi konten mengenai pengenalan sekolah dan tanya jawab netizen, juga dengan SMKN 15 Kota Bekasi yang memiliki satu konten *podcast* yang di unggah pada akun *youtube* nya dengan judul konten “*Podcast* bersama pimpinan redaksi swara Bekasi”. Berbeda dengan dua sekolah SMK PK yang juga memiliki *podcast* tersebut, SMK Sumber Daya Kota Bekasi telah memiliki lebih dari lima konten *podcast* mengenai pengenalan sekolah yang merupakan pengenalan kelas hingga pengenalan produk-produk yang ada di sekolah SMK Sumber Daya Kota Bekasi, selain itu SMK Sumber Daya Kota Bekasi juga memiliki alat dan properti *podcast* yang memadai seperti kamera, *headset*, *microphone*, serta memiliki ruangan khusus untuk *podcast*.

Triyanto (2022) sebagai Ketua Tim Promosi Digital SMK Sumber Daya Kota Bekasi menyatakan bahwa, SMK Sumber Daya Kota Bekasi merupakan salah satu sekolah Pusat Keunggulan swasta yang ada di Kota Bekasi dan memiliki akreditasi A. Pada tahun ajaran 2020/2021 saat Indonesia sedang dilanda pandemi covid-19 SMK Sumber Daya Kota Bekasi mengalami penurunan drastis jumlah siswa baru yang mendaftar sebanyak 50%. Penurunan tersebut SMK Sumber Daya Kota Bekasi dituntut untuk *membranding* dirinya agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas. Inovasi yang keluar dari SMK Sumber Daya Kota Bekasi untuk dikenal di masyarakat yaitu pembuatan media *podcast*. *Podcast* SMK Sumber Daya Kota Bekasi di persiapkan sejak tahun 2021 yang kemudian terbitlah video atau konten *podcast* pertama pada akun *Youtube* SMK Sumber Daya Kota Bekasi di bulan Januari 2022 dan saat ini sudah memproduksi lebih dari lima konten video *podcast* dengan isi mengenai sejarah SMK Sumber Daya Kota Bekasi, jurusan-jurusan sekolah, produk-produk yang di hasilkan dari sekolah serta beberapa kegiatan yang dilaksanakan di SMK Sumber Daya Kota Bekasi. Produk-produk yang dihasilkan SMK Sumber Daya Kota Bekasi antara lain yakni, sabun cuci piring, detergen, es krim dan telur asin. Keunggulan dari SMK Sumber Daya Kota Bekasi yaitu memiliki dua kelas industri dari kompetensi keahlian TKJ dengan kelas industri satelit dan kompetensi keahlian TKR

dengan kelas MSP (*Mitsubishi School Program*). *Podcast* SMK Sumber Daya Kota Bekasi saat ini masih dibawah naungan para guru yang nantinya akan dijadikan sebagai ekstrakurikuler sendiri yaitu ekstrakurikuler *Broadcasting*. Terbentuknya *podcast* di SMK Sumber Daya Kota Bekasi ini merupakan salah satu usaha *branding* sekolah agar sampai kepada target pasarnya.

Sebagai penyedia layanan pendidikan, diperlukan adanya *marketing for education*. Upaya yang diperlukan adalah meyakinkan pelanggan dan masyarakat umum bahwa lembaga pendidikan yang dikelola masih eksis selain itu, bertujuan untuk memastikan bahwa layanan pendidikan yang dikelola sesuai dengan kebutuhan mereka. Berbagai strategi pemasaran dilakukan oleh instansi Pendidikan negeri maupun swasta juga antara sekolah satu dengan yang lainnya. Persaingan Pendidikan antar SMK dengan berbagai macam jurusan juga keunggulan yang dimiliki masing-masing sekolah membuat lembaga pendidikan ini menerapkan model *branding* untuk menarik minat siswa (Karsono et al., 2021).

Agar suatu lembaga dikenal oleh masyarakat maka perlu adanya untuk membuat suatu identitas yang khas atau biasa juga disebut dengan *branding*. *Branding* merupakan berbagai kegiatan komunikasi kepada perseorangan atau aktivitas kelompok masyarakat yang dilakukan bisnis atau organisasi lain untuk membangun *brand* dan memperluas merek (Hasna et al., 2022). Adanya *branding* sebuah perusahaan ataupun lembaga akan lebih dikenal di masyarakat luas hingga *brand* atau *merk* tersebut dapat meningkat peminatnya. *Branding* untuk sekolah melibatkan lebih dari sekedar menjual nama dan lokasi sekolah itu juga termasuk menampilkan identitas yang memudahkan untuk mengenali dan membedakannya dari sekolah lain. Menurut Fradito, (2016) *Branding* untuk sekolah melibatkan lebih dari sekedar menjual nama dan lokasi sekolah itu juga termasuk menampilkan identitas yang memudahkan untuk mengenali dan membedakannya dari sekolah lain (Karsono et al., 2021).

Pesatnya kemajuan teknologi memiliki dampak yang sangat terasa bagi kehidupan masyarakat. Semakin canggih dan berkembang suatu teknologi tentunya juga akan memudahkan masyarakat dalam menjalankan aktivitas kesehariannya serta dalam mendapatkan informasi. Kemajuan teknologi

melahirkan media baru yaitu *Podcast* yang merupakan bentuk dari kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi (Hidayat, 2022).

Podcast mengacu pada *Apple iPod* sebagai platform pertama untuk distribusi *podcast*. *Podcast* adalah singkatan dari *iPod* dan *broadcast*. Pada tahun 2001 *Apple* meluncurkan *iPod*, yang akan segera menjadi objek keinginan untuk seluruh jenis pelanggan itu adalah tahap kunci dalam sejarah *podcast* (Septarina, 2021). Secara sederhana *podcast* diartikan sebagai teknologi yang digunakan untuk mendistribusikan, menerima, dan mendengarkan konten sesuai permintaan yang dibuat oleh para profesional dan amatir radio disebut sebagai *podcast* (Ibrahim & Iskandar, 2020).

Kehadiran *podcast* sebagai media baru di Indonesia yang sedang banyak diminati oleh masyarakatnya membuat *podcast* semakin dikenal, ditambah konten yang dibuat dengan tema dan pembahasan yang beragam sehingga tidak membuat pendengarnya merasa monoton. Hal tersebut menumbuhkan kreativitas *audience* untuk memproduksi konten yang diinginkan. Seiring berkembangnya *podcast* ditransformasikan ke dalam bentuk video sehingga terbentuknya *podcast audio visual*. Saat ini *podcast* audio visual sudah tersebar luas di masyarakat, dengan begitu pendengar dapat melihat seseorang yang berbicara dibalik konten *podcast* tersebut. Adanya transformasi *podcast* tidak menghilangkan peminat konten *podcast* yang memiliki persepsi konten berbentuk video yang sulit didengar, *podcast* tetap dapat di dengarkan kapanpun dan di manapun bersamaan dengan kegiatan lain, karena pada dasarnya *podcast* cukup menggunakan indra pendengar dengan begitu pendengar *podcast* sudah memahami isi dari konten tersebut.

Masyarakat lebih memilih untuk mendengarkan *podcast* dengan maksud mendapati informasi terkini dan terbaru yang bersifat dapat diulang karena sifatnya *non-streaming*, juga kemudahan dalam mendengarkan konten bersifat audio yang bernama *podcast* tersebut juga. Kemudahan yang dimaksud yakni, kita bisa kapan saja dan dimana saja jika ingin mendengarkan *podcast* karena tidak ada batas waktunya. Hal tersebut menjadikan *podcast* dapat dikatakan sebagai strategi *branding* yang cukup efektif dengan penyebaran

yang cukup cepat dan mudah diakses dan kini *podcast* banyak dijadikan pilihan sebagai sarana *branding* oleh beberapa instansi.

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas, maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut dan mengetahui terkait strategi *branding* yang dilakukan SMK Sumber Daya Kota Bekasi menggunakan media *podcast* dengan judul penelitian “*Podcast Someday 410 Sebagai Media Branding SMK Sumber Daya Kota Bekasi*”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas bagaimana cara *branding* SMK Sumber Daya Kota Bekasi dengan menggunakan media *podcast someday 410*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui cara *branding* yang dilakukan oleh SMK Sumber Daya Kota Bekasi menggunakan media *podcast someday 410*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan juga rujukan untuk penelitian selanjutnya khususnya pada bidang komunikasi pemasaran digital tentang cara *branding* khususnya melalui media *podcast* dalam perusahaan, instansi ataupun lembaga yang lainnya dalam meningkatkan *branding*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Sekolah

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat evaluasi kepada pihak SMK Sumber Daya Kota Bekasi dalam meningkatkan *branding* sekolah melalui media *podcast*.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu menginformasikan masyarakat tentang cara *branding* SMK Sumber Daya Kota Bekasi melalui media *podcast someday 410*.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan temuan baru terkait cara *branding* yang dilakukan SMK Sumber Daya Kota Bekasi melalui media *podcast*. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.