



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
PONDOK PESANTREN ASSHIDDIQIYAH DALAM  
PENERIMAAN SISWA BARU TAHUN 2014**

(Studi Kasus SMK Manba'ul Ulum  
Pondok Pesantren Asshiddiqiyah II Tangerang)



TESIS

Nama : Eko Purwanto

NIM : 55212120053

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2015



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
PONDOK PESANTREN ASSHIDDIQIYAH DALAM  
PENERIMAAN SISWA BARU TAHUN 2014**

(Studi Kasus SMK Manba'ul Ulum  
Pondok Pesantren Asshiddiqiyah II Tangerang)

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Nama : Eko Purwanto**

**NIM : 55212120053**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2015**



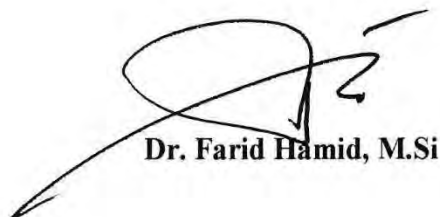
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

### **LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

1. Nama : Eko Purwanto
2. NIM : 55212120053
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua ( S2 )
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Corporate Marketing Communication*
6. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren  
Asshiddiqiyah dalam Penerimaan Siswa Baru Tahun  
2014 ( Studi Kasus SMK Manba'ul Ulum Pondok  
Pesantren Asshiddiqiyah II Tangerang)

**Jakarta, 9 Februari 2015**

**Pembimbing**



**Dr. Farid Hamid, M.Si**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG**

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren  
Asshiddiqiyah dalam Penerimaan Siswa Baru Tahun  
2014 ( Studi Kasus SMK Manba'ul Ulum Pondok  
Pesantren Asshiddiqiyah II Tangerang
2. Nama : Eko Purwanto
3. NIM : 55212120053
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua ( S2 )
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate Marketing Communication*
7. Tanggal : 6 Februari 2015

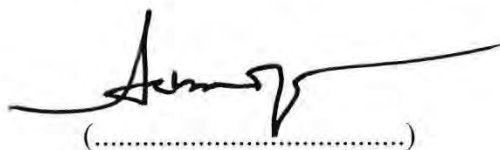
Jakarta, 9 Februari 2015  
Mengetahui,

1. **Ketua Sidang**  
**Dr.Henni Gusfa, M.Si**



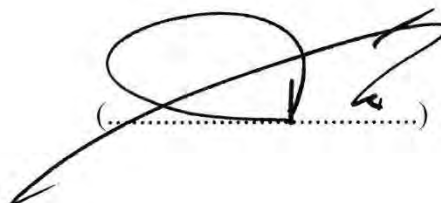
(.....)

2. **Penguji Ahli**  
**Dr.Achmad Jamil, M.Si**



(.....)

3. **Pembimbing**  
**Dr.Farid Hamid, M.Si**



(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren  
Asshiddiqiyah dalam Penerimaan Siswa Baru Tahun  
2014 (Studi Kasus SMK Manba'ul Ulum Pondok
2. Nama : Eko Purwanto
3. NIM : 55212120053
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua ( S2 )
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate Marketing Communication*
7. Tanggal : 13 Februari 2015


Jakarta, 13 Februari 2015  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang  
Dr.Henni Gusfa, M.Si



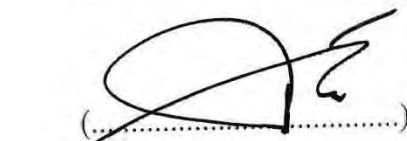
(.....)

2. Penguji Ahli  
Dr.Achmad Jamil, M.Si



(.....)

3. Pembimbing  
Dr.Farid Hamid, M.Si



(.....)

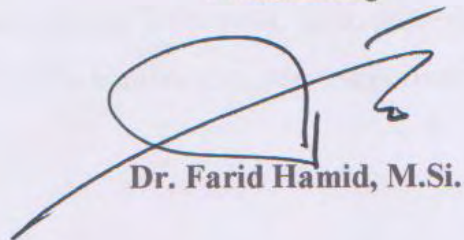


### LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren  
Asshiddiqiyah dalam Penerimaan Siswa Baru Tahun  
2014 (Studi Kasus SMK Manba'ul Ulum Pondok  
Pesantren Asshiddiqiyah II Tangerang)
2. Nama : Eko Purwanto
3. NIM : 55212120053
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua ( S2 )
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate Marketing Communication*
7. Tanggal : 15 Februari 2015

Mengesahkan,

Pembimbing



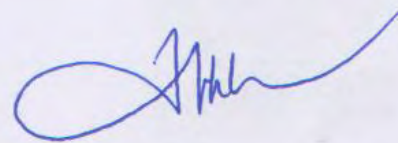
Dr. Farid Hamid, M.Si.

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Prodi Magister Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Dr. Nur Kholisoh, M.Si

## PERNYATAAN

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren Asshiddiqiyah dalam Penerimaan Siswa Baru Tahun 2014 (Studi Kasus SMK Manba'ul Ulum Pondok Pesantren Asshiddiqiyah II Tangerang)
2. Nama : Eko Purwanto
3. NIM : 55212120053
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua ( S2 )
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate Marketing Communication*
7. Tanggal : 9 Februari 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan surat keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua Informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumber dan dapat diperiksa kebenarannya.

**Jakarta, 9 februaru 2015**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren Asshiddiqiyah dalam Penerimaan Siswa Baru Tahun 2014 (Studi Kasus SMK Manba’ul Ulum Pondok Pesantren Asshiddiqiyah II Tangerang)”. Penulisan tesis ini adalah tugas akhir yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister ilmu komunikasi khususnya corporate & marketing communication di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan tesis ini penulis menyadari bahwa masih belum sempurna dalam penulisan ini maupun penelitiannya. Namun, penulis tetap berusaha semaksimal mungkin dengan bekal pengetahuan yang penulis peroleh dari bangku kuliah, pekerjaan dan juga hasil-hasil penelitian penulis. Oleh karena itu, apabila dalam penyusunan tesis ini masih banyak kekurangan dan masih jauh sempurna, maka penulis berusaha memperbaikinya agar dapat melakukan sesuatu dengan lebih baik pada kesempatan yang akan datang.

Pada kesempatan ini, penulis bermaksud menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak atas bantuannya sehingga terselesaikannya penyusunan tesis ini. Penulis hendak menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :



1. Dr. Farid Hamid M.S.i selaku pembimbing tesis saya dengan sabar memberikan arahan dan masukan kepada penulis di tengah kesibukannya.
2. Bapak M. Watim dan Minah, kedua orang tua yang saya sayangi, yang selalu sabar, penuh kasih sayang dalam memberikan motivasi serta doanya sepanjang waktu untuk keberhasilan studi saya.
3. Nur Halimah, istri tercinta saya, yang tidak hentinya selalu memberikan doa, motivasi dan semangat dengan penuh kesabaran.
4. Muhammad Yasir Al Fatih, anakku tercinta, yang menjadi motivasi saya dalam menyelesaikan studi ini.
5. Ibu dan bapak mertua saya yang selalu memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Kuliah di Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Dr. Nur Kholisoh M.S.i selaku ketua program studi ilmu komunikasi Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
7. Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku sekretaris program bidang ilmu komunikasi Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
8. Seluruh dosen, karyawan tata usaha dan rekan Civitas Akademika Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
9. Ketua Penerimaan Siswa Baru dan Kepala Sekolah SMK Pondok Pesantren Asshiddiqiyah II Tangerang yang membantu penulis dalam memperoleh data dan informasi selama melakukan penelitian.

10. Pimpinan dan Seluruh Dewan Guru Pondok Pesantren Asshiddiqiyah II Tangerang.
11. Sahabat-sahabat saya ketika menimba ilmu di Universitas Mercu Buana, Khususnya angkatan 22 Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Ilmu Komunikasi.
12. Semua pihak yang mungkin saya khilaf tidak menyebutkannya.

Semoga Allah SWT melimpahkan karunia dan rahmatnya atas segala bantuan serta dukungan yang telah diberikan. Akhir kata, saya berharap bahwa tesis ini dapat bermanfaat, khususnya bagi mereka yang memerlukan dan bagi ilmu pengetahuan pada umumnya.



Jakarta, Februari 2015

Penulis

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	15
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1. Manfat Teoritis.....	16
1.4.2. Manfaat Akademis.....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1. Kajian Pustaka.....	17
2.1.1. Penelitian Terdahulu.....	25
2.1.2. Komunikasi Pemasaran.....	27
2.1.3. Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	30
2.1.4. Pemasaran Jasa.....	32
2.1.5. Pemasaran Jasa Pendidikan.....	35
2.1.6. Strategi.....	40
2.1.7. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	42
2.1.7.1. Menidentifikasi Audiense Sasaran.....	43
2.1.7.2. Menentukan Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	46
2.1.7.3. Merancang Pesan.....	49
2.1.7.4. Menyeleksi Saluran Komunikasi.....	50
2.1.7.5. Menetapkan Anggaran Komunikasi Pemasaran.....	52
2.1.7.6. Memutuskan Bauran Komunikasi Pemasaran.....	53
2.1.7.6.1. Advertising.....	53
2.1.7.6.2. Sales Promotion.....	55
2.1.7.6.3. Public Relation.....	56

	2.1.7.6.4. <i>Personal Selling</i> .....	57
	2.1.7.6.5. <i>Word of Mouth</i> .....	62
	2.1.7.7. Mengukur Hasil Komunikasi Pemasaran.....	65
	2.1.7.8. Mengkoordinasikan proses komunikasi pemasaran.....	68
	2.2. Kerangka Pemikiran.....	70
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
	3.1. Objek Penelitian.....	71
	3.2. Paradigma Penelitian .....	72
	3.3. Metode Penelitian .....	73
	3.4. <i>Key Informan</i> .....	75
	3.5. Teknik Pengumpulan Data ,.....	76
	3.6. Teknik Analisis Data .....	80
	3.7. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data .....	82
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	85
	4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	85
	4.1.1. Profil Pondok Pesantren Asshiddiqiyah II Tangerang Dan SMK Manba'ul Ulum	
	4.1.2. Visi dan Misi SMK Manba'ul Ulum.....	87
	4.1.3. Pendidikan Non Formal SMK Manba'ul Ulum.....	88
	4.1.4. Struktur Organisasi SMK Manba'ul Ulum.....	89
	4.1.5. Fasilitas Pendidikan.....	90
	4.2. Hasil Penelitian.....	90
	4.2.1. Perencanaan Komunikasi Pemasaran.....	91
	4.2.1.1. Menidentifikasi Audiens Sasaran.....	100
	4.2.1.2. Menentukan Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	107
	4.2.1.3. Merancang Pesan.....	108
	4.2.1.4. Menyeleksi Saluran Komunikasi.....	110
	4.2.1.5. Menetapkan Anggaran Komunikasi Pemasaran.....	111
	4.2.2. Implementasi Komunikasi Pemasaran.....	118
	4.2.2.1. <i>Advertising</i> .....	119
	4.2.2.2. <i>Personal Selling</i> .....	123
	4.2.2.3. <i>Sales Promotion</i> .....	126
	4.2.2.4. <i>Public Relation</i> .....	128
	4.2.2.5. <i>Word of Mouth</i> .....	132
	4.2.3. Evaluasi Komunikasi Pemasaran Pon-Pes Asshiddiqiyah	135
	4.3. Pembahasan.....	140
	4.3.1. Analisis Pemasaran Jasa Pendidikan SMK Manba'ul Ulum.....	143
	4.3.2. Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren Asshiddiqiyah	160
	4.3.2.1. Menidentifikasi Audiens Sasaran.....	161
	4.3.2.2. Menentukan Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	164
	4.3.2.3. Merancang Pesan.....	167
	4.3.2.4. Menyeleksi Saluran Komunikasi.....	168

4.3.2.5	Menetapkan Anggaran Komunikasi.....	169
4.3.2.6	Memutuskan Bauran Promosi.....	170
4.3.2.6.1	<i>Advertising</i> .....	170
4.3.2.6.2	<i>Personal Selling</i> .....	172
4.3.2.6.3	<i>Sales Promotion</i> .....	175
4.3.2.6.4	<i>Public Relation</i> .....	176
4.3.2.6.5	<i>Word of mouth</i> .....	177
4.3.2.7	Mengukur Hasil Komunikasi Pemasaran	180
4.3.2.8	Mengelola dan mengkoordinasikan seluruh proses komunikasi pemasaran	181
4.3.2.9	Analisis Pelayanan Jasa Pondok Pesantren Asshiddiqiyah dalam menjalankan hubungan dengan siswa/wali siswa	184
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	189
5.1	Kesimpulan.....	189
5.2	Saran.....	191
5.2.1	Akademis.....	191
5.2.2	Praktis.....	192
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		195
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>		



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tren Jumlah Pendaftar SMK.....	12
Tabel 1.2	Tren Jumlah Pendaftar Ulang SMK.....	13
Tabel 1.3	Jumlah Siswa Baru SMK Tahun 2012 s/d 2014.....	13
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2.2	Karakteristik Media.....	54
Tabel 4.1	Segmentasi Demografi SMK Manba'ul Ulum.....	92
Tabel 4.2	Pembagian Target market SMK Manba'ul Ulum.....	94
Tabel 4.3	Segmentasi, Targeting, Dan Positioning.....	97
Tabel 4.4	Rancangan Anggaran PSB.....	113
Tabel 4.5	Rancangan Anggaran Program Famous.....	114
Tabel 4.6.	Rancangan Anggaran Program JEJAK.....	115
Tabel 4.7.	Rancangan Anggaran Majelis Dzikir.....	117
Tabel 4.8	Jadwal Dakwah keliling.....	127
Tabel 4.9	Jadwal Program Kegiatan PSB.....	124
Tabel 4.10	Jumlah Pendaftar Siswa SMK, 2012 s/d 2014.....	135
Tabel 4.11	Rekapitulasi Jumlah Siswa Baru .....	136
Tabel 4.12	Program Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran .....	127
Tabel 4.13	Program Pengajaran di SMK jurusan Akuntansi.....	142
Tabel 4.14	Program Pengajaran di SMK jurusan Otomotif .....	145
Tabel 4.15	Program Pengajaran di SMK jurusan Multi Media .....	146
Tabel 4.16	Program Madrasah Diniyah Takmiliyah.....	148
Tabel 4.17	Program Unggulan Tahfizul Qu ran.....	148
Tabel 4.18	Jadwal kegiatan Mingguan dan Bulanan .....	157
Tabel 4.19	Jadwal Aktivitas Siswa SMK Manba'ul Ulum .....	158
Tabel 4.20	Elemen-elemen Marketing Mix.....	159

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Komunikasi Pemasaran.....	30
Gambar 2.2	<i>Segmenting, targeting dan Positioning</i> .....	46
Gambar 2.3	Hubungan antar Tiga komponen sikap.....	48
Gambar 2.4	Proses Personal Selling.....	59
Gambar 2.5	Model Komunikasi <i>Word of Mouth</i> .....	65
Gambar 2.6	Model Kerangka Pemikiran.....	70
Gambar 3.1.	Model Analisis Interaktif Miles and Hubberman.....	82
Gambar 4.1	Gedung Pondok Pesantren Asshiddiqiyah II Tangerang.....	87
Gambar 4.2	Gedung SMK Manba'ul Ulum.....	88
Gambar 4.3	Struktur SMK Manba'ul Ulum.....	89
Gambar 4.4	Panitia PSB Pondok Pesantren Asshiddiqiyah II.....	92
Gambar 4.5	Program kegiatan PSB.....	100
Gambar 4.6	Proses Perencanaan Komunikasi Pemasaran .....	118
Gambar 4.7	Flow Chart Promotion Mix.....	119
Gambar 4.8	Brosur SMK Manba'ul Ulum.....	121
Gambar 4.9	Spanduk Pondok Pesantren Asshiddiqiyah II Tangerang.....	122
Gambar 4.10.	Baliho .....	122
Gambar 4.11	Website Pondok Pesantren Asshiddiqiyah .....	123
Gambar 4.12	Foto Kegiatan JEJAK se-Jabodetabek.....	130
Gambar 4.13	Foto Kegiatan Famous.....	131
Gambar 4.14	Foto Kegiatan Majelis Zikir Bulanan.....	132
Gambar 4.15	Proses Strategi Komunikasi Pemasaran Pon-Pes Asshiddiqiyah .....	137
Gambar 4.16	Skema alur strategi <i>word of mouth</i> .....	178

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Transkrip Wawancara .....	1.1
Lampiran 2	Foto-foto fasilitas Pondok Pesantren Asshiddiqiyah dan Kegiatan Ekstra kurikuler	1.2
Lampiran 3	Berita Acara Penelitian lapangan .....	1.3
Lampiran 4	Riwayat Hidup .....	1.4.

