

**PENGARUH CONTENT CREATION, COMMUNITY BUILDING DAN CONTENT SHARING
TERHADAP MINAT MASUK SMP PEMBANGUNAN JAYA SIDOARJO**

Dewi Nur Ainingrum¹, Untung Lasiyono², Tri Aripabowo³
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}
Dewinurwicaksono@gmail.com

ABSTRAK

Dalam menarik minat masyarakat agar dapat menyekolahkan putra/putrinya untuk bersekolah di tempatnya, pihak sekolah melakukan berbagai macam cara seperti memperkenalkan sekolahnya. Yaitu dengan cara mendatangi calon siswanya atau orang tuanya juga mempromosikan melalui benner atau baliho. Serta melakukan pengenalan melalui media cetak dan dunia maya. Promosi sekolah untuk menarik minat calon murid dengan menggunakan dunia maya dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial yaitu dengan menggunakan conten creation, community building dan conten sharing.

Kata kunci : media sosial, conten creation, community building dan conten sharing

ABSTRACT

In attracting the interest of the community so they can send their sons and daughters to school in their place, the school does a variety of ways such as introducing the school both directly and indirectly. Namely by mendtangi prospective students or parents also promote through benner or billboards. And make introductions through print media and cyberspace. School promotion to attract prospective students by using cyberspace can be done using social media, namely by using content creation, community building and content sharing.

Keywords: content creation, community building and content sharing

PENDAHULUAN

Pendidikan menjadi sebuah kebutuhan primer bagi setiap orang. Semakin majunya perkembangan teknologi saat ini menuntut setiap orang bersekolah sampai ke jenjang yang lebih tinggi dan memilih sekolah yang berkualitas. Dengan adanya tuntutan tersebut, maka dunia pendidikan harus berbenah dan mengikuti perkembangan teknologi. Saat ini banyak dunia pendidikan yang baik dengan fasilitas modern. Setiap sekolah saling berlomba untuk menarik minat calon peserta didik untuk dapat bersekolah di tempat mereka.

Media sosial menjadi alat promosi yang sangat efektif yang mudah untuk dijangkau oleh semua orang. Di dalam sosial media juga terdapat conten creation yang dapat menimbulkan minat calon siswa untuk bersekolah di sekolah tertentu. conten sharing dapat membantu memperluas sebuah jaringan bisnis. Community building juga menjadi factor yang penting dalam upaya meningkatkan sebuah minat dari calon siswa ataupun orang tua siswa dalam memilih sekolah. Community building merupakan sebuah komunitas online besar individu dimana terjadi interaksi antar manusia yang tinggal di seluruh dunia dengan menggunakan teknologi.

SMP Pembangunan jaya beralamat Sidoarjo. Dengan adanya perkembangan teknologi, pihak SMP Pembangunan Jaya berusaha untuk mengikuti perkembangan teknologi tersebut dalam

berbagai hal. Dalam penerimaan murid baru, pihak SMP Pembangunan Jaya melakukan menyekolahkan anaknya di SMP Pembangunan Jaya. Salah satu cara yang perlu dilakukan dalam meningkatkan minat calon siswa adalah promosi melalui dunia maya. Dengan promosi di dunia maya, pihak sekolah jadi lebih mudah untuk mempromosikan sekolahnya dengan memperkenalkan profil sekolah, menunjukkan prestasi yang pernah di peroleh sekolah, profil tenaga pengajar serta kegiatan sekolah. community building dibuat untuk dapat memperoleh komunikasi dengan orang banyak.

Tujuan penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh conten creation terhadap minat.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh community building terhadap minat.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh conten sharing terhadap minat masuk.
4. Untuk mengetahui pengaruh dan menganalisis pengaruh conten creation dan conten sharing secara simultan terhadap minat masuk.

LANDASAN TEORI

Gunelius (2014: 59) mengatakan bahwa Conten creation adalah satu strategi dari pemasaran di mana team merencanakan, melakukan distribusi dan membuat sebuah konten yang biasanya mampu dalam menarik audiens yang tepat pada sasaran, kemudian meminta mereka menjadi customer.

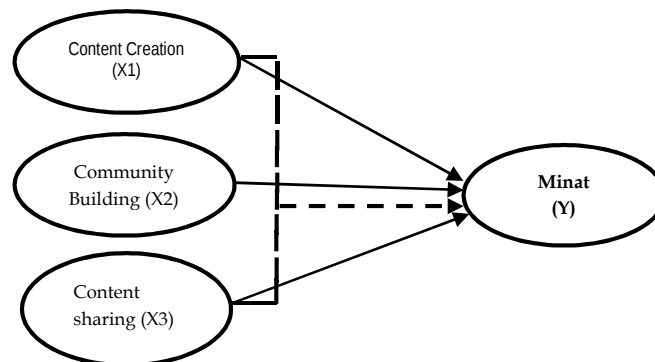
Gunelius (2014:60) Community Building merupakan suatu komunitas online yang menjadi media interaksi beberapa/ banyak orang dengan menggunakan teknologi.

Menurut Singh dalam As'ad (2014: 76) conten sharing merupakan suatu media yang dipakai untuk suatu pertukaran dalam informasi, melakukan distribusi dan memperoleh konten. Sedangkan puntodi (2011:34) menyatakan bahwa conten sharing merupakan salah satu macam dari sosial media yaitu melalui situs-situs conten sharing orang-orang menciptakan berbagai media

Minat merupakan suatu rasa ketertarikan pada aktivitas, tanpa ada yang menyuruh untuk melakukannya, minat pada dasarnya suatu penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri, semakin dekat hubungan tersebut akan menimbulkan minat yang besar (Slameto, 2014:52)

Kerangka Konseptual

Berikut sudah digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

1. Content creation berpengaruh terhadap minat.
2. Community building berpengaruh terhadap minat.
3. Content sharing berpengaruh terhadap minat.
4. Content creation, content sharing dan community building simultan berpengaruh terhadap minat.

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi yang dipakai berjumlah 110 orang yaitu orangtua/ wali murid. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah orang tua/wali murid berjumlah 110 orang.. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah yaitu menggunakan teknik probability dengan metode sampling jenuh.

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan kuisioner.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di SMP Pembanguna Jaya di Sidoarjo yang beralamat Perum. Puri surya jaya.

Variable Penelitian

Variable yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut :

- a. Variable bebas (x)
 - Content creation (X1)
 - Community Building (X2)
 - Content sharing (X3)
- b. Variable terikat (Y)

- Minat (Y).

Analisis data dan hasil penelitian

Secara rinci hasil pengujian instrumen penelitian disajikan, sebagai berikut:

a. Uji validitas

Tabel 1
Pengujian Validitas Data

Variabel	Pernyataan	Correlation	Sig.	Keterangan
Content Creation (X1)	1	.775**	0,000	Valid
	2	.869**	0,000	Valid
	3	.861**	0,000	Valid
	4	.787**	0,000	Valid
	5	.844**	0,000	Valid
	6	.777**	0,000	Valid
	7	.869**	0,000	Valid
	8	.795**	0,000	Valid
	9	.819**	0,000	Valid
	10	.786**	0,000	Valid
Community Building (X2)	1	.891**	0,000	Valid
	2	.825**	0,000	Valid
	3	.895**	0,000	Valid
	4	.783**	0,000	Valid
	5	.752**	0,000	Valid
	6	.852**	0,000	Valid
	7	.786**	0,000	Valid
	8	.803**	0,000	Valid
	9	.826**	0,000	Valid
	10	.850**	0,000	Valid
Content Sharing (X3)	1	.902**	0,000	Valid
	2	.756**	0,000	Valid
	3	.890**	0,000	Valid
	4	.905**	0,000	Valid
	5	.926**	0,000	Valid
	6	.900**	0,000	Valid
Minat (Y)	1	.881**	0,000	Valid
	2	.885**	0,000	Valid
	3	.873**	0,000	Valid
	4	.852**	0,000	Valid
	5	.891**	0,000	Valid
	6	.936**	0,000	Valid

Sumber: Output SPSS

Adapun hasil uji validitas valid semua item dari setiap pernyataan mempunyai signifikan ($\leq 0,05$), sehingga keseluruhan item dianggap valid.

b. Uji Realibilitas

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai alpha cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Content Creation (X1)	.944	0,5	Reliabel

Hasil dari keempat variabel tersebut diketahui nilai koefisien reliabilitas cronbach alpha lebih dari 0,6.

Pengujian Asumsi klasik

Hasil pengujian uji asumsi klasik menggunakan program SPSS Versi 23 sebagai berikut :

a. Uji normalitas

Analisis menggunakan uji normalitas diperoleh hasil nilai Asymp.sig sebesar 0,652 ($0,652 > 0,05$). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan data yang dipakai normal.

b. Uji Autokorelasi

Dari hasil analisis menggunakan uji autokorelasi diperoleh hasil nilai DW sebesar 2,276. Nilai DW berada diantara nilai 1,56 s/d 2,46.

b. Uji Heterokeditas

Pada hasil pengujian diperoleh hasil yang menyatakan uji hetero terpenuhi.

Analisis Regresi Linier berganda

Tabel 3
Tabel Uji Regresi

Model	Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	.478	2.136	
Conten Creation (X1)	.189	.050	.286
Community Building (X2)	.172	.054	.253
Conten Sharing (X3)			

Dari hasil pengujian diatas didapatkan hasil yang menunjukkan nilai keterpengaruhan pada X terhadap Y:

Persamaan Garis Regresi

Berikut persamaan regresi dari hasil pengujian :

$$Y = 0,478 + 0,189X_1 + 0,172X_2 + 0,389X_3 + e$$

Penjelasan :

1. Nilai konstanta sebesar 0,478. Nilai ini menunjukkan nilai variabel minat sebesar 0,478.
2. Nilai content creation (X1) sebesar 0,189.
3. Nilai community building (X2) sebesar 0,172.
4. Nilai content sharing (X3) sebesar 0,389.

Koefisien Korelasi

Adapun pengujian koefisien korelasi dan determinasi diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4
Interpretasi Koefisien Korelasi dan determinasi
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 ^a	.558	.545	2.83896

Sumber : Lampiran OutputSPSS

Tingkat hubungan pada koefisien korelasi sajikan pada tabel berikut :

Tabel 5
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2014:194)

Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar $R = 0,747$. maka variabel content creation (X1), community building (X2) dan content sharing (X3) mempunyai hubungan yang kuat dengan variabel Minat (Y).

Koefisien Determinasi

Pada tabel diatas menunjukkan hasil 0,588. Maka content creation (X1), community building (X2) dan content sharing (X3) dapat mempengaruhi variabel minat (Y) 58,8%, sedangkan sisanya 41,2%.

Pengujian hipotesis

Hipotesis berbunyi “Content Creation berpengaruh terhadap minat masuk SMP Pembangunan jaya di sidoarjo”.

Tabel 6
Uji Hipotesis
Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)		.224	.823
1. Content Creation (X1)	.286	3.798	.000
Community Building (X2)	.253	3.205	.002
Content Sharing (X3)	.385	4.897	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Minat

Sumber: Lampiran Output SPSS

Nilai t_{hitung} variable Content Creation (X1) 3,798 dan nilai sig 0,000 ($0,000 < 0,05$).

Hipotesis 2 yang berbunyi “Community Building berpengaruh terhadap minat masuk SMP Pembangunan jaya di sidoarjo”. Berdasarkan tabel 4.16 diatas diperoleh nilai t_{hitung} variable Community Building sebesar 3,205 dengan nilai signifikan sebesar 0,002 ($0,002 < 0,05$).

Hipotesis 3 yang berbunyi “Content Sharing berpengaruh terhadap minat masuk SMP Pembangunan jaya di sidoarjo”. Berdasarkan tabel 4.16 diatas diperoleh nilai t_{hitung} variable Content Sharing sebesar 4,897 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$).

Hipotesis 4 yang berbunyi “Content Creation, Community Building dan content sharing secara simultan berpengaruh terhadap minat masuk SMP Pembangunan jaya di sidoarjo”. Analisis yang digunakan yaitu Uji-f untuk mengetahui pengaruh Content Creation, Community Building dan content sharing secara simultan terhadap minat.

Tabel 7
Pengujian menggunakan uji-F
ANOVA^a

Model	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	371.860	44.555	.000 ^b
Residual	8.346		
Total			

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 44,555 dengan signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari Maka hipotesis diterima. Yang artinya Content Creation, Community Building dan content sharing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masuk SMP Pembangunan jaya di sidoarjo.

Pembahasan Hasil Penelitian

Nilai t-hitung pada uji hipotesis untuk variable Content Creation (X1) sebesar 3,798 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Yang artinya terdapat pengaruh signifikan variable Content Creation terhadap minat masuk SMP Pembangunan jaya di sidoarjo.

Nilai t-hitung pada uji hipotesis untuk variable Community Building sebesar 3,205 dengan nilai signifikan sebesar 0,002 ($0,002 < 0,05$). Yang berate terdapat pengaruh signifikan variabel Community Building terhadap minat.

Nilai t-hitung pada uji hipotesis untuk variable Content Sharing sebesar 4,897 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Yang berarti terdapat pengaruh signifikan variabel Content Sharing terhadap minat.

Simimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Conten Creation berpengaruh signifikan terhadap minat masuk SMP Pembangunan jaya di sidoarjo. Pengujian yang dilakukan tersebut didapatkan hasil yang menyatakan menyatakan bahwa hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya. Semakin kreatif konten mengenai kegiatan, sarana dan prasarana yang dibuat oleh pihak sekolah. Maka akan membuat calon siswa dan orang tua tertarik untuk dapat sekolah di SMP Pembangunan jaya di sidoarjo.
2. Community Building berpengaruh signifikan terhadap minat masuk SMP Pembangunan jaya di sidoarjo. Pengujian yang dilakukan tersebut didapatkan hasil yang menyatakan bahwa hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya.
3. Content Sharing berpengaruh signifikan terhadap minat masuk SMP Pembangunan jaya di sidoarjo. Pengujian yang dilakukan tersebut didapatkan hasil yang menyatakan bahwa hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya.

Implikasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan gambaran bahwa contencreation, community building dan conten sharing dapat meningkatkan minat calon murid, disamping itu penelitian ini dapat memberikan gambaran strategi dan solusi terhadap pihak sekolah agar lebih memperhatikan lagi hal-hal yang dijadikan pertimbangan dalam menentukan minat.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti mengalami keterbatasan dalam pengambilan kuisisioner dikarenakan banyak faktor yang tidak boleh diketahui peneliti dan hanya faktor-faktor tertentu saja.

Daftar Rujukan

Gunelius, Susan. 2014. 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.

Notoatmodjo, Soekidjo. 2014. Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Rineka Cipta
Philip Kotler , 2014, Manajemen Pemasaran, Jakarta : Erlangga Jilid 2.
Puntoadi, Danis (2011) Meningkatkan penjualan melalui media sosial. Jakarta:
PT. Gramedia Pustaka Utama
Slameto, 2014. Belajar dan factor-faktor yang mempengaruhinya, Jkarta, Rineka Cipta
Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.