

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Konteks Penelitian**

PT. Kilau Gemilang adalah perusahaan konsultan pengembangan sumber daya manusia dan tata kelola perusahaan, yang secara khusus menangani psikotes dan konsultansi anak berprestasi, psikotes calon karyawan, pelatihan dan penataan manajemen, dan seleksi terbuka (lelang jabatan) pejabat Aparatur Sipil Negara (ASN). KILAU GEMILANG didirikan pada tahun 2009 di Salatiga oleh Drs. Sunaryo Slamet. Sejak 2012, KILAU GEMILANG telah hadir di Bandung yang terletak di Kav. Rancabayongbong Indah 57 Pamengpeuk Kab. Bandung, lalu Cirebon, Makassar, Bali, Banjarmasin, Balikpapan, Semarang & JABODETABEK. Untuk pelaksanaan *assessment* Psikologi, Kilau Gemilang didukung oleh tenaga Psikolog, Asisten Tester dan Programmer yang terlatih.<sup>1</sup> Setiap lembaga Pendidikan, tentu saja berharap dapat menjadi wahana pendidikan unggulan, dimana di dalamnya anak dapat tumbuh dan berkembang menjadi anak yang memiliki karakter dan prestasi unggulan, sesuai dengan potensi yang disamai oleh Sang Pencipta di dalam dirinya. Dengan keunggulan yang demikian anak diharapkan tidak saja mampu meraih prestasi terbaik disekolah dan dipendidikan lanjutan, melainkan juga berhasil meraih karir gemilang di dunia kerja dan memberi banyak manfaat bagi keluarga dan masyarakat. Setidaknya ada 4 (empat) potensi dasar yang menopang keberhasilan anak, yakni potensi kecerdasan, kepribadian, minat bakat, dan pola belajar anak.

Di era digital yang berkembang pesat, dunia pendidikan mengalami transformasi signifikan, terutama dalam hal penggunaan alat dan metode untuk memahami dan mengembangkan potensi siswa. Salah satu alat penting dalam konteks ini adalah psikotes pendidikan, yang melibatkan penilaian terhadap berbagai aspek kognitif, minat, dan karakter peserta didik. Psikotes ini memberikan wawasan mendalam tentang potensi dan kebutuhan individu,

---

<sup>1</sup> Arsip PT. Kilau Gemilang

memungkinkan pengembangan Proses pendidikan yang lebih personal dan efektif (Eysenck & Keane, 2015; Loehlin & Martin, 2010). Namun, meskipun manfaat psikotes pendidikan sangat besar, banyak program psikotes yang menghadapi tantangan besar dalam hal pemasaran dan komunikasi. Masalah utama yang sering muncul adalah ketidakpahaman di kalangan audiens target seperti sekolah, lembaga pendidikan, dan orang tua terhadap nilai dan manfaat psikotes. Ketidakpahaman ini dapat mengakibatkan rendahnya adopsi dan partisipasi dalam program psikotes, karena audiens belum sepenuhnya menyadari bagaimana psikotes dapat meningkatkan pengalaman belajar dan hasil pendidikan bagi siswa (Kotler & Armstrong, 2018).

Tantangan ini sering diperburuk oleh kurangnya Proses Komunikasi pemasaran yang efektif. Banyak program psikotes pendidikan belum memanfaatkan berbagai saluran komunikasi modern secara optimal, seperti media sosial dan pemasaran digital. Media sosial dan *platform* digital menawarkan peluang besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan spesifik dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan metode pemasaran tradisional. Namun, tanpa Proses yang terencana, pesan tentang manfaat psikotes mungkin tidak mencapai audiens yang tepat atau tidak memberikan dampak yang diharapkan (Kaplan & Haenlein, 2010; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Studi Kasus Proses Komunikasi *Personal selling* Program Psikotes Pendidikan PT. Kilau Gemilang di SMPN 52 Bandung memberikan wawasan praktis tentang bagaimana pendekatan komunikasi yang berbeda dapat mempengaruhi adopsi program psikotes. PT. Kilau Gemilang, yang merupakan penyedia program psikotes pendidikan, menerapkan Proses *Personal selling* untuk memasarkan program mereka di SMPN 52 Bandung. Melalui pendekatan ini, tim pemasaran melakukan presentasi langsung kepada pihak sekolah dan orang tua siswa, menjelaskan manfaat psikotes secara mendetail dan menjawab pertanyaan secara langsung. Studi kasus ini menunjukkan bagaimana *Personal selling*, dengan pendekatan langsung dan interaktif, dapat meningkatkan pemahaman dan minat terhadap program psikotes, serta mendorong adopsi yang lebih luas.

Benang merah dari masalah ini adalah perlunya pengembangan Proses Komunikasi pemasaran yang lebih efektif dan adaptif untuk program psikotes pendidikan. Studi kasus ini menggaris bawahi pentingnya pendekatan komunikasi yang personal dan interaktif dalam meningkatkan pemahaman dan partisipasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai pendekatan komunikasi, menilai keberhasilannya, dan memberikan rekomendasi strategis yang dapat diterapkan untuk meningkatkan partisipasi dalam program psikotes pendidikan. Dengan merujuk pada prinsip-prinsip pemasaran dalam pendidikan dan media digital yang relevan serta studi kasus ini, diharapkan penelitian ini dapat membantu pengelola program dalam merancang dan menerapkan Proses Komunikasi yang lebih baik. Tujuannya adalah untuk meningkatkan keberhasilan penyampaian pesan, memperluas jangkauan audiens, dan pada akhirnya, meningkatkan pemanfaatan psikotes dalam konteks pendidikan secara keseluruhan (Mazzarol & Soutar, 2008; Davies & Ellison, 2018).

Psikotes anak SMP sangat penting karena dapat membantu mengidentifikasi masalah psikologis dan emosi sejak dini, seperti kecemasan, depresi, dan gangguan perilaku. Tes ini juga menilai kemampuan akademis dan kognitif, menilai perkembangan sosial dan emosi, membantu mengatasi masalah interaksi sosial dan bullying, serta mendukung kesejahteraan emosi remaja. Lebih jauh lagi, psikotes anak SMP berperan dalam mengidentifikasi bakat dan minat remaja, sehingga orang tua dapat mendampingi dalam merencanakan pendidikan dan kariernya masa depan. Dengan memantau psikologi perkembangan anak SMP serta menjalankan yang diperlukan, orang tua dan guru dapat memastikan bahwa di usia remaja anak menerima dukungan yang dibutuhkannya untuk berkembang dengan baik secara holistik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dani Ramdhani sebagai penanggung jawab dalam pelaksanaan program psikotes pendidikan di SMPN 52 kota Bandung, beliau mengatakan pada dasarnya, agar dapat secara efektif mengembangkan anak menjadi anak unggulan, empat potensi dasar tersebut seharusnya diketahui orang tua dan guru sejak dini. Dengan mengetahui potensi dasar yang dimiliki anak, maka orang tua guru dapat terhindar dari kesalahan

membina, mengarahkan dan mengasuh anak, sedemikian sehingga anak tidak dapat salah asuh atau salah jurusan yang sangat berpotensi menyebabkan anak tidak berprestasi selama proses pendidikan, atau menggangu setelah menyelesaikan pendidikan.

Bapak Dani Ramdhani juga mengatakan alasan untuk mengetahui potensi kecerdasan, minat bakat serta pola belajar anak, perlu dilakukan penelusuran secara ilmiah melalui kegiatan psikotes. Dari hasil psikotes, sekolah, orang tua dan guru sejak dini dapat memastikan bahwa anak diasuh dengan pola yang tepat, berada di lingkungan yang tepat, sekolah lanjutan yang tepat, dan pada jurusan yang tepat sesuai dengan minat dan bakatnya. Anak-anak yang demikianlah, pada waktunya akan menorehkan prestasi gemilang di perguruan-perguruan tinggi favorit, dan sukses menjalani karir-karir unggulan.

Dengan hasil psikotes, sekolah, orang tua, dan guru dapat memastikan bahwa anak mendapatkan pola asuh yang sesuai, berada di lingkungan yang mendukung, memilih sekolah lanjutan yang tepat, dan mengikuti jurusan yang sesuai dengan minat dan bakatnya. Pendekatan ini serupa dengan prinsip dalam *Personal selling* yang diterapkan di SMPN 52 Bandung, di mana keberhasilan penjualan ditentukan oleh pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan. Di SMPN 52 Bandung, penerapan Proses *Personal selling* yang efektif melibatkan penyesuaian pendekatan berdasarkan informasi yang akurat dan relevan tentang calon siswa dan orang tua mereka. Dengan memahami secara detail kebutuhan dan harapan mereka, sekolah dapat menawarkan program pendidikan yang tepat, mirip dengan bagaimana pemahaman yang mendalam tentang minat dan bakat anak memastikan mereka sukses di masa depan. Oleh karena itu, keberhasilan dalam kedua konteks-penjaminan potensi anak melalui psikotes dan *Personal selling* di SMPN 52 Bandung-terletak pada pentingnya penyesuaian yang cermat terhadap informasi yang diperoleh, guna mencapai hasil yang optimal dan memuaskan.

Proses *Personal selling* yang dilakukan oleh PT Kilau Gemilang dapat dikatakan berhasil apabila dibandingkan dengan sekolah SMP lain, hal ini dibuktikan dengan banyaknya siswa yang mencetak hasil psikogram.

| <b>Sekolah</b>        | <b>Jumlah cetak</b> |
|-----------------------|---------------------|
| SMP Negeri 3 Lembang  | 75 Siswa            |
| SMP Negeri 20 Bandung | 250 Siswa           |
| SMP Negeri 7 Bandung  | 135 Siswa           |
| SMP Negeri 52 Bandung | 538 Siswa           |

**Tabel 1.1 Jumlah Hasil Cetak Psikogram SMP di Kota Bandung**

Sumber : Arsip Perusahaan, 2023

PT Kilau Gemilang mengadakan psikotes di SMPN 52 Kota Bandung sebagai bagian dari inisiatif strategis untuk memastikan bahwa calon siswa yang bergabung dengan sekolah tersebut memiliki potensi yang sesuai dengan kebutuhan akademis dan program pengembangan yang ditawarkan. Dengan melakukan psikotes, PT Kilau Gemilang dapat mengidentifikasi minat, bakat, dan pola belajar siswa sejak dini, sehingga memungkinkan penyesuaian metode pengajaran dan kurikulum yang lebih efektif. Selain itu, hasil psikotes memberikan informasi yang berharga bagi sekolah, orang tua, dan siswa itu sendiri untuk membuat keputusan yang lebih tepat mengenai jalur pendidikan dan pengembangan karir di masa depan. Inisiatif ini juga membantu SMPN 52 Kota Bandung dalam menarik siswa yang sesuai dengan visi dan misi sekolah, serta meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan dengan mencocokkan potensi siswa dengan program yang ada. Dengan demikian, psikotes yang diadakan oleh PT Kilau Gemilang tidak hanya mendukung pengembangan individu siswa tetapi juga berkontribusi pada keberhasilan keseluruhan institusi pendidikan.

PT Kilau Gemilang mengadakan psikotes di SMPN 52 Kota Bandung sebagai bagian dari inisiatif strategis untuk memastikan bahwa calon siswa yang bergabung memiliki potensi yang sesuai dengan kebutuhan akademis dan program pengembangan yang ditawarkan. Melalui psikotes ini, PT Kilau Gemilang dapat mengidentifikasi minat, bakat, dan pola belajar siswa sejak dini, yang

memungkinkan penyesuaian metode pengajaran dan kurikulum yang lebih efektif. Hasil psikotes tidak hanya memberikan informasi berharga bagi sekolah, orang tua, dan siswa dalam membuat keputusan pendidikan dan pengembangan karir, tetapi juga membantu SMPN 52 dalam menarik siswa yang sesuai dengan visi dan misinya, meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan.

PT. Kilau Gemilang menghadapi kompetisi dari berbagai perusahaan seperti Madinah, EduGlobal, Grahita, Widya Wiwaha, Psikotes Indonesia, dan Psikologi UPI. Meskipun setiap kompetitor memiliki keunggulan dan pendekatan tersendiri dalam penyelenggaraan psikotes, PT. Kilau Gemilang menawarkan beberapa kelebihan unik yang membedakannya. Salah satu keunggulan utama adalah penyelenggaraan psikotes secara gratis bagi semua siswa-siswi yang mengikuti program ini, di mana setiap peserta wajib ikut tanpa biaya awal. Selain itu, biaya hanya dikenakan jika peserta ingin mencetak hasil psikogram. Berbeda dengan banyak pesaingnya, PT. Kilau Gemilang mengadakan tes secara offline, memungkinkan pemantauan langsung selama pelaksanaan. Hal ini memastikan bahwa kualitas dan akurasi tes lebih terjamin, karena pengawasan dilakukan secara fisik di tempat. Keunggulan ini memberi PT. Kilau Gemilang kendali yang lebih baik atas proses tes, memastikan lingkungan yang lebih terstruktur dan fokus bagi para peserta.

PT Kilau Gemilang telah meluncurkan terobosan yang membedakannya dari kompetitornya melalui pelaksanaan tes psikologi secara offline, sebuah pendekatan yang menawarkan berbagai keunggulan signifikan. Dengan mengadakan tes secara langsung di lokasi, PT Kilau Gemilang dapat secara langsung memantau konsentrasi siswa dan mengamati proses penulisan tangan mereka, memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai kemampuan dan keterampilan siswa. Metode ini memungkinkan pengecekan ulang hasil secara mendalam dan personal, tanpa tekanan yang sering dirasakan dalam tes online atau terjadwal ketat. Keunggulan lainnya adalah bahwa tes ini disediakan secara gratis untuk semua peserta, meskipun ada biaya tambahan jika peserta memutuskan untuk mencetak hasil psikogram mereka. Pendekatan ini tidak hanya memastikan bahwa proses penilaian lebih cermat dan berbasis pada observasi langsung, tetapi juga

menawarkan layanan tanpa beban finansial awal bagi siswa dan orang tua, berbeda dengan kompetitor yang mungkin mengenakan biaya untuk berbagai layanan tambahan atau kurang memberikan kesempatan evaluasi yang mendetail.

Sejalan dengan ini, pemahaman mendalam tentang target audiens menjadi langkah esensial dalam *Personal selling* dan Proses pemasaran. Analisis mendalam terhadap perbedaan antara siswa sekolah menengah, mahasiswa, dan profesional memberikan landasan yang kokoh untuk menyesuaikan pesan dan pendekatan pemasaran. Penelitian pasar, survei, dan wawancara menjadi alat yang berguna untuk mengidentifikasi kebutuhan, aspirasi, dan kekhawatiran peserta. Kolaborasi strategis dengan institusi pendidikan dan organisasi terkait, seperti yang dilakukan oleh PT Kilau Gemilang, dapat memberikan keuntungan signifikan. Melalui presentasi, *sponsorship*, dan *workshop* pengenalan, calon peserta dapat merasakan langsung nilai tambah dari program, yang pada gilirannya mendukung efektivitas pemasaran dan menarik perhatian calon peserta dengan lebih baik.

Pemahaman mendalam tentang target audiens menjadi langkah esensial. Melibatkan analisis mendalam untuk memahami perbedaan antara siswa sekolah menengah, mahasiswa, dan profesional akan memberikan landasan yang kokoh untuk menyesuaikan pesan dan pendekatan pemasaran (Mubarokah dkk, 2022). Penelitian pasar, survei, dan wawancara dapat menjadi instrumen yang sangat berguna untuk mengidentifikasi kebutuhan, aspirasi, dan kekhawatiran potensial peserta (Jessica & Loisa, 2022). Kolaborasi strategis dengan institusi pendidikan, perusahaan, atau organisasi terkait dapat memberikan keuntungan signifikan. Ini dapat melibatkan presentasi di acara-acara khusus, *sponsorship*, atau bahkan kerjasama dalam menyediakan peluang kerja bagi lulusan program (Andriani, 2020). Sediakan *workshop* dan seminar pengenalan gratis yang bukan hanya menjadi kesempatan untuk pemasaran langsung tetapi juga memberikan pengalaman langsung kepada calon peserta tentang nilai tambah yang dapat mereka dapatkan dari program tersebut. Kolaborasi dengan *influencer* atau sekolahh terkemuka di bidang pendidikan dan psikologi dapat memberikan daya tarik tambahan dan meningkatkan kredibilitas program. Meminta mereka untuk memberikan testimoni atau bahkan memimpin sesi kelas tamu dapat memberikan

dampak positif yang signifikan (Muhariyani, 2022). Kumpulkan ulasan positif dari peserta sebelumnya dan berikan penghargaan pada prestasi mereka.

Program insentif seperti diskon, beasiswa, atau sertifikat penghargaan dapat menjadi daya tarik yang signifikan bagi calon peserta.

Dalam mengembangkan Proses Komunikasi pemasaran untuk program psikotes pendidikan SMPN yang ada di Bandung, pendekatan yang bersifat langsung dan berfokus pada kolaborasi dengan pihak sekolah menjadi kunci untuk mencapai kesuksesan. Mengingat konteks yang melibatkan berbagai *stakeholder* di lingkungan pendidikan, pendekatan *Personal selling* yang menitikberatkan pada pertemuan langsung dengan pihak-pihak terkait seperti kepala sekolah, koordinator kelas, *Business development BK*, dan kurikulum adalah Proses yang tepat. Langkah pertama yang perlu diambil adalah mempersiapkan komunikasi yang bersifat personal dan berorientasi pada kebutuhan spesifik dari masing-masing pihak sekolah yang mereka kunjungi. Ini berarti mengidentifikasi peran masing-masing *stakeholder* dalam proses pengambilan keputusan, seperti kepala sekolah yang memiliki wewenang akhir, koordinator kelas yang bertanggung jawab atas kesejahteraan dan pengembangan siswa di kelasnya, serta *Business development BK* atau kurikulum yang memiliki pemahaman mendalam tentang kebutuhan siswa dalam aspek psikologis dan perkembangan.

Selama pertemuan, tim pemasaran harus mampu menyampaikan pesan yang jelas dan meyakinkan tentang manfaat program psikotes pendidikan, seperti meningkatkan pemahaman diri, memperkuat kepercayaan diri, dan membantu siswa mengelola stres serta tekanan akademik. Mereka juga harus mampu mengidentifikasi dan menanggapi kekhawatiran atau pertanyaan yang mungkin timbul dari pihak sekolah terkait implementasi dan keberhasilan program. Selain itu, penting untuk mengajak pihak sekolah untuk berkolaborasi dalam mengimplementasikan program psikotes pendidikan ini. Ini bisa berupa menyelenggarakan sesi khusus dalam jadwal pembinaan atau kegiatan ekstrakurikuler yang melibatkan psikotes, sehingga memastikan bahwa program ini terintegrasi secara menyeluruh dalam lingkungan sekolah. Kerjasama ini juga dapat membantu memperkuat hubungan antara penyelenggara program dengan sekolah,

sehingga meningkatkan peluang keberhasilan program di masa mendatang. Selain pertemuan langsung, pemanfaatan media komunikasi lainnya seperti *email* atau *whatsapp* juga dapat digunakan untuk menjaga komunikasi yang terus-menerus dengan pihak sekolah. *Follow-up* secara berkala sangat penting untuk memastikan bahwa komunikasi berjalan lancar dan bahwa semua pertanyaan atau kekhawatiran yang mungkin timbul telah ditangani dengan baik.

PT. Kilau Gemilang memiliki keunikan tersendiri di banding dengan Kompetitor sejenis di kota Bandung. Keunikannya yang ditemukan yaitu, Seperti yang di temukan dalam sekolah SMPN 52 kota bandung yaitu terdapat pada Koordinator Bimbingan Konseling (BK) dan Guru Bimbingan Konseling (BK) merupakan alumni psikologi Universitas Pendidikan Indonesia. Universitas Pendidikan Indonesia sendiri pun memiliki asosiasi psikologi tersendiri yang mana didalamnya terdapat program psikotes Pendidikan. jika ada kegiatan psikotes Pendidikan pastinya akan direkomendasikan untuk langsung pada asosiasi psikologi Universitas Pendidikan Indonesia.

Keunikan yang dimiliki PT. Kilau Gemilang yang memberikan manfaat ke sekolah yaitu Program psikotes yang bersifat tidak memaksa kepada sekolah, PT Kilau Gemilang menawarkan beberapa keunikan yang membedakannya dari penyedia layanan psikotes lainnya. Pertama, perusahaan ini menyediakan layanan psikotes gratis untuk semua siswa, dengan pengaturan tingkatan kelas yang diatur oleh pihak sekolah. Selain itu, PT Kilau Gemilang tidak mewajibkan siswa untuk mencetak hasil psikogram, memberikan fleksibilitas bagi siswa yang ingin memiliki data hasil psikotes baru dikenakan biaya. Sekolah juga tetap akan menerima data hasil psikotes seluruh siswanya yang mencetak hasil psikogram dan yang tidak mencetak hasil psikogramnya, baik dalam bentuk *soft file* maupun *hard file*, sehingga memudahkan dalam pengelolaan dan analisis data (*assessment* sekolah). Menariknya, jika lebih dari 50% siswa memilih untuk mencetak hasil psikogram mereka, sekolah akan mendapatkan *reward* dari PT Kilau Gemilang seperti misalnya adanya penyuluhan parenting yang dilakukan oleh psikolog dari PT Kilau Gemilang. Harga layanan psikotes yang ditawarkan juga lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya, sehingga lebih ekonomis bagi siswa.

Sebagai bentuk apresiasi, PT Kilau Gemilang juga memberikan *feedback* kepada sekolah sebagai rasa terima kasih atas kerjasama yang terjalin.

Implementasikan sistem pemantauan dan evaluasi yang terus-menerus untuk menilai keberhasilan setiap Proses pemasaran. Tinjau *analytics* media sosial, tingkat pembukaan email, dan tingkat partisipasi di acara untuk memastikan bahwa program psikotes pendidikan tidak hanya menarik perhatian tetapi juga berhasil membuktikan nilai serta manfaatnya bagi mereka yang mencari pengembangan pribadi dan profesional. Dengan pendekatan yang mendalam dan terencana, program psikotes pendidikan dapat menjadi pilihan yang menarik dan bernilai bagi siswa-siswi yang ingin mengambil langkah signifikan dalam pengembangan diri mereka. Dalam menghadapi tuntutan pendidikan yang semakin kompleks di era kurikulum Merdeka, PT. Kilau Gemilang merancang program psikotes pendidikan di SMPN 52 Bandung sebagai upaya untuk memperkuat kesiapan mental dan psikologis siswa. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan prestasi akademis, tetapi juga untuk membangun kepercayaan diri, ketahanan mental, dan keterampilan lainnya yang esensial dalam menghadapi ujian dan tantangan dijenjang Tingkat berikutnya. Pendidikan psikotes memiliki potensi besar untuk membentuk siswa secara holistik.

Dalam konteks penelitian ini, Proses Komunikasi *Personal selling* yang diterapkan oleh PT. Kilau Gemilang dapat dipandang sebagai upaya untuk membangun pertukaran sosial dengan calon siswa dan orang tua. Melalui pertemuan langsung dan interaksi personal, PT. Kilau Gemilang berusaha untuk menyampaikan informasi tentang manfaat program psikotes, seperti peningkatan pemahaman diri dan kepercayaan diri siswa, sebagai respons terhadap tindakan mereka dalam memilih untuk mempromosikan program ini.

Namun, terdapat permasalahan kritis yang memerlukan penanganan yang cermat. Calon siswa dan orang tua cenderung memiliki pemahaman yang rendah terkait manfaat konkret yang dapat diberikan oleh program psikotes pendidikan. Ketidakpastian mengenai keberhasilan program dan kurangnya informasi menyeluruh mengenai pelaksanaannya dapat menjadi hambatan serius dalam memperoleh dukungan dan partisipasi siswa.

Tujuan utama dari Proses Komunikasi pemasaran ini adalah meningkatkan pemahaman dan kesadaran calon siswa dan orang tua terkait manfaat nyata yang dapat diperoleh melalui program psikotes pendidikan. Selain itu, tujuan lainnya adalah meningkatkan partisipasi siswa dalam program, sehingga mereka dapat mengalami perubahan positif dalam kesiapan mental dan psikologis mereka, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada performa akademis mereka.

Tingkat urgensi Proses Komunikasi pemasaran ini mencuat dari kebutuhan mendesak untuk membangun citra positif program psikotes pendidikan di mata calon siswa dan orang tua. Dengan meningkatkan kesadaran dan pemahaman, program dapat lebih efektif mencapai tujuannya dalam membantu siswa mengatasi tantangan mental dan psikologis yang mungkin mereka hadapi selama masa pendidikan. Dengan begitu, program ini dapat diintegrasikan secara lebih efisien dalam kurikulum pendidikan dan mendapatkan dukungan yang lebih luas.

Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan dalam literatur penelitian yang terkait dengan keberhasilan Proses Komunikasi *Personal selling* dalam konteks pendidikan di tingkat SMP. Meskipun telah banyak upaya dalam memasarkan program psikotes pendidikan, terdapat kebutuhan untuk mendalami pendekatan yang lebih spesifik, terutama dalam hal *Personal selling*, dan untuk mengukur dampaknya terhadap penerimaan program oleh calon siswa dan orang tua. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman kita tentang Proses Komunikasi yang efektif di dalam konteks ini.

Dengan merinci permasalahan, tujuan, urgensi, dan kesenjangan penelitian, sehingga peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM PSIKOTES PENDIDIKAN (Studi Kasus Proses Komunikasi *Personal selling* Program Psikotes Pendidikan PT. Kilau Gemilang Di SMPN 52 Bandung) “.

## **1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat fokus dan pertanyaan penelitian yang akan dipaparkan oleh peneliti sebagai berikut:

### 1.2.1 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah bagaimana proses komunikasi *Personal selling* digunakan oleh PT. Kilau Gemilang dalam mempromosikan program psikotes pendidikan di SMPN 52 Bandung?

### 1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Untuk memperjelas fokus penelitian berikut rincian berupa pertanyaan penelitian berikut ini:

1. Bagaimana implementasi Proses *Personal selling* program psikotes Pendidikan di SMPN 52 Bandung oleh PT. Kilau Gemilang?
2. Bagaimana hambatan yang dihadapi oleh *Business development* dalam menyampaikan proses pemasaran melalui strategi *Personal selling* untuk program psikotes pendidikan di SMPN 52 Bandung oleh PT. Kilau Gemilang?
3. Mengapa komunikasi *Personal selling* digunakan dalam memasarkan program psikotes pendidikan di SMPN 52 Bandung oleh PT. Kilau Gemilang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan acuan pertanyaan penelitian yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui implementasi Proses *Personal selling* program psikotes Pendidikan di SMPN 52 Bandung oleh PT. Kilau Gemilang.
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh *Business development* dalam menyampaikan proses pemasaran melalui strategi *Personal selling* untuk program psikotes pendidikan di SMPN 52 Bandung oleh PT. Kilau Gemilang.
3. Untuk mengetahui alasan komunikasi *Personal selling* digunakan dalam memasarkan program psikotes pendidikan di SMPN 52 Bandung oleh PT. Kilau Gemilang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan berharga bagi pengembangan teori dan pemahaman di bidang komunikasi pemasaran pendidikan, khususnya dalam konteks Proses Komunikasi *Personal selling*. Melalui analisis implementasi *Personal selling* dalam mempromosikan program psikotes pendidikan di SMPN 52 Bandung, penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan kita tentang konsep pemasaran dalam dunia pendidikan. Hasil penelitian dapat menjadi landasan untuk pengembangan konsep-konsep baru atau pembaruan pada paradigma yang sudah ada.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi beberapa kalangan, diantaranya:

#### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat langsung bagi peneliti dalam pengembangan keterampilan penelitian dan analisis data. Pengalaman di lapangan membuka peluang untuk merancang dan melaksanakan penelitian dengan pendekatan yang lebih praktis, serta meningkatkan keterampilan dalam menghadapi tantangan riset di dunia nyata.

#### 2. Bagi Akademik

Secara akademis, penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur pemasaran pendidikan. Dengan memperkaya konsep-konsep terkait Proses Komunikasi *Personal selling*, hasil penelitian dapat dijadikan referensi untuk penelitian lanjutan. Selain itu, metode penelitian yang diimplementasikan dapat memberikan panduan bagi penelitian serupa di masa mendatang.

#### 3. Bagi Instansi

Dalam konteks instansi, seperti PT. Kilau Gemilang, penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga terkait keberhasilan Proses Komunikasi