

**KOMUNIKASI PEMASARAN KOMUNITAS BELAJAR
KAMPOENG SINGAEO SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Memperoleh
Gelar sarjana Ilmu Komunikasi. (S.I.Kom)



Disusun Oleh:

NOURMA RIZQI UMAMAH
B76215097

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nourma Rizqi Umamah

NIM : B76215097

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Alamat : JL. K.H Yakub Ds. Siwalanpanji Kec. Buduran Kab. Sidoarjo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini sebagai hasil karya orang lain, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 1 Agustus 2019
Yang Menyatakan,



Nourma Rizqi Umamah
NIM.B76215097


PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : NOURMA RIZQI UMAMAH
NIM : B76215097
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **Komunikasi Pemasaran Komunitas Belajar
Kampoeng Sinaoe Sidoarjo**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 05 Juli 2019

Dosen Pembimbing



Dr. Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si

NIP. 197312171998032002

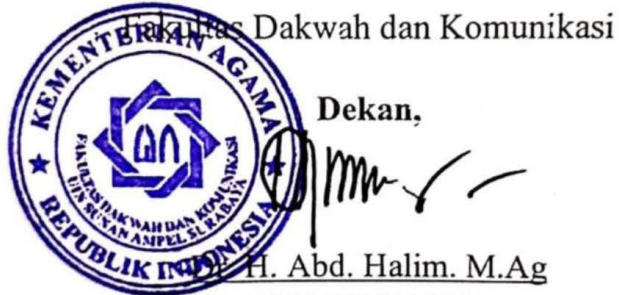
PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Nourma Rizqi Umamah. ini telah dipertahankan didepan Tim
Penguji

Surabaya 16 Juli 2019

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya



Dekan,

H. Abd. Halim. M.Ag

NIP. 196307251991031003

Dr. Lilik Hamidah, S. Ag, M.Si

NIP. 197312171998032002

Penguji II,

Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si

NIP. 195409071982031003

Penguji III,

Dr. Moch. Choirul Arief. S.Ag, M.Fil.I

NIP. 197110171998031001

Penguji IV,

Dr. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si

NIP. 197106021998031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NOURMA RIZQI UMAMAH
NIM : B76215096
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI / ILMU KOMUNIKASI
E-mail address : normarq.nr@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

KOMUNIKASI PEMASARAN KOMUNITAS BELAJAR KAMPOENG SINGAEO

SIDOARJO

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 1 Agustus 2019

Penulis

(Nourma Rizqi Umamah)

peserta didik lebih siap dalam menerima materi yang diajarkan guru disekolah nantinya.

Tumbuhnya berbagai lembaga bimbingan belajar menjadi suatu fenomena menarik bagi dunia pendidikan. Bimbingan belajar merupakan kegiatan pembelajaran tambahan diluar sekolah yang diberikan kepada siswa-siswi, mahasiswa maupun umum. Bimbingan belajar menjadi pilihan tepat orang tua untuk menambah intensitas belajar anak. Inilah yang menyebabkan berbagai jenis lembaga bimbingan belajar berdiri dimana-mana sebagai tempat menimba ilmu setelah sekolah. Salah satunya adalah lembaga bimbingan belajar Kampoeng Sinaoe yang ada di Sidoarjo, Jawa Timur.

Kampoeng Sinaoe merupakan komunitas belajar dengan beberapa lembaga belajar yang berada di Sidoarjo. Kampoeng Sinaoe didirikan oleh Bapak Muhammad Zamroni pada tahun 2006, beliau merupakan lulusan dari UIN Malang jurusan Sastra Inggris. Lembaga bimbingan belajar Kampoeng Sinaoe memberikan pendidikan yang terjangkau kepada siapa saja yang ingin belajar di tempat tersebut. Peserta didik di Kampoeng Sinaoe sangat beragam mulai dari SD, SMP, SMA, Mahasiswa bahkan umum.

Berdirinya Kampoeng Sinaoe berawal dari dimintanya Bapak Zamroni oleh salah satu tetangga untuk membimbing anaknya mengerjakan PR sekolah. Beberapa hari setelah itu, ternyata mulai menarik perhatian tetangga sekitar. Zamroni tidak memunggut biaya sama sekali, namun lama kelamaan ada yang memberikan hadiah seikhlasnya. Setelah berganti tahun, jumlah murid semakin bertambah. Pada 2009, Zamroni kemudian memanfaatkan ruang tamu dan teras rumah sebagai ruang belajar mengajar. Saat itu murid yang belajar ditempatnya

mencapai sekitar 60 anak. Untuk membimbing belajar murid-muridnya beliau mempercayai istrinya Ida Nurmala dan anak didiknya yang sudah mampu untuk mengajari yang lain.¹

Tempat belajar yang dikelola Zamroni cukup pesat perkembangannya, sehingga harus memutar otak untuk memenuhi sarana prasarana belajar mengajar. Karena keterbatasan dana, Zamroni memutuskan untuk membangun Gazebo dari bambu di halaman rumah sebagai ruang belajar. Peserta didik semakin banyak berdatangan sehingga Zamroni dan para wali murid menyepakati menggunakan ruang tamu dan teras rumah warga sebelah timur disewa sebagai tempat kegiatan belajar. Kemudian bertambah lagi rumah warga sebelah barat dan terus sampai totalnya ada sekitar 7 rumah yang berubah menjadi pusat belajar di kampung tersebut.

Selain warga Sidoarjo dan sekitarnya, beberapa tahun belakangan ini banyak peserta didik dari luar daerah berdatangan. Demikian dengan pengajarnya, banyak sekali relawan dari luar Negeri yang ikut berbagi ilmu di tempat ini. Sejak empat tahun lalu, daerah ini mulai dikenal dengan sebutan Kampung Sinau yang dalam tulisannya menggunakan ejaan lama, yaitu Kampoeng Sinaoe.

Keberadaan jasa bimbingan belajar mendapat tempat tersendiri di benak masyarakat juga para orang tua yang mempunyai anak pelajar. Ketika menitipkan anaknya belajar di lembaga pendidikan nonformal, tentu orangtua menaruh kepercayaan dan harapan bahwa prestasi akademis anak-anak

¹ M. Taufik, *Kampoeng Sinaoe, Lembaga Pendidikan Visioner di Sidoarjo dari Hal Sederhana ini*”, diakses dari <https://surabaya.tribunnews.com/2018/03/23/kampoeng-sinaoe-lembaga-pendidikan-visioner-di-sidoarjo-didirikan-m-zamroni-dari-hal-sederhana-ini?page=2>, pada tanggal 30 Mei 2019 pukul 08.52 wib

meningkat dan memiliki bekal ilmu pengetahuan untuk melanjutkan ke jenjang lebih tinggi. Akan tetapi, semakin banyaknya lembaga bimbingan belajar yang berdiri membuat orang tua lebih selektif dalam mengambil keputusan.

Banyaknya lembaga bimbingan belajar di Kota Sidoarjo yang menjadi kompetitor Kampoeng Sinaoe seperti *Ganesh Operation (GO)*, *Sony Sugema College (SSC)*, *Primagama*, *English First (EF)* dan masih banyak lainnya. Setiap lembaga belajar diharap mampu menghasilkan peserta didik yang memiliki intelektual jauh lebih baik dibandingkan dengan milik pesaing.

Untuk mencapai sebuah tujuan diatas tentunya diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat agar berhasil tepat mengenai sasaran. Strategi pemasaran yang cermat dibangun melalui kegiatan komunikasi pemasaran dalam menyampaikan pesan tentang produk barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Strategi tersebut diharapkan dapat menarik minat belajar peserta didik. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat akan berdampak pada citra lembaga dibenak masyarakat.

Kegiatan komunikasi pemasaran sangat diperlukan untuk keberlangsungan sebuah lembaga bimbingan belajar. Komunikasi pemasaran merupakan penyampaian pesan kepada publik mengenai keberadaan produk atau jasa, tanpa komunikasi pemasaran konsumen tidak akan mengetahui keberadaan produk dipasar. Dalam komunikasi pemasaran juga akan ditentukan siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi, dengan penentuan sasaran yang tepat akan sangat menentukan keberhasilan komunikasi.

Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dan faktor-faktor apa saja yang mendukung oleh lembaga pelatihan dan bimbingan belajar bintang solusi mandiri cabang cipinang dalam meningkatkan jumlah siswa.
Hasil Penelitian	Strategi pemasaran lembaga pelatihan dan bimbingan belajar Bintang Solusi Mandiri cabang Cipinang bulan Agustus 2018 yaitu <i>direct selling</i> ke permukiman warga memperkenalkan bimbingan belajar melalui brosur, presentasi bimbingan belajar ke setiap kelas di sekolah-sekolah melalui brosur.
Persamaan	Sama-sama meneliti mengenai komunikasi pemasaran sebuah lembaga bimbingan belajar dalam menarik minat peserta didik.
Perbedaan	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada pemilihan lembaga bimbingan belajar. Peneliti memilih lembaga bimbingan belajar Kampoeng Sinaoe sedangkan kajian terdahulu pada Lembaga Pelatihan dan Bimbingan Belajar Bintang Solusi Mandiri Cabang Cipinang.
No. 3	Lia Ainun Maftukhah
Jenis Karya	Skripsi
Judul Penelitian	Strategi Integrated Marketing Communication Bimbingan Belajar Youth Educational Centre dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik.

Mohammad Zamroni merupakan lulusan dari Universitas Islam Negeri Malang Jurusan Sastra Inggris. Beliau mendirikan Kampoeng Sinaoe pada tahun 2006 ditengah-tengah pemukiman warga yang tenang. Berawal dari mengajar anak tetangga diruang tamu, kini ruang belajarnya dibangun dengan nuansa alam yang tenang dan nyaman. Tersedia juga perpustakaan sebagai penunjang dari kegiatan belajar disana.

Kampoeng Sinaoe merupakan komunitas belajar yang memiliki beberapa lembaga bimbingan belajar yang bermacam-macam. Terdapat Al Falah Islamic Course (FIC) yang berfokus pada pembelajaran bahasa inggris. Lembaga bimbingan belajar Visca Aflah (VIA) yang memberikan pelajaran khusus seperti yang diujikan pada Ujian Nasional (UN) dan ujian masuk perguruan tinggi. Dan yang baru adalah Bimbingan Matematika Al-Falah (BIMA) yang fokus pada pembelajaran matematika saja.

Jadi yang dimaksud dengan strategi komunikasi pemasaran komunitas belajar Kampoeng Sinaoe adalah bagaimana komunitas belajar Kampoeng Sinaoe dalam memasarkan dan mengkomunikasikan jasa tersebut kepada masyarakat atau calon peserta didik sehingga masyarakat memiliki minat untuk bergabung didalamnya.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir penelitian adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran ini untuk menunjukkan komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Kampoeng Sinaoe dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Teori yang digunakan dalam

kelompok, dan antara yang tahu kepada yang tidak tahu, baik di dalam maupun di luar kelas.

Komunitas belajar dapat diartikan sebagai sebuah kelompok yang terdiri dari guru dan siswa di dalam kelas dan berinteraksi dalam kegiatan belajar mengajar. Senge (1990) mendefinisikan komunitas belajar sebagai: Sebuah organisasi dimana anggotanya mengembangkan kapasitasnya secara terus menerus untuk mencapai hasil yang diinginkan, mendorong pola berpikir yang baru dan luas, dan terus belajar bagaimana belajar bersama-sama.

Manusia diciptakan sebagai makhluk individu sekaligus sebagai makhluk sosial, hal ini berarti bahwa di sisi lain seseorang tidak dapat lepas diri dari ketergantungan terhadap orang lain. Dalam proses belajar merupakan tempat terjadinya interaksi dengan orang lain yaitu dengan guru dan siswa maupun siswa dan siswa dalam bertukar informasi, ide, pengalaman, dan berkerja sama dalam kegiatan belajar.

Dalam komunitas belajar, membina pembelajaran, komentar, konstruktif, mempertanyakan, mengajukan pertanyaan, dan kritik adalah norma, bukan pengecualian. Banyak kegiatan kelas terjadi dalam berbagai kelompok kecil saat siswa berbicara, mencoba menyakinkan, dan saling menantang. Meskipun para guru memandu pemilihan topik, tujuannya adalah secara bertahap menyerahkan tanggung jawab untuk pembelajaran siswa.

sehingga otomatis dengan berjalannya waktu tetangga yang lain juga banyak yang ikut menitipkan anaknya belajar di tempat pak Zam, kemudian yang awalnya tempat belajar di ruang tamu lama kelamaan tidak cukup karena semakin banyaknya siswa. Setelah itu Mohammad Zamroni pun membangun beberapa gazebo di sebelah rumahnya untuk tempat belajar siswa, meskipun begitu masih tidak cukup juga dengan jumlah siswa yang semakin bertambah. Akhirnya diputuskan untuk menggunakan rumah-rumah warga sebagai tempat belajar karena disamping itu juga bisa memberdayakan warga yang rumahnya disewa dan bisa mengangkat perekonomian warga serta memberi pemasukan pada warga sekitar. Dari situlah karena banyaknya siswa yang belajar di tempat tersebut dengan menggunakan rumah-rumah warga serta juga ketika ada siswa yang dari luar daerah bisa menginap di rumah warga kemudian disebutlah nama tempat belajar tersebut dengan nama Kampoeng Sinaoe.

Kampoeng Sinaoe berada di desa Siwalanpanji kecamatan Buduran, di tengah pemukiman yang tenang, asri, dan nyaman. Tempat yang juga memberikan nuansa alami dan lingkungan yang kondusif untuk proses belajar mengajar. Desa Siwalanpanji adalah sebuah desa yang berada di pinggiran kota Sidoarjo yang terdapat di kecamatan Buduran kabupaten Sidoarjo. Desa ini merupakan pusat pendidikan di Sidoarjo karena banyak lembaga pendidikan mulai dari TK hingga perguruan tinggi semuanya ada di sana.

Kampoeng Sinaoe mengedepankan pembelajaran dengan aspek spiritual, moral, emosional, dan sosial beriring dengan aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik. Penerapan nilai kesopanan, kejujuran, kebersamaan, ketulusan, kemandirian, dan tanggung jawab beriring dengan kecerdasan, berpikir kritis, dan kemampuan analisis menjadi pondasi utama meraih kesuksesan belajar peserta didik.

Kampoeng Sinaoe menyediakan berbagai fasilitas pendukung untuk menunjang keberhasilan pembelajar bagi peserta didiknya, yang berupa Hot Spot area, perpustakaan, ruang kelas terbuka (gazebo), area parkir dan banyak lagi yang lainnya. Selain itu di Kampoeng Sinaoe Sidoarjo ada berbagai kegiatan ekstra kelas yang diberikan secara gratis. Meski begitu, biaya belajar terjangkau bagi semua kalangan. Murah namun tidak murahan, murah tetapi berkualitas.

Kampoeng Sinaoe memberikan beberapa pilihan konsentrasi pembelajaran seperti *Al Falah Islamic Course (FIC)* yang memberikan pembelajaran Bahasa Inggris Intensif seperti General English, Active Speaking, Super Speaking, English For Weekend, TOEIC dan TOEFL. *Lembaga bimbingan belajar Visca Aflah (VIA)* yang memberikan pembelajaran khusus untuk penguasaan mata pelajaran yang diujikan dalam Ujian Nasional (UN) dan persiapan masuk Perguruan Tinggi Negeri (PTN) seperti Matematika, Bahasa Indonesia, Ilmu Pengetahuan Alam (IPA), Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS), dan lain-lainnya. *Bima (Bimbingan Matematika Al Falah)* yang memberikan pembelajaran untuk pendalaman matematika.

Tabel 3.1

No	Nama Guru	Bidang Tugas
1	Mohammad Zamroni	Bahasa Inggris
2	Ida Nurmala	Bahasa Inggris
3	Achmad Qusyairi	Pendidikan Agama Islam
4	Ahmad Fajar Romadhon	Bahasa Inggris
5	Akira Maisarah	Matematika
6	Ainun Ika Pratiwi	Bahasa Inggris
7	Ajeng Adinda Putri	Bahasa Inggris
8	Anggi Larasati	IPA
9	Asrofil Mauludia	SD
10	Aulia Siti Maharani	SD
11	Ayu Winda Sari	Administrasi
12	Deddy Setyawan	SD
13	Dewi Purwati	Bahasa Inggris
14	Edwin Firmansyah	Pendidikan Agama Islam
15	Erlu Vicky Hariyanto	Bahasa Indonesia
16	Faridah Eka Fatmala	Bahasa Indonesia

berpengaruh dalam keputusan konsumen terhadap penggunaan produk jasa, lebih-lebih apabila informasi didapat dari orang yang dikenal. *Word of mouth* menjadi strategi terbaik bagi Kampoeng Sinaoe dalam mengkomunikasikan jasa pendidikannya.

2. *Native Speaker* Menjadi Daya Tarik Kampoeng Sinaoe

. Keberadaan *native speaker* menjadi daya tarik tersendiri bagi Kampoeng Sinaoe. Adanya sumber daya manusia dari warga negara asing menjadi daya tarik tersendiri untuk menarik calon peserta didiknya. Kampoeng Sinaoe memberikan kesempatan bagi peserta didiknya untuk belajar bahasa inggris dengan penutur aslinya (*native speaker*) secara *face to face*.

Belajar bahasa asing atau bahasa inggris dari penutur asli (*native speaker*) sangatlah penting. Melalui *native speaker*, peserta didik dapat menyerap gaya bahasanya. Selain belajar bahasa asing, peserta didik di Kampoeng Sinaoe juga belajar mengenai banyak hal seperti budaya, pendidikan, lingkungan dan politik yang ada di Negara mereka (*native speaker*). Tidak hanya memperoleh materi bahasa inggris tetapi pengetahuan umum juga bertambah. Dengan adanya *native speaker* di Kampoeng Sinaoe menjadi faktor pendukung dalam strategi komunikasi pemasaran yang dapat dijadikan sebagai sesuatu yang lebih unggul.

3. Promosi Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa

a. Penggunaan Iklan Media Cetak

Dalam penelitian ini, strategi komunikasi pemasaran lebih fokus menggunakan iklan media cetak. Penggunaan iklan media cetak digunakan Kampoeng Sinaoe untuk melakukan promosi. Kampoeng Sinaoe memang tidak menggunakan iklan media elektronik, karena minimnya biaya untuk iklan berbayar di media elektronik. Dalam penelitian ini, iklan media cetak yang digunakan Kampoeng Sinaoe yaitu berupa *banner* dan brosur. Pemasangan *banner* oleh Kampoeng Sinaoe sebagai bentuk promosi dilakukan diseluruh Kota Sidoarjo. Sedangkan iklan media cetak berupa brosur disebarakan ke sekolah-sekolah dan juga ketika mengikuti event.

b. Penggunaan *Online Marketing* Sebagai Media Promosi

Kegiatan komunikasi pemasaran secara *online* dilakukan Kampoeng Sinaoe untuk menjangkau calon konsumennya secara luas dan cepat. Penggunaan media sosial sebagai alat promosi Kampoeng Sinaoe untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dalam penggunaan online marketing, Kampoeng Sinaoe memanfaatkan akun sosial media, *website* dan *youtube* untuk strategi komunikasi pemasarannya.

Pengelolaan *online marketing* di Kampoeng Sinaoe dilakukan oleh admin masing-masing media sosial, *website*, *email* dan *youtube*. Terdapat kreativitas dalam ide-ide yang dituangkan pada setiap konten yang berisi informasi seputar Kampoeng Sinaoe.

menggunakannya. Minimnya keterbukaan informasi dari Kampoeng Sinaoe menimbulkan *miscommunication* antara pihak Kampoeng Sinaoe dengan wali muridnya. Keterbukaan mengenai tujuan Kampoeng Sinaoe kurang dikomunikasikan dengan baik oleh pihak penyedia jasa terhadap wali murid. Keterbukaan informasi dalam hal menyeimbangkan pendidikan akademisi dengan pendidikan moral yang luhur kiranya masih kurang. Kurang terbukanya pihak Kampoeng Sinaoe dalam mengkomunikasikan jasa dan tujuannya menjadi hambatan dalam proses strategi komunikasi pemasaran.

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Konfirmasi temuan dengan teori merupakan tahapan yang berguna untuk menentukan antara relevan atau tidaknya teori. Untuk pengembangan teori ada, maka hasil dari penelitian ini dicari referensinya dengan teori yang ada dan berlaku dalam ilmu pengetahuan. Temuan-temuan yang sudah ditemukan pada bab sebelumnya akan di konfirmasi dengan teori dan dalam penelitian ini menggunakan teori *Integrated Marketing Communication (IMC)*. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

Dalam strategi pemasaran komunikasi, terdapat beberapa elemen yang mencakup dalam *Integrated Marketing Communication (IMC)* diantaranya iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), pemasaran langsung (*direct marketing*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan pemasaran interaktif (*online marketing*).

- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, 2003. *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suryanto. 2015 *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandi. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Grasindo.
- Zhao, C. & Kuh, G. Kuh. 2004. *Adding value: Learning communities and student engagement. Research in Higher Education* 45.

WEBSITE

Diakses dari M. Taufik, *Kampoeng Sinaoe, Lembaga Pendidikan Visioner di Sidoarjo dari Hal Sederhana ini*”,
[https://surabaya.tribunnews.com/2018/03/23/kampoeng-sinaoe-lembaga-
pendidikan-visioner-di-sidoarjo-didirikan-m-zamroni-dari-hal-sederhana-
ini?page=2](https://surabaya.tribunnews.com/2018/03/23/kampoeng-sinaoe-lembaga-pendidikan-visioner-di-sidoarjo-didirikan-m-zamroni-dari-hal-sederhana-ini?page=2), pada tanggal 30 Mei 2019 pukul 08.52 wib