

## PEMANFAATAN *QR CODE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI UNIVERSITAS SWADAYA GUNUNG JATI CIREBON

Otto Fajarianto<sup>1</sup>, Aghnia Dian Lestari<sup>2</sup>, Dedet Erawati<sup>3</sup>

Ilmu Komunikasi, Universitas Swadaya Gunung Jati, Cirebon, Indonesia

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi sangat berkembang pesat khususnya dalam kegiatan promosi dan informasi di Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon. Kolaborasi antara bidang teknologi dan komunikasi dapat di terapkan melalui suatu media salah satunya dengan memanfaatkan *QR Code* Informasi mengenai profil dan kegiatan kampus dapat disajikan melalui suatu media tersebut untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Hasil penelitian ini adalah adanya perubahan dalam media promosi UGJ yaitu terbentuknya teknologi *QR-Code* sebagai alternatif memberikan informasi kepada masyarakat. Teknologi ini dapat memberikan informasi akurat dan sangat mudah dalam penggunaannya. Informasi yang akan diberikan cukup dicetak dalam bentuk gambar maupun di tampilkan di *website* lalu memfokuskan kamera *smartphone* hingga terkoneksi pada informasi yang dibutuhkan. Informasi cepat menyebar, dan tidak perlu menggunakan media cetak

**Kata Kunci:** *QR Code*, Promosi, Universitas Swadaya Gunung Jati

### ABSTRACT

*The development of communication technology is growing rapidly, especially in promotional and information activities at the Gunung Jati Cirebon University. Collaboration between the fields of technology and communication can be applied through a medium, one of which is by utilizing QR Code. Information about campus profiles and activities can be presented through this medium to increase effectiveness and efficiency in conveying information to the public. The research method used is qualitative. The result of this research is that there is a change in the UGJ promotional media, namely the formation of QR-Code technology as an alternative to providing information to the public. This technology can provide accurate information and is very easy to use. The information that will be provided is simply printed in the form of an image or displayed on the website then focusing on the smartphone camera until it is connected to the information needed. Information spreads quickly, and there is no need to use print media.*

**Keywords:** *QR Code, Promotion, Swadaya Gunung Jati University*

### Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi di era digital membuat seluruh aspek komunikasi harus mengikuti arus

perkembangannya. Kemajuan dalam bidang teknologi informasi ini dapat dijadikan sebagai sarana penyebarluasan informasi bahkan media promosi.

Teknologi pun dianggap memberikan kenyamanan dan kemudahan karena mudah dijangkau oleh sarana *smartphone* yang jumlah penggunanya selalu bertambah. Di Informasi bisa lebih cepat tersebar karena mulai dari informasi yang berasal dari internet, koran atau majalah, media sosial, *QR-Code*. Tidak seperti media lainnya, informasi yang yang disampaikan oleh *Bar-Code*, *QR-Code*, enkripsi data dan sebagainya perlu adanya pengelolaan terlebih dahulu agar informasi dapat diterima baik oleh para pengguna. Berdasarkan perkembangan teknologi, konsumen menjadi pihak yang memiliki keterlibatan tinggi dalam pemasaran.

Teknologi ini dapat dimanfaatkan dalam penyebaran informasi hingga di bidang promosi. Sistem *QR-Code* sudah sangat umum dimanfaatkan oleh perusahaan, pelaku bisnis, dan lembaga terutama lembaga pendidikan. *QR-Code* merupakan bentuk evolusi dari *Bar-Code* (berbentuk garis satu dimensi) yang diubah menjadi dua dimensi. Kemampuan dalam *QR-Code* lebih besar menampung informasi, dibandingkan dengan *Bar-Code*. Cara penggunaan *QR-Code* pun cukup mudah hanya dengan memindai kode yang ada di dalamnya dengan ponsel yang dilengkapi dengan

kamera dan aplikasi pembaca *QR-Code*. Setelah dipindai, *QR-Code* diterjemahkan menjadi informasi yang dapat ditindaklanjuti.

Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon adalah salah satu Perguruan Tinggi Swasta yang berada di Jawa Barat yang berdiri sejak tahun 1961. UGJ sudah dikenal sejak lama oleh masyarakat Jawa Barat, khususnya daerah Ciayumajakuning, karena merupakan universitas tertua dan nama universitas ini diilhami dari nama seorang tokoh penyebaran Agama Islam yaitu Sunan Gunung Jati. Universitas Swadaya Gunung Jati sudah memanfaatkan media teknologi untuk kebutuhan pengelolaan sarana informasi dan promosi. Penggunaan aplikasi *QR Code* ini memberikan kemudahan bagi lembaga, mahasiswa, ataupun audiens karena akses informasi dan promosi ini lebih efektif dan fleksibel bagi para penggunanya. Selain itu penerapan *QR Code* bisa digunakan di berbagai media cetak maupun elektronik.

Penggunaan brosur pada umumnya membutuhkan biaya cetak. Tidak dipungkiri terkadang cepat rusak, hilang dan dibuang jika sudah tidak dibutuhkan. Oleh karena itu diperlukan

*QR-Code* agar penyampaian informasi, *audience* dapat mengakses alamat *website* dengan waktu dan mudah, dan tidak terbatas.

*QR Code* dikembangkan sekaligus sebagai media *marketing* yang cukup efektif. Tidak hanya berbagai informasi mengenai produk yang didapatkan ketika memindai *QR Code*. Proses jual beli serta pelacakan minat konsumen sesuai perilaku juga bisa dilakukan dengan kode yang berbentuk titik-titik kecil ini. Akan tetapi banyak orang tidak bisa memanfaatkan informasi yang ada pada kode-kode tersebut. Dengan begitu informasi yang penting seperti alamat *website* jadi terbuang.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif melalui studi deskriptif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati yang berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang diteliti, kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka (Moleong, 2018). Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk

membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan (1) observasi melihat interaksi promosi yang dilakukan pihak lembaga dalam pemanfaatan *QR-Code*, (2) wawancara: terdapat informan kunci yaitu tim IT dan promosi UGJ, serta informan pendukung yaitu *audience* yang pernah menggunakan *QR Code*, dan (3) studi kepustakaan: dimana peneliti menelaah buku, artikel ilmiah, media online, dan media cetak lainnya.

Atas dasar penjelasan tersebut, maka data yang dihimpun kemudian diolah, dijelaskan, dianalisis, serta diinterpretasikan. Hasil analisis tersebut diharapkan mampu melahirkan konsep-konsep baru yang lebih spesifik dan bermakna. Data yang berhasil peneliti kumpulkan dari lapangan kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif, lalu disajikan dalam bentuk naratif sesuai dengan masalah yang sedang dibahas. Tahapan analisis data yang dilakukan peneliti yaitu: (1) Pengumpulan Data. Peneliti melakukan

observasi dan wawancara langsung dengan para informan, (2) Reduksi Data. Peneliti merangkum hasil penelitian, memilih dan memfokuskan hal-hal yang penting untuk menemukan pola dan membuang hal-hal yang tidak diperlukan dalam penelitian, (3) Penyajian Data. Data penelitian yang sudah dirangkum, lalu dijelaskan dalam bentuk uraian teks atau bersifat naratif untuk menggambarkan pemanfaatan *QR-Code* di Universitas Swadaya Gunung Jati, dan (4) Penarikan Kesimpulan. Peneliti menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini menghasilkan draf awal aplikasi *QR-Code* yang dapat memudahkan bagian promosi dalam menyampaikan informasi mengenai Universitas Swadaya Gunung Jati. Informasi ini meliputi berita, pengumuman, kegiatan dan unduh brosur.



**Gambar 1. Tampilan QR Code**  
*Sumber: dokumen peneliti*



**Gambar 2. Tampilan Awal Aplikasi *QR Code***

*Sumber: dokumen peneliti*

Pada halaman awal aplikasi ini kita dapat melihat informasi yang terintegrasi dengan website PMB UGJ. Setiap ada pembaharuan data maka aplikasi ini akan secara otomatis akan menampilkan informasi terkait promosi yang ada di Universitas Swadaya Gunung Jati. Promosi yang di sampaikan dapat berupa redaksi berita ataupun pengumuman.

*QR-Code* yang di sisipkan pada aplikasi tersebut dapat memudahkan seseorang dalam mengakses informasi secara tepat dan akurat. Kita bisa melakukan scan *QR-Code* pada gambar di atas melalui perangkat *handphone*. Setelah gambar *QR-Code* tersebut *discan* maka akan secara otomatis akan

mengarah ke halaman website PMB UGJ. Selain itu penerapan QR-Code ini juga dapat mempermudah untuk mengakses informasi dalam bentuk gambar. QR-Code yang *discan* pada menu unduh brosur akan menghasilkan berkas berupa gambar brosur dan profil singkat dari masing-masing fakultas yang berada di lingkungan Universitas Swadaya Gunung Jati.

Informasi yang dikemas dalam bentuk berbagai media ini dapat memberikan daya tarik tersendiri dalam melakukan promosi kepada calon mahasiswa baru. Dengan adanya aplikasi ini akan mempermudah penyebaran promosi dan informasi mengenai Universitas Swadaya Gunung Jati secara digital dan dapat diakses dimana saja, kapan saja, serta tanpa batasan ruang dan waktu.

### **Proses Penerapan *QR-Code* sebagai Media Promosi dan Informasi Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon**

Sebelum menerapkan aplikasi ini, ada beberapa proses yang harus dilakukan. Proses yang dilakukan pertama kali sesuai dengan metode penelitian adalah melakukan Analisa awal kepada user/pengguna aplikasi QR-Code ini. Adapun pengguna aplikasi ini

adalah bagian Promosi Universitas Swadaya Gunung Jati. Dari proses tahap awal ini didapatkan analisa berupa kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna terkait aplikasi QR-Code tersebut. Kebutuhan tersebut antara lain adalah aplikasi ini dapat memberikan kemudahan dalam memberikan informasi terkait promosi Universitas Swadaya Gunung Jati.

Periklanan merupakan komunikasi berbayar yang jelas dan didesain untuk memengaruhi audiens agar melakukan sesuatu sekarang atau di masa yang akan datang dengan menggunakan media seperti televisi, surat kabar, radio, majalah, iklan luar ruangan, internet, periklanan maya (*virtual advertising*), dan *direct mail*. Salah satu kebutuhan promosi adalah beriklan. (Shimp, 2014)

Setelah mendapatkan kebutuhan apa saja yang diinginkan oleh bagian Promosi, maka tahap selanjutnya adalah mendesain aplikasi tersebut sesuai dengan analisa awal. Tahap desain ini menghasilkan rancangan aplikasi QR-Code. QR adalah singkatan dari *Quick Response* karena ditujukan untuk diterjemahkan isinya dengan cepat. *QR-Code* salah satu tipe dari barcode yang

dapat dibaca dengan kamera handphone. (Rouillard, 2008)

Untuk memastikan aplikasi tersebut dapat berjalan dengan baik dan sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna maka diperlukan testing dan implementasi. Oleh karena itu tahap selanjutnya adalah mencoba aplikasi tersebut pada beberapa perangkat *handphone* yang dimiliki oleh tim Promosi. *Testing* dan implementasi ini menghasilkan rekomendasi untuk memberikan akses untuk peneliti menerapkan aplikasi tersebut untuk di sebarakan kepada calon mahasiswa.

Proses penerapan aplikasi QR-Code dilakukan secara persuasif diruang Promosi UGJ. Penerapan awal hanya di *install* di beberapa *handphone* calon mahasiswa baru yang menginginkan informasi lebih lanjut terkait promosi yang dilakukan oleh Universitas Swadaya Gunung Jati. Informasi ini dapat di akses oleh calon mahasiswa baru melalui aplikasi QR-Code yang sudah di *install* di *handphone*.

### **Faktor Hambatan Penerapan QR-Code sebagai Media Promosi dan Informasi Universitas Swadaya Gunung Jati**

Hambatan dalam proses penerapan aplikasi tersebut antara lain (1) koneksi

internet para pengguna *smartphone* yang tidak stabil, (2) spesifikasi perangkat *handphone*. Aplikasi ini hanya bisa di *install* pada operasi sistem android, dan (3) gambar tampilan *QR Code* harus jelas. Karakter/pola yang ada pada gambar *QR Code* tidak boleh terputus ataupun gambar yang dihasilkan tidak jelas karena akan berakibat gagal aplikasi menampilkan data dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

### **Peran QR-Code Penting sebagai Media Promosi dan Informasi Universitas Swadaya Gunung Jati**

Untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam hal ini bagian Promosi UGJ dalam menghasilkan informasi yang berkualitas dan efektif melalui media promosi maka aplikasi memiliki peran yang cukup penting. Peran QR-Code dalam mempermudah pengguna dalam mengakses informasi dapat terlihat dengan cara penggunaan yang relatif lebih mudah. Selain itu QR-Code ini dapat menjadi pilihan untuk bagian promosi menyebarkan luaskan informasi secara efektif dan efisien. Penyampain informasi melalui media ini dapat dipetakan berdasarkan kebutuhan dari bagian promosi. Misalnya aplikasi ini hanya diperuntukan khusus untuk calon

mahasiswa baru, maka informasi yang diberikan seputar kegiatan Promosi UGJ yang berkaitan dengan profil fakultas ataupun kegiatan mahasiswa.

## KESIMPULAN

Proses penerapan *QR-Code* sebagai media promosi dan informasi Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon berjalan dengan baik sesuai dengan hasil yang diharapkan. Aplikasi *QR-Code* ini dapat digunakan dan diakses melalui perangkat *handphone*. Adapun faktor penghambat dalam penerapan *QR-Code* sebagai promosi dan informasi di Universitas Swadaya Gunung Jati adalah ketersediaan koneksi internet dari masing-masing pengguna perangkat *handphone* tersebut. Artinya aplikasi ini dapat berjalan dengan baik jika di dukung dengan koneksi internet yang stabil.

Peran *QR-Code* sangat penting dari segi kemudahan penggunaan serta informasi yang disampaikan dapat sesuai dengan sasaran. Dengan adanya aplikasi *QR-Code* informasi yang disampaikan dalam rangka sebagai media Promosi Universitas Swadaya Gunung Jati dapat menjadi nilai tambah karena disajikan dalam berbagai bentuk media dalam satu aplikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh dan Analisis Statistik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rouillard, J. (2008). Contextual QR codes. *Proc. - The 3rd Int. Multi-Conf. Computing in the Global Information Technology, ICCGI 2008 in Conjunction with Comp2P 2008: The 1st Int. Workshop on Computational P2P Networks: Theory and Practice, July 2008*, 50–55.  
<https://doi.org/10.1109/ICCGI.2008.25>
- Sari, P. K., Fajarianto, O., Rostini, D., & Safitri, Y. (2020, April). The Effect of Social Media on Reading Intensity of Fifth Grade Elementary School Students. In *International Conference on Agriculture, Social Sciences, Education, Technology and Health (ICASSETH 2019)* (pp. 215-218). Atlantis Press.
- Harimurti, E. R., Rostini, D., & Fajarianto, O. (2020). Educational Management for Baduy Tribe's Children in Lebak Banten. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(8), 618-626.
- Lestari, A. D., & Erawati, D. (2019). Proses Word Of Mouth Communications Sebagai Media Promosi Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon. *Jurnal*

*Signal*, 7(2), 224-239.

Ahmad, A., Fajarianto, O., &  
Kusumanegara, S. (2020).  
*International Journal of  
Education, Information  
Technology and Others (IJEIT)*

*The Usefulness Concept of Social  
Arithmetics For Social Sciences  
Learning Outcomes*. 3(2), 239–  
244.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.3965705>