

STRATEGI PROMOSI SEKOLAH MELALUI MEDIA SOSIAL DI SD HJ ISRIATI BAITURRAHMAN 2 SEMARANG

M. Anang Ma'ruf*, Syaiful Bakhri²

Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo^{1,2}

*ananghebat104@gmail.com, syaifulbakhri@walisongo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai promosi sekolah melalui media sosial di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang, yang bertujuan untuk mengetahui tentang: 1.) Strategi promosi sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang. 2.) Faktor pendukung dan faktor penghambat promosi sekolah melalui media social di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang. Strategi yang dilakukan di sekolah tersebut yaitu menggunakan strategi 4p product, price, place, promotion tentunya dengan menerapkan teori fungsi manajemen yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Adapun faktor pendukung terkait dengan manajemen pemasaran berbasis media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 ialah kesadaran sekolah akan pentingnya media sosial sebagai media informasi, peran aktif kepala sekolah, sarana prasarana yang cukup dan juga anggaran untuk faktor penghambatnya ialah kurangnya keterlibatan warga sekolah, respon negatif, dan algoritma yang berubah ubah.

Kata Kunci: Manajemen, Promosi, Sosial Media.

Abstract

This research provides an overview of school promotion through social media at SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang. The aim is to find out about: 1.) School promotion strategies through social media at SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang. 2.) Supporting factors and inhibiting factors for school promotion through social media at SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang. The strategy carried out is using the 4p product, price, place, promotion strategy of course by applying the theory of management functions, namely planning, implementation and evaluation. The supporting factor related to social media-based marketing management at SD Hj Isriati Baiturrahman 2 is the school's awareness of the importance of social media as a medium of information, the active role of the school principal, sufficient infrastructure and budget for the inhibiting factors, namely the lack of involvement of the school community, negative responses, and changing algorithms.

Keywords: Management, Promotion, Social Media.

Pendahuluan

Teknologi terus berkembang pesat dan persaingan tidak dapat dielakkan. Tidak ketinggalan pula dalam dunia pendidikan, dimana masyarakat menuntut atas mutu sebuah lembaga pendidikan. Sehingga membuat lembaga pendidikan berlomba lomba untuk

meningkatkan mutunya masing masing agar bisa menjadi yang terbaik dan layak menjadi pilihan masyarakat (Zuhaeda et al., 2019).

Philip dan Topor menyatakan bahwa citra positif di pasar adalah aset yang sangat berharga. Maka penting bagi sekolah sebagai sebuah lembaga pendidikan untuk mempertahankan citra positifnya agar peserta didik baru tertarik untuk mendaftarkan dirinya dalam sekolah tersebut (Kotler, 1994). Manajemen strategi adalah proses yang dirancang secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan, menjalankan, dan mengevaluasi strategi untuk menyediakan nilai terbaik bagi pelanggan dalam mewujudkan visi organisasi (Sidiq, 2015).

Terdapat beberapa manfaat yang didapat oleh organisasi jika menerapkan manajemen strategi dalam organisasi, yaitu memberi arah jangka panjang yang dituju, membantu organisasi beradaptasi dengan perubahan, membuat organisasi menjadi lebih efektif, mengidentifikasi keunggulan suatu organisasi dalam lingkungan, mengoptimalkan efisiensi, memperbaiki koordinasi, dan memberikan dukungan terjalannya komunikasi yang lancar dalam menjelaskan maksud strategi (Aime Heene, 2010).

Media sosial sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi menjadi salah satu senjata ampuh dalam proses promosi sebuah Lembaga pendidikan. Dikutip dari hootsuite (we are social) sebuah situs layanan manajemen media sosial menyatakan bahwasanya pengguna media sosial di Indonesia hingga Januari 2023 tercatat sejumlah 167 juta orang. Jumlah tersebut setara 78 persen dari jumlah total pengguna internet di Indonesia yang mencapai 212,9 juta. Data di atas menunjukkan bahwa dengan banyaknya pengguna, media sosial dapat menjadi salah satu alat promosi yang efektif. Khususnya promosi institusi pendidikan, dalam hal ini sekolah (Riyanto, n.d.).

Strategi promosi adalah sebuah rencana yang dilakukan untuk pelaksanaan yang optimal dari suatu elemen-elemen promosi. Strategi promosi juga merupakan usaha yang dilakukan oleh marketer untuk berkomunikasi dengan calon audiens. Sedangkan komunikasi adalah proses membagi ide, gagasan, atau informasi kepada audiens (Widyawati et al., 2021).

SD Hj Isriati Baiturrahman 2 merupakan sekolah yang peneliti pilih untuk menjadi objek penelitian tentang promosi Sekolah melalui media sosial. SD Hj Isriati Baiturrahman 2 menawarkan satu konsep pendidikan Islam yang jelas, dengan konsep pendidikan modern yang mengedepankan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menghadapi globalisasi. Didukung dengan fasilitasnya yang lengkap, kurikulum dan suasana pembelajarannya yang bernuansa islami. SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang mampu menghasilkan output siswa yang berkualitas. Terbukti dengan banyaknya prestasi yang didapatkan oleh para siswa. Baik dalam kancah nasional maupun internasional.

Dilansir dari sanguara.semarangkota.go.id yang merupakan website resmi dinas pendidikan kota semarang SD Hj Isriati Baiturrahman 2 memiliki prestasi sebagai berikut :

Tabel 1. Data prestasi

No.	Jumlah Prestasi	Tingkat
1	115	Kecamatan
2	114	Kota
3	29	Provinsi
4	188	Nasional
5	9	Internasional

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa SD Hj Isriati Baiturrahman 2 memiliki banyak sekali gelar kejuaraan baik tingkat regional, nasional, bahkan internasional sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk para orang tua menyekolahkan anaknya disini (Semarang, n.d.).

Dalam promosi, SD Hj Isriati Baiturrahman 2 menggunakan media kekinian. Selain mengunggulkan fasilitasnya, Sekolah ini juga mengedepankan promosi yang terkini dan mengikuti zaman. Melalui media sosial sebagai wajah bagi lembaga, SD Hj Isriati Baiturrahman 2 selalu melakukan perbaikan dan pemaksimalan isi konten di media sosialnya. Melalui riset yang penulis lakukan berikut beberapa media sosial yang dimiliki SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang :

Tabel 2. Data Followers Sosmed

No.	Platform Media Sosial	Followers/Subscriber
1	Instagram	2.021
2	Facebook	3.084
3	Youtube	2,15 rb
4	Website	-

Selanjutnya dalam wawancara pra riset peneliti dengan humas sekolah. Peneliti menemukan bahwasanya dalam pengelolaan media sekolah dilakukan secara aktif dan koordinatif dengan diadakanya tim khusus yang mengurus pembuatan konten hingga pengelolaan media sosial sekolah. Sehingga promosi sekolah melalui media sosial dapat terlaksana dengan baik dan maksimal (Mahfudz, n.d.).

Berdasarkan pemaparan di atas SD Hj Isriati Baiturrahman 2 melakukan promosi sekolah melalui media social, akan tetapi sesuai hasil dilapangan masih ditemukan ketimpangan antara jumlah *followers* dengan *feedback* dari konsumen, baik like comment maupun share. Oleh karena itu, manajemen promosi sekolah berbasis social media sangat diperlukan untuk meningkatkan engagement akun media social sekolah untuk memperluas jangkauan masyarakat sekitar dalam mengenal suatu lembaga pendidikan. Berdasarkan hal itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema “Strategi Promosi Sekolah melalui Media Sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang”.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggambarkan situasi dan fenomena yang sebenarnya dan menggambarkannya dalam laporan penelitian (Nugrahani, 2014). Penelitian ini di lakukan di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang yang terletak Jl. Abdulrahman Saleh No. 285, Kalipancur, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang. Data dalam penelitian ini digali dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan berdasarkan sumbernya, data yang diperoleh bersumber dari data primer yang meliputi kepala sekolah, panitia PPDB, murid, serta wali murid dan data sekunder meliputi brosur, data sekolah, dan dokumentasi lainnya. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknis (Sugiyono, 2013).

Hasil dan Pembahasan

Hasil

1. Strategi Promosi Sekolah Melalui Media Sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2

Strategi promosi dilakukan agar dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk yang dipromosikan. Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa strategi promosi pendidikan di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 yaitu dengan cara menampilkan kegiatan keseharian murid di sekolah, menampilkan program unggulan, serta prestasi akademik maupun non akademik siswa. Dengan cara tersebutlah masyarakat dapat mengetahui proses serta output yang dimiliki oleh siswa SD Hj Isriati Baiturrahman 2 ini. Sehingga dapat menarik minat para orang tua untuk menyekolahkan anaknya di sini.

Proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi harus diperhatikan agar strategi promosi sekolah dapat berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan cita cita lembaga. Dalam pelaksanaan promosinya, SD Hj Isriati Baiturrahman 2 melakukan promosi konvensional Seperti membuat brosur dan memasang banner. Selain itu seiring berkembangnya zaman SD Hj Isriati Baiturrahman 2 juga melakukan promosi secara modern. Yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Seperti *Whatsapp, Website, Facebook, Tiktok, Instagram, dan Youtube*. Dibawah ini adalah aktivitas yang dilakukan SD Hj Isriati Baiturrahman 2 dalam promosi sekolah melalui media sosial.

a. Perencanaan strategi promosi sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang

Perencanaan merupakan hal yang penting dilakukan dalam promosi. Perencanaan sendiri merupakan hal yang dirancang untuk mencapai tujuan dari sebuah lembaga. Dalam hal ini promosi sekolah memerlukan perencanaan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan sesuai dengan perkembangan zaman

sehingga membuat masyarakat tertarik untuk menyekolahkan anaknya di SD Hj Isriati Baiturrahman 2.

1) Produk (*product*)

SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang memiliki produk untuk ditawarkan yakni SD Hj Isriati Baiturrahman 2 memiliki dua kelas program khusus yaitu kelas ICP dan Kelas Olimpiade. Serta memiliki beragam ekstrakurikuler untuk mewadahi potensi para siswa dibidang akademik maupun non akademik yang bertujuan untuk menarik minat dari konsumen.

2) Harga (*price*)

Untuk memperlancar proses promosi harus ada anggaran yang dianggarkan untuk melaksanakan serangkaian promosi. SD Hj Isriati Baiturrahman 2 memiliki anggaran untuk serangkaian kegiatan promosi yang dianggarkan dalam APBS. Anggaran tersebut digunakan untuk pembuatan baliho, stiker, brosur, transportasi, promosi ke TK sekitar, dan lainnya.

3) Tempat (*place*)

Promosi sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 dilakukan di beberapa tempat (*platform*) media sosial seperti *facebook*, *Instagram*, *Youtube*, dan *Website*.

4) Promosi (*promotion*)

Dalam melaksanakan serangkaian promosi, Setiap tahunya diadakan rapat untuk membentuk tim Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yang membahas tentang strategi untuk melakukan promosi sekolah.

Setelah merencanakan strategi promosi. Selanjutnya adalah proses eksekusi atau pelaksanaan. Dimana dengan perencanaan yang baik serta didukung dengan pelaksanaan yang baik pula maka akan terwujud apa yang sudah menjadi tujuan sekolah

b. Pelaksanaan strategi promosi sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang

Pasca menyusun serangkaian perencanaan, langkah selanjutnya yaitu eksekusi atau pelaksanaan. Proses pelaksanaan sangat penting dalam mendukung suksesnya strategi promosi di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang.

1) Produk (*product*)

Pelaksanaan promosi produk pendidikan sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 sudah berjalan dengan baik, terbukti dengan postingan atau kiriman yang dikirim ke media sosial sekolah yang memperkenalkan produk pendidikan yang ada, mulai dari infrastruktur, keseharian pembelajaran siswa, kegiatan ekstrakurikuler, hingga menampilkan prestasi yang ada.

2) Harga (*price*)

Anggaran yang disediakan sekolah untuk serangkaian kegiatan promosi digunakan untuk semua kegiatan promosi sekolah baik secara konvensional maupun digital. Anggaran untuk promosi sekolah digunakan untuk keseluruhan promosi, baik konvensional maupun digital melalui media sosial.

3) Tempat (*Place*)

Terdapat beberapa media online yang dikelola oleh tim IT (Informasi Teknologi), yaitu *website*, *instagram*, *facebook*, dan *youtube* sehingga masyarakat mengetahui bahwa kegiatan siswa sangat bervariasi, edukatif, menyenangkan, serta didukung dengan fasilitas sekolah yang dapat meningkatkan kualitas belajar siswa. sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya disini.

4) Promosi (*promotion*)

Promosi sekolah melalui media sosial dilakukan di sosial media yang dimiliki oleh sekolah dengan mengirimkan postingan yang berisi informasi pendaftaran siswa baru, mulai dari alur pendaftaran hingga contact person yang bisa dihubungi. Selain itu sekolah juga menjalin kerjasama dengan media luar. Seperti TV atau portal berita. Dalam melakukan serangkaian promosi melalui media sosial, tim humas dibantu oleh tim IT dalam melaksanakan tugasnya. Secara umum. Promosi sekolah ditanggung jawabi oleh humas sekolah. Kemudian tim IT berfokus kepada visualisasi konten sekaligus mengelola semua media sosial sekolah.

c. Evaluasi strategi promosi sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang

Setelah serangkaian promosi melalui media sosial dilakukan. Perlu adanya evaluasi untuk mengetahui dimana kekurangannya. Kemudian memperbaiki sesuai dengan apa yang masih belum maksimal. Sehingga promosi sekolah melalui media sosial dapat berjalan dengan efektif dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai sekolah.

1) Produk (*product*)

Evaluasi yang dilaksanakan di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang berada dibawah pengawasan kepala sekolah. Karena kepala sekolah berperan untuk mengatur seluruh kegiatan yang ada di lembaganya. evaluasi di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 dilakukan setiap 3 bulan sekali bersama dengan kepala sekolah. Kemudian setiap minggunya ada laporan terkait jumlah calon murid yang sudah mendaftar. Evaluasi ini diperlukan untuk mengetahui mana yang harus diperbaiki agar kedepan bisa lebih baik lagi.

2) Harga (*price*)

Anggaran yang dialokasikan sekolah untuk promosi terbilang terlaksana dengan baik, akan tetapi ada beberapa kendala yang menghambat terlaksananya kegiatan promosi. Kendala yang dihadapi yaitu hilang atau rusaknya baliho yang sudah dipasang di tempat-tempat strategis.

3) Tempat (*place*)

Organic traffic atau lalu lintas dari pengunjung website SD Hj Isriati Baiturrahman 2 beberapa bulan belakangan ini mengalami peningkatan. Akun instagram SD Hj Isriati Baiturrahman 2 ini menarik minat banyak orang, akan tetapi masih perlu dilakukan pemaksimalan pengelolaan akun, karena antara jumlah *followers* dengan engagement yang didapat masih belum seimbang. akun youtube isriati channel memiliki *subscriber* sebanyak 2.150 *subscriber* dan telah mengupload video sebanyak 314 video dengan total *view* sebanyak 3.367.000. kemudian pada satu bulan terakhir memiliki peningkatan sebanyak 20 *subscriber*.

4) Promosi (*promotion*)

Promosi yang dilakukan di media sosial sudah sangat bagus, dengan menampilkan flyer PPDB baik di website, instagram, maupun lainnya. Sehingga calon konsumen mengetahui kemana mereka harus menghubungi selanjutnya ketika ingin mendaftar ke SD Hj Isriati Baiturrahman 2. Evaluasi pada promosi yang dilakukan sekolah melalui media sosial yaitu kurangnya timbal balik atau komentar di postingan yang sudah dikirim ke media sosial sekolah. sehingga membuat pihak sekolah harus menerka apa evaluasi dari setiap konten yang ada.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Promosi Sekolah Melalui Media Sosial Di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang

Terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat promosi sekolah melalui media sosial ini, disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3. Faktor pendukung dan penghambat

No.	Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
1	Sarana dan prasarana yang memadai	Warga sekolah tidak terlibat maksimal
2	Bekerja sama dengan lembaga media luar	Respon negatif yang mempengaruhi citra lembaga
3	Pemantauan analitics	Berubahnya algoritma media sosial
4	Pembagian jobdesk yang jelas	
5	Lebih ekonomis dengan media sosial	

Pembahasan

1. Analisis Strategi Promosi Sekolah Melalui Media Sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang

Berdasarkan hasil penelitian penulis di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang tentang strategi promosi sekolah melalui media sosial, sekolah dalam melaksanakan serangkaian promosi melalui media sosial menerapkan fungsi-fungsi manajemen yaitu perencanaan, pelaksanaan, evaluasi yang digunakan untuk menyukseskan serangkaian promosi sekolah. Berikut adalah strategi promosi sekolah melalui media sosial yang dilakukan oleh SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang.

a. Perencanaan strategi promosi sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati baiturrahman 2 Semarang

Menurut Sondang dalam (Syamsuddin, 2017), perencanaan dijelaskan sebagai keseluruhan proses pemikiran dan penentuan yang matang tentang apa yang akan dilakukan dimasa yang akan datang dalam mencapai tujuan. Sedangkan menurut George R. Terry dalam (Syamsuddin, 2017), perencanaan atau *planning* adalah

menentukan tujuan yang akan dicapai selama suatu masa yang akan datang dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Dalam melaksanakan perencanaan promosi sekolah melalui media sosial. Tim Humas merencanakan serangkaian strategi promosi yang kemudian dibawa di rapat tahunan PPDB sekolah. Dimana nantinya apa yang disepakati dirapat tersebut merupakan hasil akhir dari kesepakatan bersama mengenai strategi pemasaran sekolah melalui media sosial. Tim humas mengawasi pembuatan strategi promosi dengan menganalisis kebutuhan pasar, kemudian merumuskan konten apa yang perlu dibuat. Sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SD Hj Isriati Baiturrahman 2.

Pelaksanaan promosi sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 dirasa sangat tepat. Karena informasi yang diberikan kepada masyarakat akan lebih cepat tersampaikan. Dan interaksi dengan masyarakat juga bisa dilakukan lebih intens. Sehingga menimbulkan ikatan emosional yang pada akhirnya masyarakat berminat untuk menyekolahkan anaknya di SD Hj Isriati Baiturrahman 2.

b. Pelaksanaan Strategi Promosi Sekolah Melalui Media Sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang

Pelaksanaan merupakan pekerjaan untuk menggerakkan sekelompok orang dengan cara yang berbeda supaya mereka mau berusaha untuk mencapai tujuan organisasi (Ibrah Mustafa Kamal & Negeri Alauddin Makassar, 2023). Sedangkan hasil penelitian dalam (Fathonah, 2016), yakni terdapat beberapa pelaksanaan strategi promosi, seperti pemasaran langsung dengan menggunakan IT, atau dengan pemasaran langsung dengan media cetak dan elektronik.

Dalam melakukan serangkaian promosi sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang. Diperlukan pembagian tugas yang jelas. Agar tercipta kerja kolaboratif yang menghasilkan hasil yang efektif dan efisien sesuai dengan tujuan dari sekolah. Dalam pelaksanaan promosi sekolah melalui media

sosial ditanggung jawabi oleh tim humas. Dimana tim humas dibantu oleh tim IT dalam pelaksanaanya. Bisa dibilang tim humas bekerja sebagai konseptor. Yaitu mengkonsep konten apa yang akan dibuat. Kemudian tim IT sebagai tim eksekutor. Yaitu melaksanakan seluruh kegiatan edit mengedit konten. Baik konten yang berupa pamflet ataupun video. SD Hj Isrtiati juga menjalin kerjasama dengan Media Televisi dan portal berita dalam memasif kan promosi. Seperti TVRI, Suara Merdeka, dll sehingga dapat meningkatkan visibilitas sekolah kepada masyarakat. Dan nantinya maskyarakat akan berminat untuk menyekolahkan anaknya di SD Hj Isriati Baiturrahman 2.

c. Evaluasi Strategi Promosi Sekolah melalui Media Sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang

Proses evaluasi disebut juga *strategic control* yang mana, setelah dilaksanakannya strategi, pemimpin akan memotivator yang mana tujuannya adalah untuk menilai apakah lembaga tersebut berjalan kearah tujuan yang sudah ditetapkan atau sebaliknya. Evaluasi sangat diperlukan untuk memperbaiki lagi jika ada yang kurang dalam pelaksanaan suatu strategi (Amstrong, 2012). Dikuatkan dengan hasil penelitian (Syarif Hidayatullah, 2018) yakni alat promosi yang dilakukan dalam mempromosikan sekolahnya berbagai macam, yakni dengan brosur, spanduk, promosi di event-event besar. Dan promosi yang dilakukan ini berdampak pada peningkatan jumlah siswa di setiap tahun.

Evaluasi yang dilakukan dalam pelaksanaan strategi promosi sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 ini dilakukan setiap 3 bulan sekali. Dimana nantinya setiap 3 bulan akan diadakan evaluasi menyeluruh tentang PPDB yang salah satunya juga membahas mengenai promosi melalui media sosial. Nantinya akan diadakan evaluasi mengenai apa yang sudah baik dan mana yang belum maksimal atau kurang baik. Kemudian dicarikan jalan keluar mengenai permasalahan tersebut. Evaluasi begitu penting dilakukan untuk meningkatkan kualitas dari promosi media sosial. Baik isi konten dan lain lain nya.

2. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Promosi Sekolah Melalui Media Sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang

a. Faktor Pendukung Strategi Promosi Sekolah Melalui media Sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang

Faktor yang mendukung strategi pemasaran sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati 98 Baiturrahman 2 adalah sarpras pembuatan konten yang memadai, bekerjasama dengan lembaga media luar, pemantauan analitic yang dapat mengetahui keterjangkauan konten, pembagian jobdesc yang jelas, lebih ekonomis. Faktor diatas sedikit banyak membantu pelaksanaan promosi sekolah melalui media sosial.

b. Faktor Penghambat Strategi Promosi Sekolah Melalui media Sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang

Faktor yang penghambat strategi pemasaran sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 yaitu tidak maksimalnya keterlibatan warga sekolah, respon negatif atau komentar buruk, serta berubah ubahnya algoritma media sosial. Faktor penghambat yang disebutkan diatas menyebabkan serangkaian promosi melalui media sosial tidak berjalan semaksimal sebagaimana mestinya.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang dengan judul “Strategi Promosi Sekolah Melalui media Sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 Semarang berjalan sesuai apa yang di inginkan oleh sekolah. Dalam pelaksanaanya, sekolah menerapkan strategi promosi yang baik. Dimulai dengan perencanaan. Dimana sekolah melakukan riset diawal untuk menentukan target pasar dan konten seperti apa yang dibutuhkan. Kemudian dilanjutkan dengan pengorganisasian. Yaitu memberikan jobdesc secara jelas kepada tim yang ada. Selanjutnya dalam

pelaksanaan tim humas bekerja sama dengan tim IT dalam pengerjaan sebuah konten yang akan dibuat. Yang nantinya akan di upload di sosial media sekolah seperti *Whatsapp, Instagram, Facebook, Youtube, Tiktok, dan Website*. Lalu di setiap 3 bulan sekali diadakan evaluasi tim PPDB yang salah satunya membahas terkait keefektifan dari promosi di media sosial.

2. Faktor pendukung strategi promosi sekolah melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 adalah sarpras yang memadai, bekerjasama dengan lembaga media luar, pemantauan analitic, pembagian jobdesc yang jelas, lebih ekonomis. Sedangkan faktor penghambat strategi promosi melalui media sosial di SD Hj Isriati Baiturrahman 2 adalah tidak maksimalnya keterlibatan warga sekolah, respon negatif atau komentar buruk, berubah ubahnya algoritma sosial media.

Referensi

Aime Heene, D. (2010). *Manajemen Strategik*. Refika Aditama.

Amstrong, P. K. dan G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.

Fathonah, K. (2016). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan Di Man I Sragen. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan Di Man I Sragen*, 53(9), 1689–1699.

Ibrah Mustafa Kamal, S., & Negeri Alauddin Makassar, I. (2023). Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupten Gowa. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 60–69.

Kotler, P. (1994). *Marketing*. Erlangga.

Mahfudz, M. (n.d.). *Hasil Wawancara Pra Riset*.

Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Vol. 1, Issue 1). <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.ijsrjournals.org>

Riyanto, A. D. (n.d.). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>

Semarang, D. P. K. (n.d.). *Sang Juara*. <https://sangjuara.semarangkota.go.id/statistik>

Sidiq, U. (2015). Urgensi Manajemen Strategik dalam Lembaga Pendidikan (Implementasi di MAN 3 Yogyakarta). *EDUKASI: Jurnal Pendidikan Islam (e-Journal)*, 3(1), 107–215.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD. In *Penerbit Alfabeta, Bandung* (Vol. 19, p. 346). <https://anyflip.com/utlqr/qtha/basic%0Ahttps://drive.google.com/file/d/1GN5zu2YGSDzVooss95coh4dGdMaUh92/view>

Syamsuddin. (2017). Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(1), 3–4. <https://doi.org/10.24252/idaarah.viii.4084>

Syarif Hidayatullah, U. (2018). Strategi Promosi Smp Pgri 12 Jakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa. *Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*.

Widyawati, A. B., Ilmu, F., Dan, T., Islam, U., & Walisongo, N. (2021). *STRATEGI PROMOSI*

PENDIDIKAN MELALUI PARTISIPASI MASYARAKAT DI MI NASHRULFAJAR KOTA SEMARANG.

Zuhaeda, N. F., Indonesia, U. P., Bandung, K., & Java, W. (2019). *RESOURCES AND COMMUNICATIONS OPTIMALIZATION*. 3(1), 1-9.