

EFEKTIFITAS PROMOSI PENDIDIKAN

Surahmat¹Ahmad Zulkhair Bahri²

^{1,2}Universitas Islam Indragiri, Riau

Email: Surahmatr97@gmail.com

Received: 29 Juni 2024

Revised: 14 Juli 2024

Accepted: 15 Juli 2024

Abstrak

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini untuk mengetahui Internalisasi Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang efektifitas promosi pendidikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah literature review. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektifitas promosi pendidikan merupakan suatu kegiatan atau aktifitas yang mengacu pada sejauh mana upaya promosi yang dilakukan untuk memasarkan institusi pendidikan atau program pendidikan, sedangkan, efisiensi promosi pendidikan adalah upaya untuk menggunakan sumber daya secara optimal dalam kegiatan promosi pendidikan guna mencapai tujuan tertentu, seperti meningkatkan kesadaran, minat, dan partisipasi dalam program atau institusi pendidikan. Hal ini mencakup strategi dan taktik untuk memaksimalkan dampak promosi dengan biaya seminimal mungkin, termasuk penggunaan media sosial, iklan, kampanye informasi, dan kolaborasi dengan pihak-pihak terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang melibatkan interaksi langsung, seperti pengumuman di kelas dan presentasi di aula, ataupun melalui promosi beasiswa saat di tawarkan ke sekolah lebih efektif daripada promosi yang hanya mengandalkan media digital atau cetak. Implikasi praktis dari penelitian ini menyoroti pentingnya interaksi langsung dalam mencapai tujuan promosi di lingkungan sekolah. Promosi bertujuan untuk mempengaruhi calon siswa untuk bisa melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi, promosi juga bertujuan untuk memotivasi siswa bahwa pentingnya sebuah pendidikan di era globalisasi sekarang ini serta menjadi sarana untuk membangun hubungan antara siswa, masyarakat dan lembaga pendidikan.

Kata Kunci

Efektifitas Promosi, Pendidikan

Abstrack

This research aims to provide an understanding of the effectiveness of education promotion. The method used in this research is a literature review. The results of the research show that educational promotion effectiveness is an activity or activity that refers to the extent to which promotional efforts are made to market educational institutions or educational programs, whereas educational promotion efficiency is an effort to use resources optimally in educational promotion activities to achieve certain goals. , such as increasing awareness, interest, and participation in educational programs or institutions. This includes strategies and tactics to maximize promotional impact with minimal costs, including the use of social media, advertising, information campaigns, and collaboration with related parties. The research results show that promotions that involve direct interaction, such as announcements in class and presentations in the hall, or through scholarship promotions when offered to schools are more effective than promotions that only rely on digital or print media. The practical implications of this research highlight the importance of direct interaction in achieving promotional goals in the school environment. Promotion aims to influence prospective students to be able to continue their studies to a higher level, promotion also aims to motivate students about the importance of education in the current era of globalization and is a means of building relationships between students, society and educational institutions.

Key Word

Effectiveness of Promotion, Education

I. PENDAHULUAN

Efektifitas merupakan kata dasar dari efektif, menurut kbbi (kamus besar bahasa indonesia) adalah ada efeknya, manjur, mujarab, keberhasilan yang telah di raih saat melakukan sesuatu yang dapat membawa keberhasilan, dan berguna. Dalam konteks umum, efektivitas mengacu pada sejauh mana suatu lembaga mempromosikan lembaga telah berhasil mencapai tujuannya, dengan mempertimbangkan sumber daya yang digunakan. Efektivitas merupakan konsep penting dalam berbagai disiplin ilmu dan bidang. Efektifitas adalah kemampuan untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Stephen covey berpendapat bahwa efektivitas terletak pada pencapaian tujuan penting dalam kehidupan pribadi dan profesional (Nurlailah.,2014:155) Hal ini terkait dengan “kepemimpinan pribadi dan manajemen waktu” dalam kemampuan seorang pemimpin untuk mencapai tujuan organisasi melalui pengaruhnya terhadap orang lain (Nilam Sari,2016:5) Sementara itu, Joseph M. Juran menekankan efektivitas dalam konteks manajemen mutu, dimana efektivitas berarti mencapai kepuasan pelanggan dengan hasil yang konsisten (Sutrisno Hadi,2017:24). kemudian Rolbert S. Kaplan mengatakan bahwa efektivitas didefinisikan sebagai pencapaian tujuan jangka panjang organisasi, termasuk tujuan finansial dan nonfinansial (Robert,S.Kaplan,dkk,2010:7). Efektivitas selalu mengenai pencapaian tujuan atau hasil yang diinginkan secara tepat dan efisien dimana dapat dilakukan apabila dalam suatu promosi yang sudah di rencanakan dan dapat diselesaikan sesuai dengan target perencanaan, baik dalam tenaga, waktu, biaya, maupun mutunya maka dapat di sebut dengan efektif (Gibson,2013:24).

Dari beberapa pendapat di atas dapat di simpulkan bahwa efektifitas promosi bisa di sebut sebagai komunikasi pemasaran yang sesuai dengan perencanaannya, dalam suatu kegiatan untuk meningkatkan sesuatu (barang atau jasa) ke arah yang lebih baik. Promosi yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu lembaga pendidikan untuk meningkatkan sesuatu yang di inginkan di lembaga tersebut, Selain itu, kegiatan promosi pendidikan dapat dilakukan apa yang kita tawarkan supaya minat calon siswa dapat meningkat dan dapat diterima dengan baik oleh calon siswa maupun masyarakat, sehingga mereka dapat berpartisipasi dan antusias dalam lembaga tersebut (Suryad,2018:13)

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian literatur review ataupun kajian pustaka yaitu sebuah pendekatan penelitian dengan cara mengumpulkan data dan informasi, dari berbagai sumber pustaka, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian dan sumber sumber lainnya, data dan informasi yang di kumpulkan kemudian di analisis dan di simpulkan agar masyarakat umum ,guru, siswa maupun pembaca lainnya dapat memahami tentang efektivitas promosi pendidikan yang di tulis oleh peneliti.

III. PEMBAHASAN

A. Pengertian Promosi pendidikan

Promosi berasal dari bahasa inggris yaitu promotor yang berarti mengembangkan ataupun bisa di katakan meningkatkan. Apabila definisi tersebut relevan dengan bidang pendidikan, berarti merupakan sarana untuk menambah jumlah peserta didik pada suatu lembaga pendidikan. Menurut Buchari Alma promosi pendidikan adalah suatu bentuk kegiatan yang berupa komunikasi pemasaran untuk menyebarkan informasi kepada sasaran, mempengaruhi, membujuk, mengingatkan mereka tentang lembaga pendidikan tersebut dan prestasi yang di mana sasaran promosi dapat menerima, tertarik, dan akan menikmati apa yang di tawarkan sekolah tersebut misal nya mempromosikan kelebihan dan prestasi yang ada di sekolah tersebut (Dewi Candra, 2014:53-64) Promosi pendidikan merupakan upaya untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan partisipasi masyarakat terhadap pendidikan. Hal ini mencakup berbagai strategi seperti kampanye publik, program informasi, penggunaan media sosial dan kegiatan lain untuk meningkatkan akses dan meningkatkan kualitas pendidikan, sebagaimana dikemukakan Herdiana dalam bukunya “Managing Marketing Strategies”, promosi pendidikan adalah suatu kompleks dalam pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai pelanggan atau menciptakan kualitas pendidikan dalam ingatan calon siswa, serta pertukaran informasi yang bertujuan untuk mengubah hubungan dan mengubah perilaku pelanggan (Eka Zakiah Pratiwi, 2017)

Tujuan promosi pendidikan adalah untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan partisipasi masyarakat, serta menarik calon peserta didik untuk mendaftar dan bersekolah di lembaga pendidikan, dalam hal ini mencakup promosi nilai pendidikan dan mendidik masyarakat tentang manfaat pendidikan. (Kloter, 2009:13).

Menurut Terance A. Shimp ada tiga manfaat promosi pendidikan, **Pertama**, *Penyediaan informasi (informasi)* yakni promosi memberikan informasi kepada calon siswa tentang lembaga pendidikan yang di tawarkan, serta menginformasikan kepada mereka tentang berbagai keunggulan lembaga pendidikan dan keunggulan prestasi yang di raih serta membantu meningkatkan citra pendidikan yang ada di sekolah tersebut. promosi juga berfungsi sebagai informasi tambahan yang berharga bagi calon siswa yang dipromosikan yang ingin melanjutkan sekolah yang lebih tinggi lagi dan memberi tahu mereka tentang ada nya penerimaan siswa baru di sekolah tersebut. **Kedua**, Persuasi (persuasi) Lingkungan periklanan yang baik dapat membujuk calon siswa untuk dapat bergabung di lembaga tersebut dan untuk melihat keunggulan dan jasa yang ditawarkan. Persuasi dapat mempengaruhi permintaan awal, artinya, menciptakan permintaan untuk seluruh kategori siswa,. Promosi sering kali dirancang untuk meningkatkan permintaan terhadap apa yang di tawarkan. **Ketiga**, Promosi dapat meningkatkan calon siswa untuk bergabung di sekolah tersebut, di benak calon siswa. Promosi pendidikan dapat dilakukan melalui media spanduk, brosur yang sebelumnya dapat membantu mengingat adanya sebuah lembaga, dengan adanya promosi maka dapat mempengaruhi target siswa yang ingin masuk ke lembaga sekolah tersebut (Terance.A.shimp 2017).

B. Pengertian Efektivitas Promosi

Efektivitas promosi pendidikan adalah kemajuan atau perbaikan, misalnya saja peningkatan siswa di suatu sekolah atau peningkatan suatu institusi. Efektivitas promosi pendidikan dapat diukur dari berbagai faktor, antara lain peningkatan tingkat kesadaran masyarakat, partisipasi dalam program pendidikan, dan pencapaian tujuan pendidikan yang telah ditentukan. Hal ini termasuk menilai seberapa baik khalayak sasaran berkomunikasi dan merespons pesan-pesan pendidikan (Rivai Wirasasmita,2018:399), Basu Swasta mengatakan efektifitas promosi adalah implementasi suatu informasi atau keyakinan dalam suatu tujuan yang dimaksudkan untuk memotivasi individu atau organisasi melakukan tindakan seperti menciptakan pertukaran informasi. Promosi pemasaran mencakup semua alat bauran pemasaran dalam peran utamanya adalah menyediakan komunikasi yang lebih efektif (Freddy Rangkuti,2009:49).

Indikator promosi pendidikan yang efektif yaitu:

1. Pemetaan Target Siswa.

Promosi tidak bisa terjadi begitu saja. Anda harus memutuskan terlebih dahulu calon siswa mana yang berhak untuk menjadi salah satu siswa di sekolah anda. Misalnya, sekolah islam terpadu cenderung tidak mempromosikan sekolah yang berlatar belakang non-islam dan sebaliknya. Alternatifnya, sekolah menengah atas dengan mata pelajaran tertentu, seperti sekolah kejuruan prestasi sekolah sepak bola, atlet, mengemudi dan lain sebagainya, kejuaraan ini sebaiknya mempromosikan materi promosi sekolah yang akan di informasikan kepada calon siswa laki-laki (walaupun tidak menutup kemungkinan siswa perempuan juga tertarik, namun ini bukan tujuan utamanya), selain kategori usia, kriteria perbandingan target dapat mencakup banyak variabel. Misalnya, jika sekolah tersebut merupakan sekolah kejuruan, maka dapat mengambil langkah-langkah untuk mencocokkan minat calon siswa dengan melakukan tes terhadap minat, bakat dan kemampuan mereka serta menawarkan sarana gratis mengenai rencana studi lebih lanjut, seperti penawaran fasilitas olahraga dan tempat tinggal yang berdekatan dengan sekolah anda, sebagai tempat tinggal siswa yang tinggal di wilayah tertentu, anda dapat menjalankan promosi yang menyediakan transportasi yang nyaman bagi siswa (Nita Oktifa, 2022; 16).

2. Kenalkan Sekolah

Setelah pihak manajemen sekolah mengidentifikasi kelompok sasaran siswa, langkah selanjutnya adalah memperkenalkan langsung pihak sekolah kepada kelompok sasaran tersebut kepada calon siswa maupun orang tua calon siswa. tujuan ini dapat dicapai, di karenakan pada tahap ini adalah agar calon siswa atau orang tua mereka mendapatkan lebih banyak informasi tentang sekolah tersebut, meskipun mereka tidak tahu banyak tentang sekolah tersebut. oleh karena itu, tidak disarankan untuk terburu-buru atau meminta calon siswa atau orang tuanya untuk mendaftarkan ke sekolah pada tahap ini (Yudhi Surakhman, 2010).

3. Promosikan Lembaga Sekolah.

Setelah menyelesaikan langkah 1 dan 2, maka langkah ketiga yaitu mempromosikan lembaga sekolah yang kita ingin tawarkan, pada tahap ini anda harus membuat daftar manfaat yang dapat anda tawarkan kepada calon siswa atau orang tua calon siswa. anda juga dapat mengetahui apa saja yang dikhawatirkan oleh calon siswa dan orang tuanya saat

memilih sekolah, dan mungkin sekolah anda bisa menjadi jawaban atas pertanyaan mereka. saat menawarkan materi promosi untuk sekolah anda, pertimbangkan hal hal berikut: ceritakan visi misi sekolah, guru maupun tenaga pendidik yang ada di sekolah, lingkungan yang sangat baik dan ramah, prestasi sekolah (akademik dan non akademik), budaya dan lingkungan sekolah, ekstrakurikuler sekolah, program sekolah dan peraturan sekolah.

Untuk mempromosikan pendidikan, hal yang tidak kalah penting adalah merencanakan teknik promosi yang tepat. Pada bagian ini perlu direncanakan metode yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan promosi sekolah dan mencapai tujuan dalam memperluas jangkauan sekolah dan memenuhi harapan sekolah. Ada dua teknik promosi pendidikan, **Pertama**, Teknik promosi online. Pada awalnya promosi sekolah masih banyak yang menggunakan cara tradisional, namun di era globalisasi ini kemajuan alat teknologi yang sudah banyak sekolah mulai menerapkan teknologi periklanan dengan cara online. Teknik promosi online berasal dari teknologi yang lahir dari kemajuan teknologi dan kebutuhan modern. mengingat semakin meningkatnya jumlah pengguna internet di indonesia, sangat disayangkan sekolah tidak menggunakan media online sebagai alat promosi. berdasarkan survei teknologi modernisasi pada tahun 2017, terdapat 143,26 juta pengguna internet di indonesia, atau lebih dari separuh jumlah penduduk negara tersebut. selain itu, tingkat penetrasi pengguna internet usia 13 hingga 18 tahun (di usia masih sekolah) mencapai 75%. dalam hal ini maka pihak sekolah tidak melewatkan kesempatan ini sebagai media promosi sekolah (Sahid.M,2011:748) Kesederhanaan teknologi informasi modern, khususnya teknologi internet, telah memungkinkan tercapainya banyak prestasi dan pemanfaatan peluang dan sumber daya secara efektif. akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, bermunculanlah media-media baru, khususnya website, dan jumlah kasus pengembangan dan penggunaannya di segala bidang, baik individu maupun organisasi, semakin meningkat. website merupakan sarana penyebaran informasi kepada masyarakat pendidikan melalui internet. di sini, fungsi utama internet adalah untuk mengatasi batas-batas ruang dan waktu. dalam dunia kompetitif yang berubah dengan cepat, informasi adalah sumber daya. ini adalah bagian yang sangat penting dari kursus ini. menyebarkan informasi dengan cepat, akurat dan mudah dapat memberikan

manfaat besar bagi upaya pelatihan organisasi anda (Fitriyadi,2013). Peluang dari promosi online ini berpotensi sangat besar hal ini lah yang menjadi promosi secara online menjadi suatu kesempatan bagi pihak sekolah untuk melakukan sarana promosi.

Ada bebera teknik promosi secara online. (1) Menggunakan website sekolah sebagai media promosi. Cara mudah untuk beriklan secara online adalah dengan membuat website sekolah.. website sekolah memudahkan calon siswa mendapatkan informasi tentang sekolah yang diinginkan sebab, pencarian informasi di internet memberikan hasil dalam pencarian informasi secara langsung. dengan adanya pendekatan daring, informas yangi diberikan langsung kepada calon pengguna layanan sekolah tanpa kunjungan ke sekolah tersebut,website sekolah adalah sebuah platfrom online yang di buat untuk mempromosikan sekolah dan menyediakan informasi kepada berbagai pihak yang berkepentingan seperti,siswa,orang tua, guru,staf,alumni dan Masyarakat umum. (Desi Lestari Setyaningsih,2020:2-3) (2) Media sosial sebagai promosi sekolah. Perkembangan teknologi informasi, termasuk media sosial, mengalami kemajuan yang semakin pesat. jejaring sosial digunakan di semua bidang kehidupan, termasuk sekolah. karena pesatnya perkembangan media sosial, para pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengelolaan sekolah, antara lain kolomadu, kabupaten kalangyar, asosiasi pengusaha dan amal muhammadiyah jawa tengah (aum), kini beradaptasi dengan perubahan arus informasi yang diperlukan. jaringan adalah alat yang dapat anda gunakan untuk mempromosikan sekolah anda dan menarik calon siswa. selain membuat website, sekolah dapat mempromosikan layanannya melalui jejaring sosial seperti yang di gunakan saat ini yaitu facebook, twitter, dan instagram yang menjadi platform media sosial utama di indonesia. promosi sekolah juga secara aktif terlibat media sosial sebagai sarana pengguna promosi pada saat ini dan calon pengguna layanan mereka melalui media sosial. hal ini menambah nilai komunikasi yang baik dan pada akhirnya memengaruhi kepercayaan dan keterlibatan di sekolah (Nuryakin,2022). Menurut laporan *we are social dan hootsuite (we are social, 2021)*, 61,8% dari total penduduk indonesia atau 274,9 juta jiwa merupakan pengguna media sosial. jumlah pengguna media sosial di indonesia sebenarnya mencapai 170 juta jiwa, menjadikan media sosial sebagai salah satu kegiatan pemasaran yang paling efektif melalui media periklanan. banyak peluang untuk membangun citra sekolah anda di berbagai

platform media sosial seperti facebook, instagram, youtube, twitter, line dan tiktok. namun streaming video adalah kunci untuk memenangkan perlombaan di era digital. sekolah menggunakan media sosial untuk bersaing dalam inovasi dan mempromosikan sekolah mereka. kemampuan seorang guru dalam menggunakan berbagai media digital menjadi indikator penting. era industri 4.0-5.0 membawa kesadaran baru akan pola interaksi baru dalam perolehan, pengolahan, dan asimilasi informasi yang menjadi bahan baku terciptanya brand image sekolah. pihak sekolah saat ini sedang berupaya membuat sekolah virtual dalam bentuk website dan akun media sosial seperti facebook, instagram, dan twitter (Asep Ikhwan,2022). (3), Menggunakan media audio visual (YouTube). Promosi sekolah secara online lain yang efektif dan menarik perhatian adalah konten video audio youtube yang diunggah ke saluran youtube media sekolah. iklan melalui media tersebut memudahkan calon siswa atau orang tua calon siswa untuk mengetahui tentang informasi sekolah tersebut. jumlah siswa di sekolah tersebut diperkirakan akan terus bertambah. berkat beragamnya sarana video di berbagai platform media sosial, calon siswa bisa melihat seperti apa kehidupan sekolah. tur di balik layar dapat mengungkap aspek-aspek sekolah yang mungkin terabaikan atau kurang terwakili. .situs web. ini mencakup keseluruhan energi siswa dan staf, jadwal tim olahraga, kegiatan dan klub yang ditawarkan, acara khusus, dan banyak lagi. termasuk. termasuk. termasuk. kamu dapat masuk. anda juga dapat berbagi video testimonial dengan mahasiswa yang pernah mengunjungi departemen anda dan berdiskusi atau mempresentasikan pengalamannya secara kreatif. mempelajari cara mempromosikan sekolah anda di media sosial akan memaksimalkan jangkauan dan pertumbuhan anda, membantu anda meningkatkan tingkat konversi (Meriana,2020).

Kedua, Teknik promosi offline (konvensional) adalah metode pemasaran langsung yang banyak digunakan sekolah, kebanyakan sekolah yang masih menggunakan teknik promosi secara offline, metode ini menggunakan lingkungan fisik dan pendekatan tatap muka secara langsung. diantaranya adalah brosur, baliho, poster, dan lain-lain. Periklanan model ini menuntut untuk dapat memastikan bahwa media periklanan benar-benar tersampaikan kepada audiens yang tepat. Brosur tetap menjadi sarana periklanan offline yang efektif dan hemat biaya karena menyampaikan informasi langsung kepada pembaca. Promosi biasanya didapat melalui pamflet yang dipasang di persimpangan, di dek, atau di

depan jendela mobil pedagang yang diparkir. Dengan memberikan informasi yang berguna dan terperinci sebelum membuat brosur, anda dapat mendorong penerima untuk membacanya daripada membuangnya. (Mustopa,2013:52)

Teknik promosi offline lain yang efektif adalah dengan mengadakan kegiatan promosi tingkat rendah di sekolah lain. cara ini dapat digunakan ketika sekolah misi mengusulkan kerjasama dengan sekolah afiliasinya. Jika sekolah menawarkan pendekatan win-win, pendekatan ini kemungkinan besar akan berhasil. misalnya, anda dapat mengelola sekolah menengah favorit anda dan mengadakan acara di sekolah menengah atas di beberapa kota terdekat. menawarkan kerjasama dengan sma untuk memberikan kuota khusus kepada sekolah yang ingin bekerjasama dengan SMA untuk menerima siswa tanpa tes atau apapun. sekolah mempunyai peluang promosi untuk menjelaskan kekuatan sekolah dan kekhawatiran lainnya. sekolah menengah mendapat manfaat ketika satu atau lebih siswa mendaftar di sekolah menengah (Joseph MC Kenrick,2020).

Selain itu, teknik promosi yang banyak diterapkan oleh sekolah-sekolah hingga perguruan tinggi saat ini adalah dengan memberikan promo diskon atau beasiswa kepada calon peserta didiknya. Memberikan diskon kepada calon siswa yang ingin mendaftar di awal pada masa penerimaan siswa baru yang merupakan suatu langkah yang solid. adapun dengan memberikan bantuan berupa bantuan fisik dari sekolah dan memastikan promo bahwa kuota siswa terbatas setiap gelombang nya,, calon siswa ataupun calon orang tua siswa juga dapat memperoleh manfaat dari biaya yang lebih murah dengan persyaratan keluarga yang kurang mampu. cara ini paling baik dilakukan ketika mempromosikan sekolah dan mengenal sekolah tersebut, terutama jika mereka ingin melanjutkan studi di sana. misalnya, menawarkan beasiswa kepada mahasiswa baru yang berprestasi akan memberikan manfaat bagi sekolah dengan menutup biaya dana abadi. hal ini dapat meningkat nya prestasi sekolah baik akademik maupun non akademik tergantung pada kemampuan siswanya. untuk menarik minat siswa pada tahun ajaran baru, sekolah hendaknya melakukan promosi sekolah. Sekolah dapat beriklan melalui berbagai media untuk mempengaruhi pilihan sekolah pilihan pelamar. namun demikian, iklan sekolah tetap berdampak pada calon siswa, karena tidak hanya menunjukkan pencapaian sekolah, tetapi juga kualitas sekolah. Tersebut (Februari,dkk,2022).

Kemudian promosi yang dinilai efektif lainnya adalah promosi melalui alumni. Teknik ini tidak dapat dilakukan dalam semalam. pertama, sekolah harus mampu memberikan pelayanan pendidikan terbaik kepada siswanya. sehingga mereka merasakan manfaatnya. lulusan mungkin bersedia melepaskan biaya kuliah tanpa menanyakan apakah mereka dapat menerima diskon yang signifikan. para alumni ini lah produk yang telah di hasilkan di sekolah tersebut. dan apabila alumni bagus maka pelayanan di sekolah itu juga sudah sangat efektif, saya dengan senang hati akan merekomendasikannya kepada teman dan keluarga saya. begitu sekolah mencapai tingkat ini, mudah untuk berpindah sekolah. misi sekolah adalah untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan kepada siswa.

IV. KESIMPULAN

Efektivitas promosi pendidikan merupakan suatu kegiatan atau aktifitas yang mengacu pada sejauh mana upaya promosi yang dilakukan untuk memasarkan institusi pendidikan atau program pendidikan, sedangkan, efisiensi promosi pendidikan adalah upaya untuk menggunakan sumber daya secara optimal dalam kegiatan promosi pendidikan guna mencapai tujuan tertentu, seperti meningkatkan kesadaran, minat, dan partisipasi dalam program atau institusi pendidikan. efektivitas promosi pendidikan sangat di perlukan Setiap lembaga pendidikan, adapun promosi dalam memasarkan lembaga pendidikan yaitu promosi secara offline dan online, dalam melakukan promosi offline lembaga pendidikan dapat memasarkan lembaganya dengan cara membuat baleho, poster, koran ataupun turun langsung ke sekolah, memberikan diskon atau beasiswa dan menceritakan visi misi dan tujuan dari sekolah yang ingin di pasarkan, selain itu, teknik Promosi pendidikan yang dapat di lakukan adalah promosi secara online, dalam hal ini setiap instansi dapat melakukan nya dengan cara membuat website sekolah, media sosial seperti facebook, twitter, instagram, maupun video di youtube, dengan adanya efektivitas Promosi pendidikan maka tidak menutup kemungkinan akan meningkatkan target siswa yang kita inginkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buchari Alma, 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran*, Penerbit Alfabeta, Bandung:

bumi aksara

Desi Lestari Setyaningsih, 2020, *Strategi Humas Dalam Menciptakan School Branding*

(Penelitian Kualitatif Di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo), Skripsi pada IAIN Ponorogo

Dewi, Chandra. 2014. Pengaruh kualitas dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan minya pembelian,I Surakarta jurnal vol.1 ilmu komputer.

Eka, Zakiyah Pratiwi. 2017. Menerapkan strategi pemasaran sekolah untuk menarik minat siswa baru,Surakarta:IAIN

Februari. F., Rais, dkk.2022. Education Marketing Strategy in Al-Amalul Khair Palembang Islamic Junior High School.

Fitriyadi. 2013. Integrasi Teknologi Informasi Komunikasi Dalam Pendidikan: Potensi Manfaat, Masyarakat Berbasis Pengetahuan, Pendidikan Nilai, Strategi Implementasi Dan Pengembangan Profesional

Freddy Rangkuti,2009, Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication, (Jakarta: Anggota IKAPI)

Gibson, 2013,Manajemen Sumber Daya Manusia, (Jakarta: Andi penerbit Erlangga

Herdiana,2008,Managing marketing Strategis pemasaran,(surabaya abadi)

Josephine McKenrick 2022,artikel school event Promotion tips that extend,jakarta : selembat empat

Kotler, P., & Keller, K. L. 2009 Manajemen Pemasaran(Edisi 13). Jakarta: Erlangga

Mustopa, Y. W., 2023. STRATEGI PROMOSI JASA PENDIDIKAN JAKARTA

Nita oktifa 2022,jurnal of student mapping based on student learning stayles,jakarta: gencana pranata media grup

Rivai Wirasasmita, dkk,2018, the complete dictonary of economics (Bandung: Pionir Jaya)

Robet,s.kaplan dkk ,2018 Managemen efektifitas 9th Edition, Pearson Prentice Hall,Surabaya: anugrah

Sahid, M. (2023). Penggunaan Media Sosial dalam Peningkatan Pendaftar Mahasiswa Baru. Jurnal Inovasi Penelitian,Vol 2 no 1

Suryadi, 2018 Strategi Pemasaran Pendidikan di Era Digital, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Sutrisno Hadi,2017, Metodologi Penelitian yang efektif, Andi Offset, Yogyakarta: cahaya media

Terence A.shimp 2017 ,benefits of educational promotion,jurnal of marketing

education,2017

Yudhi surakhman,2017 jurnal,strategi pengenalan promosi sekolah,jakarta,vol.4.no2