

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran jasa pendidikan di SMPN 4 Kota Kediri. Kesimpulan tersebut disajikan sebagai jawaban atas rumusan masalah penelitian serta menggambarkan inti proses yang ditemukan di lapangan.

1. Perencanaan penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran jasa pendidikan di SMPN 4 Kota Kediri

Dilakukan dengan menetapkan tujuan pemasaran pendidikan yang jelas, seperti meningkatkan minat calon peserta didik dan memperluas jangkauan informasi sekolah kepada masyarakat. Selain itu, sekolah juga menentukan target audiens yang spesifik, seperti calon siswa, orang tua, dan masyarakat umum, sehingga strategi yang digunakan lebih terarah. Pemilihan media digital dilakukan secara selektif dengan memanfaatkan platform seperti website sekolah dan media sosial, yang dinilai efektif dalam menyampaikan informasi secara luas dan cepat.

Perencanaan juga mencakup penentuan jenis konten yang akan dipublikasikan agar sesuai dengan kebutuhan dan minat audiens. Informasi yang disajikan meliputi kegiatan sekolah, prestasi siswa, program unggulan, serta informasi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Selain itu, sekolah juga mempertimbangkan waktu publikasi dan bentuk penyajian konten, seperti foto, video, maupun caption yang menarik, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan mampu menarik perhatian masyarakat. Dengan perencanaan yang terstruktur ini, penggunaan media digital dapat berjalan lebih efektif dan mendukung tercapainya tujuan pemasaran pendidikan.

2. Pengorganisasian penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran jasa pendidikan di SMPN 4 Kota Kediri

Dilaksanakan melalui pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas antar pihak yang terlibat. Sekolah membentuk tim pengelola media digital yang terdiri dari koordinator website, koordinator media sosial, serta melibatkan siswa melalui OSIS dalam pembuatan dan penyebaran konten. Koordinator website bertanggung jawab terhadap pengelolaan informasi yang bersifat resmi dan informatif, sedangkan koordinator media sosial berfokus pada penyajian konten yang lebih menarik, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik audiens digital. Sementara itu, siswa dilibatkan dalam proses kreatif seperti

dokumentasi kegiatan, pembuatan video, hingga penyusunan caption, sehingga konten yang dihasilkan lebih variatif dan relevan.

Pengorganisasian ini bertujuan agar seluruh aktivitas pengelolaan media digital dapat berjalan secara terkoordinasi, efektif, dan berkelanjutan. Dengan adanya pembagian peran yang jelas, setiap pihak memahami tugas dan tanggung jawabnya masing-masing sehingga meminimalkan terjadinya tumpang tindih pekerjaan. Selain itu, koordinasi antar tim juga dilakukan secara rutin, baik secara langsung maupun melalui media komunikasi, sehingga proses publikasi konten dapat berjalan lebih cepat dan terarah. Dengan demikian, pengorganisasian yang diterapkan mampu mendukung keberhasilan pemasaran digital sekolah dalam menyampaikan informasi secara konsisten dan tepat sasaran..

3. Pelaksanaan penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran jasa pendidikan di SMPN 4 Kota Kediri

Dilakukan dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana utama komunikasi dan promosi sekolah. Pelaksanaan ini diwujudkan melalui publikasi konten secara rutin dan konsisten di berbagai platform, seperti website dan media sosial, sehingga informasi sekolah selalu diperbarui dan mudah diakses oleh masyarakat. Selain itu, sekolah juga memanfaatkan berbagai fitur media sosial, seperti

postingan, story, dan video, untuk menyajikan informasi secara lebih menarik dan interaktif. Konten yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dikemas secara visual agar mampu menarik perhatian audiens.

Melalui pelaksanaan tersebut, sekolah dapat menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan stakeholder, seperti calon siswa, orang tua, dan masyarakat umum. Interaksi yang terjadi melalui komentar, pesan, maupun respon terhadap konten menjadi sarana bagi sekolah untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat. Dengan demikian, pemanfaatan media digital tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai alat komunikasi dua arah yang mendukung peningkatan citra dan kepercayaan terhadap sekolah.

4. Pengawasan penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran jasa pendidikan di SMPN 4 Kota Kediri

Dilakukan melalui kegiatan pemantauan dan evaluasi secara berkala terhadap penggunaan media digital yang telah dijalankan. Pengawasan ini mencakup pengamatan terhadap respon masyarakat, seperti jumlah like, komentar, dan tingkat interaksi pada setiap konten yang dipublikasikan. Selain itu, sekolah juga memperhatikan sejauh mana informasi yang disampaikan dapat dipahami dan menarik

perhatian audiens melalui masing-masing platform digital yang digunakan. Dengan cara ini, sekolah dapat mengetahui efektivitas konten yang telah dipublikasikan.

Hasil dari pengawasan tersebut kemudian dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian strategi pemasaran. Misalnya, jika jenis konten tertentu lebih banyak diminati, maka sekolah akan meningkatkan produksi konten serupa. Sebaliknya, konten yang kurang mendapatkan respon akan diperbaiki dari segi penyajian maupun isi informasinya. Dengan adanya pengawasan yang berkelanjutan, penggunaan media digital dapat terus berkembang dan tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat serta mendukung keberhasilan pemasaran jasa pendidikan di sekolah.

B. Saran

1. Bagi Pembaca.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, pembaca diharapkan dapat memahami bahwa media digital merupakan sarana yang efektif dalam memperoleh informasi mengenai suatu lembaga pendidikan, termasuk keunggulan yang dimiliki oleh sekolah. Oleh karena itu, pembaca diharapkan dapat bersikap lebih kritis dan selektif dalam menilai informasi yang disajikan melalui media digital sebagai dasar dalam pengambilan keputusan, khususnya dalam memilih lembaga pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Sejalan dengan hasil penelitian ini, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian terkait penggunaan media digital dalam pemasaran jasa pendidikan dengan memperluas variabel penelitian, seperti efektivitas konten digital, tingkat keterlibatan audiens, serta pengaruh platform media digital tertentu terhadap peningkatan minat pendaftar. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang lebih beragam diharapkan dapat menghasilkan temuan yang lebih komprehensif serta memberikan kontribusi yang lebih luas dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran jasa pendidikan