

Abstrak

Studi ini menyelidiki bagaimana lembaga pendidikan, khususnya sekolah, menerapkan strategi komunikasi pemasaran. RA Yasdjanur merupakan TK berbasis Islam yang berdiri sejak tahun 2005 dan memiliki keunggulan dalam program pembentukan karakter dan kunjungan rumah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan pendaftar RA Yasdjanur Bogor tahun 2021/2022. Kerangka teori terdiri dari strategi komunikasi pemasaran dan teori bauran komunikasi pemasaran. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Dengan mengkaji tahapan alat komunikasi dan promosi yang dilaksanakan melalui wawancara dan tambahan data pendukung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa RA Yasdjanur menggunakan seluruh elemen bauran komunikasi pemasaran untuk meningkatkan partisipasi mahasiswa, namun yang paling efektif adalah promosi melalui media sosial. Selain itu, RA Yasdjanur melaksanakan seluruh tahapan pengembangan komunikasi efektif untuk mencapai tujuan sekolah meningkatkan angka partisipasi.

Abstract

This study investigates the manner in which educational institutions, specifically schools, implement marketing communication strategies. RA Yasdjanur is an Islamic-based kindergarten that was established in 2005 and has advantages in character building and home visit programs. This study aims to determine the marketing communication strategy to increase RA Yasdjanur Bogor enrollment in 2021/2022. The theoretical framework consists of the marketing communication strategy and marketing communication mix theories. This research approach is qualitative with a descriptive method. By examining the stages of communication and promotional tools implemented via interviews and additional supporting data. The results of this study indicate that RA Yasdjanur uses all elements of the marketing communication mix to increase student enrollment, but the most effective is social media promotion. In addition, RA Yasdjanur executes all phases of developing effective communication to achieve the school's objective of increasing enrollment.