

MANAJEMEN PROMOSI BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI SEKOLAH DASAR

Ahmad Minanur Rohman

Universitas Pesantren K.H. Abdul Chalim Pacet Mojokerto
minanurrohmanahmad@gmail.com

M. Mujib Qulyubi

Universitas Nahdlatul Ulama' Indonesia
mujib.qulyubi@uinjkt.ac.id

Aris Adi Leksono

Komisi Perlindungan Anak Indonesia
arisadileksono@kpai.go.id

Ahmad Khor

Universitas Islam Nusantara
ahmadkhor@uninus.ac.id

ABSTRAK

Latar belakang dari penelitian ini adalah kemajuan teknologi yang berkembang dengan sangat pesat terutama dalam bidang informasi dan komunikasi. Salah satu sekolah yang menerapkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana promosi adalah Sekolah Dasar Islam Sabilina Bekasi. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana proses manajemen promosi berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang meliputi proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, promosi, evaluasi dan hasil promosi menggunakan teknologi informasi dan komunikasi di Sekolah Dasar Islam Sabilina. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Dasar Islam Sabilina Bekasi. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, Sekolah Dasar Islam Sabilina dalam promosi menggunakan beberapa media diantaranya media sosial Facebook, Instagram dan website. Dalam proses manajemen promosi, Sekolah Dasar Islam Sabilina menerapkan beberapa tahap. Pertama, perencanaan promosi, yaitu meliputi penentuan target pemilihan konten dan sebagainya. Kedua, membuat tim khusus dalam pelaksanaan yang telah dibagi pembagian kerjanya masing-masing. Ketiga, membuat konten sesuai rencana yang sudah ditentukan. Keempat, dilaksanakannya proses evaluasi promosi dalam durasi satu tahun

sekali yaitu setiap akhir tahun sehingga proses promosi dapat terus berkembang dengan baik. Kelima, dari penelitian ini didapatkan hasil yang positif dalam proses promosi menggunakan teknologi informasi dan komunikasi di Sekolah Dasar Islam Sabilina. Hal tersebut dapat diketahui dari banyaknya tanggapan positif dari orang tua siswa dan banyaknya calon orang tua siswa yang berinteraksi di media sosial di Sekolah Dasar Islam Sabilina.

Kata kunci: manajemen promosi, teknologi, sekolah dasar.

ABSTRACT

The background to this research is the enormous technological advances, especially in the fields of information and communication. One of the schools that implements the use of information and communication technology as a means of promotion is Sabilina Islamic Elementary School, Bekasi. This research aims to find out how the promotion management process is based on information and communication technology which includes the planning process, organizing, implementation, promotion, evaluation, and promotion results using information and communication technology at Sabilina Islamic Elementary School. This research uses qualitative research with a case study approach. The object of this research at Sabilina Islamic Elementary School, Bekasi. This research data collection technique uses interview, observation and documentation techniques. The analysis techniques used include data collection, data reduction, data presentation, and conclusion. The results of this research show that Sabilina Islamic Elementary School uses several media in its promotion, including social media, Facebook, Instagram, and websites. In the promotion management process, Sabilina Islamic Elementary School implements several stages. First, is promotion planning, which includes determining targets for selecting content and so on. Second, created special teams for this implementation which have been divided into their respective divisions of work. Third, create content according to a predetermined plan. Fourth, the promotion evaluation process is carried out once a year, namely at the end of each year so that the promotion process can continue to develop well. Fifth, from this research positive results were obtained in the promotion process using information and communication technology at Sabilina Islamic Elementary School. This can be seen from the many positive responses from parents of students and the number of prospective parents of students who interact on social media at Sabilina Islamic Elementary School.

Key words: promotion management, technology, elementary school.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang semakin pesat sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Dengan teknologi manusia dapat berbagi informasi, mencari informasi serta berinteraksi dengan mudah dan cepat. Dewasa ini banyak terdengar ungkapan yang mengatakan bahwa dunia telah memasuki era informasi, artinya semakin disadari oleh banyak pihak bahwa informasi merupakan sumber daya yang semakin penting peranannya dalam kehidupan manusia (Pratiwi & Wiyani, 2021). Telah diketahui bahwa, informasi merupakan hal yang sangat penting bagi manajemen dalam pengambilan keputusan.

Informasi dapat diperoleh dari sistem informasi atau disebut juga proses sistem atau proses sistem informasi (Fajri & Wiyani, 2019).

Teknologi informasi beberapa tahun belakangan ini berkembang dengan sangat cepat, sehingga dapat mengubah paradigma masyarakat dalam mencari dan mendapatkan informasi, yang tidak lagi terbatas pada informasi surat kabar, audio visual dan elektronik, tetapi juga sumber-sumber informasi lainnya yang salah satu diantaranya melalui jaringan Internet (Husaini, 2014). Pada sisi yang lain, internet tidak hanya menjadi sebuah media untuk menjalankan kegiatan bisnis tetapi juga menjadi kebutuhan dan *lifestyle* masyarakat. Menurut (Rusli, 2012) *Information Communication Technology* yang telah memasuki lingkungan bisnis telah menyokong keberhasilan organisasi secara lebih efektif dan efisien.

Adanya perkembangan Revolusi Industri 4.0 juga berdampak pada bidang pendidikan sebagai industri jasa. Dari perkembangan ini suatu lembaga pendidikan diharuskan untuk membentuk konsep yang lebih kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan peluang yang ada. Diantaranya adalah dengan memanfaatkan teknologi internet sebagai sarana menyampaikan informasi kepada masyarakat. Persaingan di bidang pendidikan menjadi semakin ketat. Lembaga-lembaga pendidikan yang memberikan jasa dalam mencerdaskan kehidupan manusia juga harus terus mengikuti terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta tuntutan konsumen. Sehingga dapat tercapai luas dan fungsinya sebagai penghasil SDM yang mampu membangun dirinya sendiri serta lingkungannya.

Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 1 yaitu Pendidikan Nasional adalah pendidikan yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang berakar pada nilai-nilai agama, kebudayaan nasional Indonesia dan tanggap terhadap tuntutan perubahan zaman. Maka dari itu, lembaga pendidikan saat ini tidak dapat lagi hanya dikelola dengan konsep cara-cara lama. Tuntutan masyarakat dan pemerintah dewasa ini mengakibatkan lembaga pendidikan sebagai suatu lembaga organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang tanggap terhadap perubahan zaman, sesuai dengan keinginan masyarakat atau konsumen pendidikan. Melalui penggunaan internet, suatu lembaga pendidikan dapat menyampaikan informasi secara cepat mengenai perkembangan pendidikan yang ada di lembaga tersebut. Adapun hal yang dapat dilakukan dalam kegiatan promosi sekolah bisa dilakukan dengan mudah tanpa terbatas dengan ruang dan waktu. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sekolah dapat menyebarkan informasi mengenai sekolah dengan efektif dan efisien. Semakin berkembangnya infrastruktur teknologi informasi di masyarakat juga menjadi faktor yang dapat membantu sekolah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan lebih mudah.

Pengguna internet sudah semakin luas dan mencakup berbagai kalangan. Kalangan surat kabar dan majalah umum sudah melengkapi berita-beritanya selain melalui kertas juga dapat diakses melalui internet. Kalangan lainnya yang memakai internet yaitu praktisi *public relation*, industri televisi, artis, para guru dan dosen, pengelola perpustakaan, penggemar komputer dan pengusaha (Soemirat & Ardianto, 2010). Melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005 mengenai Standar Nasional Pendidikan, pemerintah

sangat mendukung penggunaan teknologi informasi dalam dunia pendidikan, dengan menyebutkan bahwa standar sarana dan prasarana adalah standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan kriteria minimal tentang ruang belajar, tempat berolahraga, tempat beribadah, perpustakaan, laboratorium, bengkel kerja, tempat bermain, tempat beserta sumber belajar lain yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran termasuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (Alawiyah, 2017).

Pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana promosi sekolah melalui manajemen yang terstruktur dengan tepat diharapkan mampu menguatkan persepsi masyarakat atau konsumen pendidikan sehingga dapat mempengaruhi keputusan untuk memilih sekolah. Sekolah Dasar Islam Sabilina, merupakan salah satu Sekolah Dasar swasta di Kota Bekasi dengan akreditasi A dari tahun 2017 dan merupakan Sekolah Dasar favorit, berkembang dan banyak diminati oleh masyarakat. Sekolah tersebut berkembang pesat di antara lembaga-lembaga pendidikan lainnya dan menjadi pilihan masyarakat serta berhasil mendapatkan kepercayaan. Pemilihan Sekolah Dasar Islam Sabilina sebagai lokasi penelitian, disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah Sekolah Dasar Islam Sabilina mempunyai *website*, akun *Facebook* dan *Instagram* sekolah. Selain itu Sekolah Dasar Islam Sabilina juga mempunyai petugas untuk mengelola media informasi. Aktivitas pendidik di Sekolah Dasar Islam Sabilina mempraktekkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam menyampaikan informasi dan memasarkan sekolah.

Berdasarkan jumlah pendaftar pada tahun pelajaran 2022/2023, terdapat beberapa orang tua yang mendaftarkan anaknya di Sekolah Dasar Islam Sabilina karena memperoleh informasi dari media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sangatlah penting bagi suatu lembaga pendidikan dalam menguatkan kepercayaan dari orang tua siswa maupun masyarakat. Demi mempermudah penulisan kalimat yang panjang, penulis akan menggunakan kata singkat TIK Sebagai pengganti kalimat Teknologi Informasi dan Komunikasi. Konsep dasar TIK dalam dunia pendidikan adalah TIK sebagai alat-alat teknologi yang dapat dijadikan sebagai pelaku dalam pendidikan, TIK sebagai bagian dari materi, TIK sebagai alat bantu untuk mengumpulkan mengelola menyimpan menyelidiki membuktikan dan menyebarkan informasi penting secara efektif dan efisien (Rahmani, 2017; Soemirat & Ardianto, 2010). Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang manajemen promosi berbasis teknologi informasi dan komunikasi di Sekolah Dasar Islam Sabilina Bekasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*), disebut juga sebagai metode *ethnography*, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya dan disebut metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Sugiyono, 2012). Objek penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Dasar Islam Sabilina yang berada di Bekasi. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan

dokumentasi. Sumber penelitian ini meliputi wawancara dilaksanakan dengan ketua yayasan, kepala sekolah, guru, dan wali murid di Sekolah Dasar Islam Sabilina. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Triangulasi yang digunakan untuk menguji keabsahan data adalah triangulasi teknik dan sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) memiliki peran yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan. Sekolah Dasar Islam Sabilina sebagai institusi pendidikan diharapkan dapat memanfaatkan TIK untuk memperkuat manajemen promosi dalam rangka meningkatkan citra sekolah dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Menurut data wawancara kepada Ketua Yayasan Sabilina diketahui bahwa kegiatan promosi merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat luas. Untuk mengenalkan *brand* atau nama lembaga pendidikan, menginformasikan sistem pendidikan, menginformasikan fasilitas-fasilitas serta hal-hal yang berkaitan agar dapat menarik minat calon orang tua siswa baru. Hal senada juga disampaikan oleh Kepala Sekolah Dasar Islam Sabilina yaitu alasan akan pentingnya promosi bagi Sekolah Dasar Islam Sabilina adalah karena sekolah harus menyampaikan hal-hal yang menjadi ciri khas yang dimiliki oleh sekolah ini kepada masyarakat. Adapun beberapa ciri khas yang dimiliki oleh Sekolah Dasar Islam Sabilina adalah yang pertama sekolah ini melandasi proses pendidikan dengan *Character Building*. Dalam hal ini adab harus melandasi dan tercermin dalam perilaku siswa sebagai karakter, kemudian meraih ilmu sebanyak-banyaknya. Ciri khas kedua yaitu pembelajaran Al-Quran menggunakan metode *Qiraati*. Ciri khas ketiga yaitu pembelajaran keagamaan dan praktek ibadah. Ciri khas keempat adalah program unggulan lain yang dilaksanakan, seperti: *life skill*, *gardening*, program *leadership*, dan program *entrepreneurship*. Ciri khas kelima yaitu fasilitas dan lingkungan belajar yang nyaman.

Promosi Sekolah Dasar Islam Sabilina Dilakukan Melalui Media Sosial (Facebook dan Instagram)

Di era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi wadah yang efektif untuk menghubungkan dan berinteraksi dengan berbagai kalangan, termasuk dalam konteks pendidikan. Sekolah Dasar Islam Sabilina adalah salah satu sekolah yang memanfaatkan *platform* media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* sebagai sarana untuk mempromosikan diri, berbagi informasi, dan mengajak masyarakat lebih dekat dengan lingkungan pendidikan yang mereka tawarkan. Promosi sekolah melalui media sosial tidak hanya menghasilkan visibilitas yang lebih luas, melainkan juga memberikan ruang untuk berkomunikasi secara interaktif dengan calon siswa, orang tua, dan masyarakat secara umum. Kepala Sekolah Dasar Islam Sabilina menuturkan terdapat beberapa strategi promosi Sekolah Dasar Islam Sabilina.

Pertama, strategi atau pendekatan yang dilakukan sekolah untuk promosi adalah dengan memaksimalkan pelayanan pendidikan kepada siswa dan dirasakan juga oleh orang tua. Dengan demikian, informasi tentang kepuasan

terhadap layanan pendidikan di Sekolah Dasar Sabilina bisa tersebar, misalnya kepada TK asal siswa, kompleks perumahan siswa dan komunitas lainnya. Kedua, memaksimalkan fungsi *website* dan media sosial untuk menyampaikan kegiatan dan capaian sekolah kepada khalayak. *Website*, *youtube channel* dan media sosial dibuat sekreatif mungkin sehingga menarik untuk dikunjungi. Ketiga, Kepala Sekolah menjadi salah satu narasumber pada kegiatan *parenting* di Taman Kanak-kanan (TK) Sabilina tentang kesiapan masuk Sekolah Dasar.

Perkembangan TIK sebagai media promosi memang tidak bisa dipungkiri lagi. Berbagai kemudahan dan murah biaya dalam menyebarkan informasi merupakan daya tarik dari media modern ini. Melalui akun Sekolah Dasar Islam Sabilina, masyarakat dapat menerima informasi mengenai perkembangan kegiatan maupun informasi mengenai penerimaan siswa baru. Kegiatan yang dilakukan oleh Sekolah Dasar Islam Sabilina diatas adalah salah satu proses promosi dengan tujuan untuk menginformasikan kegiatan yang dilaksanakan kepada masyarakat. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh (Tjiptono, 2014) bahwa tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Promosi Sekolah Dasar Islam Sabilina Melalui *Website*

Selain menggunakan media sosial *Instagram* dan *Facebook*, Sekolah Dasar Islam Sabilina juga memanfaatkan media *website* sebagai sarana promosi sekolah. Promosi sekolah tidak lagi hanya bergantung pada materi cetak dan kegiatan *offline*. *Website* sekolah menjadi jendela yang dapat menghubungkan sekolah dengan dunia digital yang luas, dan memungkinkan mereka untuk tetap relevan dan terhubung dengan calon siswa serta orang tua di mana pun mereka berada. Dengan merancang dan mengelola *website* sekolah secara efektif, sekolah dapat menciptakan dampak positif, menarik minat calon siswa, dan membangun komunitas pendidikan yang kuat di dunia maya. Dengan pernyataan tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa media promosi menggunakan TIK sangat penting bagi Sekolah Dasar Islam Sabilina. Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Kepala Sekolah Dasar Islam Sabilina yaitu bahwa dalam era digital sekarang ini hal yang paling tepat adalah memaksimalkan semua lini digital untuk promosi dengan menampilkan aktivitas sekolah yang positif dan sesuai dengan kebutuhan Masyarakat.

Berdasarkan seluruh hasil penelitian, kita dapat menyimpulkan bahwa teknologi modern seperti media sosial dan *website* juga perlu digunakan oleh lembaga pendidikan sebagai media promosi. Disamping untuk memperkenalkan sebuah lembaga pendidikan, media sosial dan *website* juga sangat berguna untuk menjadi sarana dakwah sebab, *Facebook* dan *Instagram* merupakan salah satu media modern yang banyak digunakan sebagian besar Masyarakat di Indonesia. Seperti data yang dipaparkan oleh Napoleon Cat bahwa jumlah pengguna *Facebook* di Indonesia hingga Februari 2023 tercatat mencapai 191,4 juta pengguna. Jumlah tersebut meningkat 11,09% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 172,3 juta pengguna. Sedangkan data pengguna *Instagram* tercatat pada awal tahun 2023 Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna *Instagram* terbanyak ke-4 di dunia, yakni 89,15 juta pengguna (Rizaty, 2023).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa upaya dalam penyebaran informasi yang disampaikan melalui media adalah tidak lain agar terjadi suatu pembentukan sikap masyarakat agar mereka percaya dan akhirnya mendaftarkan anak-anak mereka di Sekolah Dasar Islam Sabilina, serta terbentuknya citra bahwa Sekolah Dasar Islam Sabilina adalah lembaga pendidikan yang unggul, baik dalam ilmu dan budi pekerti. Pendapat tersebut sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh (Effendy, 2003) yang menyatakan bahwa beberapa fungsi komunikasi meliputi perubahan sosial/mengubah masyarakat (*to change the society*), perubahan sikap (*to change the attitude*), perubahan opini atau pendapat (*to change the opinion*) dan perubahan perilaku (*to change behavior*) (Zaenuri, 2017).

Perencanaan Promosi Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar Islam Sabilina

Perencanaan promosi berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina merupakan langkah progresif dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan efektivitas upaya promosi sekolah. Dengan memanfaatkan *platform* digital seperti *website* resmi sekolah, media sosial, dan aplikasi pesan instan, sekolah dapat mengakses target audiens dengan lebih luas dan cepat. Melalui *website*, informasi terkait kurikulum unggulan, fasilitas modern, dan prestasi siswa dapat diakses oleh calon orang tua dan siswa potensial. Pemanfaatan media sosial memungkinkan sekolah untuk berinteraksi secara *real-time*, menyebarkan berita, serta mempublikasikan kegiatan sekolah dalam bentuk foto dan video. Selain itu, penggunaan aplikasi pesan instan mempermudah komunikasi langsung antara pihak sekolah dan calon siswa, menjawab pertanyaan, serta mengirimkan pemberitahuan penting secara efisien. Dengan menggabungkan TIK dalam perencanaan promosi, Sekolah Dasar Islam Sabilina dapat memperkuat citra sekolah di mata masyarakat, menarik minat calon siswa dan orang tua, serta membangun koneksi yang lebih kuat dengan komunitas sekitar.

Proses perencanaan merupakan proses rancangan strategi yang dilakukan sebelum membuat konten di media *Facebook*, *Instagram* dan *website*. Rangkaian kegiatan di pra produksi diantaranya adalah penentuan target, pembuatan rencana tentang konten apa yang harus diposting di *Facebook* dan *Instagram* serta kapan konten tersebut harus diposting. Berdasarkan wawancara terhadap Kepala Sekolah Dasar Islam Sabilina diketahui bahwa terdapat beberapa strategi yang diterapkan sebagai upaya promosi di Sekolah Dasar Islam Sabilina. Pertama, yaitu dengan memaksimalkan pelayanan pendidikan kepada siswa dan dirasakan juga oleh orang tua. Dengan demikian, informasi tentang kepuasan terhadap layanan pendidikan di Sekolah Dasar Islam Sabilina bisa tersebar, misalnya kepada TK asal siswa, kompleks perumahan siswa dan komunitas lainnya. Kedua, memaksimalkan fungsi *website* dan media sosial untuk menyampaikan kegiatan dan capaian sekolah kepada khalayak. *Website*, *youtube channel* dan media sosial dibuat sekreatif mungkin sehingga menarik untuk dikunjungi.

Proses perencanaan promosi yang dilakukan Sekolah Dasar Islam Sabilina selaras dengan pendapat Henry L Sisk yang menyebutkan bahwa *management is the coordination of all resources through, the processes of*

planning, organizing, directing, and controlling in order to attain stated objectives. Artinya manajemen adalah proses pengkoordinasian seluruh sumber daya melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Masruroh, 2016)

Pengorganisasian Promosi Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar Islam Sabilina

Pengorganisasian promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina menggambarkan komitmen sekolah dalam memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan promosi. Dengan mengintegrasikan TIK dalam strategi promosi, sekolah dapat mengatur dan mengelola kampanye promosi dengan lebih terarah dan terukur. Melalui penggunaan *website* resmi sekolah, orang tua dan calon siswa dapat mengakses informasi terkait kurikulum, kegiatan ekstrakurikuler, dan prestasi sekolah dengan mudah. *Platform* media sosial memungkinkan sekolah untuk berinteraksi secara interaktif, membagikan cerita sukses siswa, serta mengumumkan acara sekolah secara *real-time*. Aplikasi pesan instan juga menjadi sarana efektif dalam menjawab pertanyaan calon siswa dan orang tua dengan cepat. Dengan pengorganisasian yang baik, TIK dapat membantu Sekolah Dasar Islam Sabilina menciptakan hubungan yang lebih erat dengan masyarakat, meningkatkan visibilitas sekolah, dan memperkuat identitas sebagai lembaga pendidikan unggulan dalam lingkungan digital yang semakin berkembang.

Kegiatan tersebut sesuai dengan pendapat Marry P Follett di dalam (Azizah, 2021) yang menyatakan bahwa manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui manusia lain. Melalui gagasan ini, dapat diartikan bahwa para manajer mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui peran orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai tugas yang sudah disepakati bersama.

Pelaksanaan Promosi Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar Islam Sabilina

Setelah melalui proses perencanaan, selanjutnya adalah proses produksi, yaitu pembuatan konten-konten yang akan diposting dengan berupa desain infografis dalam bentuk gambar ataupun video. Dalam proses ini, Sekolah Dasar Islam Sabilina juga melibatkan guru dan orang tua. Seperti yang disampaikan salah seorang guru di Sekolah Dasar Islam Sabilina bahwa guru dan staf juga dapat berkontribusi dalam pengelolaan media sosial sekolah, berbagi berita, prestasi siswa, dan informasi relevan lainnya. Media sosial adalah alat yang kuat untuk mencapai audien yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran tentang sekolah.

Proses produksi dalam promosi di Sekolah Dasar Islam Sabilina adalah dengan kerjasama dengan seluruh bagian di Sekolah Dasar Islam Sabilina sehingga menciptakan ide kreatif. Selain itu orang tua juga berperan, seperti menyampaikan informasi mengenai prestasi ananda dalam kegiatan di luar sekolah. Dan kemudian menjadi bahan konten di akun *Facebook*, *Instagram* dan *website* Sekolah Dasar Islam Sabilina. Setelah melalui proses pembuatan, proses selanjutnya adalah admin dari akun *Facebook*, *Instagram* dan *website*

Sekolah Dasar Islam Sabilina memposting konten yang sudah dirancang dan dibuat serta menanggapi semua komentar yang ada. Efektifitas dalam berkomunikasi selalu diperhatikan dalam kegiatan promosi ini, bukan hanya sekedar satu arah akan tetapi masyarakat bisa juga dapat menanggapi postingan yang ada di akun-akun *Facebook*, *Instagram* dan *website* Sekolah Dasar Islam Sabilina.

Evaluasi Promosi Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar Islam Sabilina.

Proses evaluasi promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina merupakan langkah kritis dalam mengukur efektivitas strategi promosi yang telah dijalankan. Dengan memanfaatkan data dan statistik yang dihasilkan dari berbagai *platform* TIK, sekolah dapat menganalisis sejauh mana pesan promosi telah sampai kepada target audien. Melalui alat analitik pada *website* sekolah, sekolah dapat melacak jumlah kunjungan, lama tinggal, serta halaman yang paling sering dikunjungi oleh pengunjung. Di media sosial, metrik seperti jumlah *like*, komentar, dan berbagi dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana konten promosi menarik perhatian masyarakat. Selain itu, respons dan interaksi melalui aplikasi pesan instan juga dapat diukur untuk mengukur tingkat keterlibatan. Dari hasil evaluasi ini, Sekolah Dasar Islam Sabilina dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, menilai efektivitas pesan promosi, dan merumuskan strategi lanjutan yang lebih tepat sasaran. Dengan pendekatan berbasis data, evaluasi promosi melalui TIK memberikan wawasan yang berharga dalam meningkatkan komunikasi dan meraih hasil yang lebih baik dalam menghubungkan sekolah dengan masyarakat luas.

Hasil Promosi Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar Islam Sabilina

Hasil promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina telah menghadirkan dampak yang signifikan dalam memperluas jangkauan serta meningkatkan interaksi antara sekolah, calon siswa, orang tua, dan masyarakat luas. Dengan menggunakan *platform* digital seperti *website*, media sosial, dan aplikasi pesan instan, sekolah berhasil menyampaikan informasi tentang keunggulan kurikulum, fasilitas modern, dan pencapaian siswa secara lebih efisien. Hal ini telah menghasilkan peningkatan minat pendaftaran siswa baru dan lebih banyak interaksi positif antara pihak sekolah dengan calon siswa dan orang tua melalui berbagai saluran komunikasi. Selain itu, penggunaan media sosial telah memberikan wadah untuk mempublikasikan berbagai kegiatan sekolah, seperti lomba, acara budaya, dan prestasi siswa, yang pada akhirnya memperkuat citra positif sekolah di mata masyarakat. Respon yang cepat melalui aplikasi pesan instan juga telah menciptakan lingkungan komunikasi yang inklusif dan akrab. Dengan hasil yang terlihat dalam bentuk peningkatan jumlah pendaftar, interaksi *online* yang meningkat, dan peningkatan kehadiran dalam kegiatan sekolah, Sekolah Dasar Islam Sabilina dapat dengan percaya diri menyatakan bahwa strategi promosi melalui TIK telah membawa manfaat yang berkelanjutan bagi perkembangan sekolah dan hubungannya dengan masyarakat.

PEMBAHASAN

Manajemen merupakan suatu kegiatan yang harus dilaksanakan dalam setiap proses dalam mencapai tujuan. Adapun teori manajemen menurut ahli juga beragam. Manajemen berasal dari Bahasa Latin yaitu *manus* yang berarti tangan dan *agere* yang berarti melakukan. Dari kata-kata tersebut kemudian digabungkan menjadi *managere* yang mempunyai arti menangani (Husaini, 2014). Melalui teorinya, James A. F Stoner mengemukakan bahwa manajemen adalah proses *planning, organizing, briefing and controlling* yaitu usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien (Stoner & Freeman, 2022).

Henry L Sisk menyebutkan bahwa *management is the coordination of aal resources through, the processes of planning, organizing, directing, and controlling in order to attainstated objectives*. Artinya manajemen adalah peroses pengkoordinasian seluruh sumber daya melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu Marry P Follett menyebutkan bahwa manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui manusia lain. Melalui gagasan ini, dapat diartikan bahwa para manajer mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui peran orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai tugas yang sudah disepakati bersama (Azizah, 2021; Novitasari et al., 2019).

Melalui pengertian manajemen menurut para tokoh-tokoh diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan hal yang berkaitan dengan pengelolaan orang-orang lain dalam upaya pencapaian tujuan secara efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta evaluasi. Proses manajemen ini, dapat diimplementasikan juga dalam kegiatan pemasaran sekolah di Sekolah Dasar Islam Sabilina. Sebagai upaya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah maupun meyakinkan bagi masyarakat yang ingin mendaftarkan putra-putrinya di Sekolah Dasar Islam Sabilina. Kegiatan manajemen ini harus berkesinambungan agar eksistensi Sekolah Dasar Islam Sabilina terus berkembang di masyarakat.

Menurut Saladin, promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut (Erinawati & Syafarudin, 2021). Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Dalam usaha mendorong penjualan, perusahaan menjalankan berbagai kegiatan seperti memperbaiki produk, memperluas daerah pemasaran dan menambah pelayanan ke konsumen dengan cara meningkatkan penjualan melalui promosi.

Babin dalam (Susanto & Asmira, 2017) menyebutkan bahwa, promosi merupakan fungsi komunikasi dari perusahaan yang bertanggung jawab menginformasikan dan membujuk atau mengajak pembeli. Sedangkan menurut Buchari dalam (Efrianto & Suwitho, 2016) menyebutkan bahwa promosi didefinisikan sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual

untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan.

Dari definisi tersebut, pada intinya adalah bagaimana mempengaruhi konsumen agar produk perusahaan tersebut laku di pasaran. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian promosi adalah kegiatan mengajak, menginformasikan dan membujuk serta mengingatkan seseorang tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan agar terjadi proses pertukaran. Sebagai suatu lembaga pendidikan, Sekolah Dasar Islam Sabilina juga melaksanakan kegiatan pemasaran ini untuk memperkenalkan kepada masyarakat bahwa Sekolah Dasar Islam Sabilillah adalah sekolah yang berkompeten dengan visi membentuk siswa-siswi Sekolah Dasar Islam Sabilina menjadi anak-anak yang beriman, berilmu dan berakhlak mulia.

Manajemen promosi yang ada di Sekolah Dasar Islam Sabilina ini terbagi kedalam empat tahapan yakni tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. Tahapan pertama yaitu perencanaan promosi berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina. Proses rancangan strategi merupakan tahapan yang dilaksanakan Sekolah Dasar Islam Sabilina sebelum membuat konten di media *Facebook*, *Instagram* dan *website*. Rangkaian kegiatan di praproduksi diantaranya adalah penentuan target, pembuatan rencana tentang konten apa yang harus diposting di *Facebook* dan *Instagram* serta kapan konten tersebut harus diposting. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Henry L Sisk yang menyebutkan bahwa *management is the coordination of all resources through the processes of planning, organizing, directing, and controlling in order to attain stated objectives*. Artinya manajemen adalah proses pengkoordinasian seluruh sumber daya melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Masruroh, 2016).

Tahapan kedua yaitu pengorganisasian promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina. Kegiatan pengorganisasian promosi di Sekolah Dasar Islam Sabilina dilakukan oleh tim pengelola yang terdiri dari dua orang dan kemudian diberikan tanggung jawab pekerjaannya secara masing-masing. Yaitu satu orang bertugas membuat konten dan satu orang lagi bertugas untuk mengelola media sosial. Melalui langkah-langkah ini, Sekolah Dasar Islam Sabilina dapat berhasil mengorganisasikan pengelolaan media promosi sekolah melalui TIK dengan efektif dan efisien, sehingga dapat mencapai tujuan yang ditetapkan. Kegiatan tersebut sesuai dengan pendapat Marry P Follett dalam (Azizah, 2021), yang menyebutkan bahwa, manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui manusia lain. Melalui gagasan ini, dapat diartikan bahwa para manajer mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui peran orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai tugas yang sudah disepakati bersama.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina. Proses promosi berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina adalah dengan membuat pesan promosi yang menarik dan informatif mengenai keunggulan sekolah, program akademik, fasilitas, dan nilai-nilai yang ditanamkan di sekolah. Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan calon orang tua siswa maupun masyarakat. Kegiatan yang dilakukan Sekolah

Dasar Islam Sabilina selaras dengan pendapat (Tjiptono, 2014) yang menyebutkan bahwa tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan sasaran promosi.

Tahapan yang *keempat* adalah evaluasi promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina. Proses promosi Sekolah Dasar Islam Sabilina merupakan salah satu bentuk manajemen. Sehingga proses evaluasi juga dilakukan agar promosi Sekolah Dasar Islam Sabilina dapat selalu berkembang. Setelah promosi berjalan, dilakukan pengukuran dan evaluasi untuk melihat efektivitas strategi yang telah diterapkan. Monitor statistik situs *website*, interaksi media sosial, dan respon dari calon siswa/orang tua. Hal ini akan membantu sekolah untuk memahami apa yang berfungsi dan apa yang perlu ditingkatkan. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, Sekolah Dasar Islam Sabilina dapat mengatur promosi sekolah melalui TIK secara terstruktur dan efektif, yang dapat membantu mengetahui kesadaran masyarakat dan tingkat daya tarik minat calon siswa serta orang tua terhadap Sekolah Dasar Islam Sabilina. Kegiatan yang dilakukan tersebut, sesuai dengan pendapat George R Terry yang mengemukakan fungsi-fungsi manajemen dengan istilah POAC, proses manajemen yang terdiri dari *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling* (Terry & Rue, 2010).

Hasil promosi sekolah melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina telah menghadirkan dampak yang signifikan dalam memperluas jangkauan serta meningkatkan interaksi antara sekolah, calon siswa, orang tua, dan masyarakat luas. Dengan menggunakan *platform* digital seperti *website*, media sosial, dan aplikasi pesan instan, sekolah berhasil menyampaikan informasi tentang keunggulan kurikulum, fasilitas modern, dan pencapaian siswa secara lebih efisien. Hal ini telah menghasilkan peningkatan minat pendaftaran siswa baru dan lebih banyak interaksi positif antara pihak sekolah dengan calon siswa dan orang tua melalui berbagai saluran komunikasi. Selain itu, penggunaan media sosial telah memberikan wadah untuk mempublikasikan berbagai kegiatan sekolah, seperti lomba, acara budaya, dan prestasi siswa, yang pada akhirnya memperkuat citra positif sekolah di mata masyarakat.

SIMPULAN

Hasil penelitian mengenai manajemen promosi berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina, maka dengan ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa TIK sangat berperan penting sebagai sarana untuk menyampaikan informasi tentang Sekolah Dasar Islam Sabilina kepada masyarakat. TIK merupakan sarana yang efektif karena sangat mudah diakses. Ada beberapa media yang digunakan sebagai sarana promosi di Sekolah Dasar Islam Sabilina. Diantaranya, menggunakan media sosial *Facebook*, *Instagram* dan *website*. Manajemen promosi sekolah berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina melalui media sosial *Facebook*, *Instagram*, dan *website* telah membuktikan keberhasilannya dalam meningkatkan efektivitas promosi dan menghubungkan sekolah dengan berbagai pihak terkait.

Adapun proses manajemen promosi berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Dasar Islam Sabilina adalah sebagai berikut.

Pertama yaitu penyusunan rancangan strategi yang dilaksanakan Sekolah Dasar Islam Sabilina yaitu sebelum membuat konten di media *Facebook*, *Instagram* dan *website* terlebih dahulu membuat penentuan target, pembuatan rencana tentang konten apa yang harus diposting di *Facebook* dan *Instagram* serta kapan konten tersebut harus diposting. Kedua yaitu kegiatan pengorganisasian promosi di Sekolah Dasar Islam Sabilina dilakukan oleh tim pengelola yang terdiri dari 2 orang, yaitu satu orang bertugas membuat konten dan satu orang lagi bertugas untuk mengelola media sosial. Ketiga yaitu proses promosi dengan cara membuat pesan promosi yang menarik dan informatif yang menunjukkan keunggulan sekolah, program akademik, fasilitas, nilai-nilai yang ditanamkan. Keempat yaitu pengukuran dan evaluasi untuk melihat efektivitas strategi yang telah diterapkan. Kegiatan yang dilakukan dengan cara monitoring statistik situs *website*, interaksi media sosial, dan respon dari calon siswa/orang tua. Hal ini akan membantu sekolah untuk memahami apa yang berfungsi dan apa yang perlu ditingkatkan.

REFERENSI

- Alawiyah, F. (2017). Standar Nasional Pendidikan Dasar Dan Menengah. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 8 (1), 81–92. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v8i1.1256>
- Azizah, S. N. (2021). *Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di MI Salafiyah Bangilan Tuban* [Thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya]. <http://digilib.uinsa.ac.id/id/eprint/46103>
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Efrianto, A., & Suwitho. (2016). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Layanan Terhadap Keputusan Menginap di Hotel the Alana Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(9), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1040/1055>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>
- Fajri, N. S., & Wiyani, N. A. (2019). Manajemen Marketing Sekolah Berbasis Information and Communication Technology. *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)*, 4(2), 107–118. <https://doi.org/10.18860/jmpi.v4i2.7857>
- Husaini, M. (2014). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Bidang Pendidikan. *MIKROTIK: Jurnal Manajemen Informatika*, 2(1), 1–5. <https://ojs.ummetro.ac.id/index.php/mikrotik/article/view/314>
- Masruroh, Z. (2016). Manajemen Pendidikan Keterampilan (Vocational Skill) di MAN Kembangawit. *Muslim Heritage*, 1(2), 417–438. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v1i2.607>
- Novitasari, R. D., Wijayanti, A., & Artharina, F. P. (2019). Analisis Penerapan Penguatan Pendidikan Karakter sebagai Implementasi Kurikulum 2013. *Indonesia Values And Character Education Journal*, 2(2), 79–86. <https://doi.org/10.23887/ivcej.v2i2.19495>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan

- Pratiwi, Y. A., & Wiyani, N. A. (2021). Kepemimpinan Visioner Dalam Implementasi Program Full Day School Di Madrasah Ibtidaiyah. *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)*, 5(2), 98–111. <https://doi.org/10.18860/jmpi.v5i2.10387>
- Rahmani, M. H. (2017). *Manajemen Pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SMP IT Al Ghazali Palangka Raya* [Thesis, IAIN Palangka Raya]. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/id/eprint/784>
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Facebook Di RI Capai 191,4 Juta Hingga Februari 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-facebook-di-ri-capai-1914-juta-hingga-februari-2023#>
- Rusli. (2012). *ICT dan Pembelajaran*. Referensi.
- Soemirat, S., & Ardianto, A. (2010). *Dasar-Dasar Public Relation*. PT Remaja Rosadakarya.
- Stoner, J. A. F., & Freeman, R. E. (2022). *Manajemen*. Intermedia.
- Sugiyono. (2012). *Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Alfabeta.
- Susanto, A., & Asmira. (2017). Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Informasi Menggunakan Metode Web Engineering. *SIMKOM: Jurnal Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 2(3), 9–17. <https://doi.org/10.51717/simkom.v2i3.23>
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2023 tentang Sistem Pendidikan Nasional
- Zaenuri, A. (2017). Teknik Komunikasi Persuasif dalam Pengajaran. *JALIE: Journal of Applied Linguistics and Islamic Education*, 1(1), 41–67. <https://doi.org/10.33754/jalie.v1i1.83>