

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PESERTA
DIDIK BARU DI MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 5 KENALI BESAR KOTA
JAMBI**

Salmiyah¹, Siti Raudhatul Jannah², Ali Pirdaus³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi

1salmiyah478@gmail.com , 2_sitiraudhatuljannah@uinjambi.ac.id,

3ali.pirdaus@uinjambi.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze promotion strategies in increasing new student enrollment at Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kenali Besar, Jambi City. The background of this research is the increasing competition among educational institutions, which requires madrasahs to implement effective and sustainable promotional strategies in order to attract public interest and strengthen institutional trust. This research employed a descriptive qualitative approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving the principal, teachers, administrative staff, and the admission committee. The data were analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing techniques. The findings indicate that the promotion strategies were implemented through the use of digital media and printed media by presenting student activities, extracurricular programs, academic and non-academic achievements, and detailed enrollment information. These strategies were proven to be effective in increasing public trust and attracting prospective students. Supporting factors included the school's A accreditation status, strong collaboration among the admission committee, teachers, and educational staff, students' achievements, and limited competition from similar schools in the surrounding area. Meanwhile, the inhibiting factors were the community's limited understanding of the online admission system and the low participation of nearby schools in disseminating information. The solutions implemented included providing registration assistance for prospective students and parents, as well as redistributing brochures to surrounding schools to expand the dissemination of information and facilitate the enrollment process.

Keywords: promotion strategies, new student enrollment, madrasah.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kenali Besar, Kota Jambi. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada semakin meningkatnya persaingan antar lembaga pendidikan, sehingga madrasah dituntut untuk menerapkan strategi promosi yang efektif dan berkelanjutan guna menarik minat masyarakat serta memperkuat kepercayaan terhadap lembaga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang melibatkan kepala madrasah, guru, tenaga kependidikan, serta panitia penerimaan peserta didik baru. Teknik analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi dilaksanakan melalui pemanfaatan media digital dan media cetak dengan menampilkan kegiatan peserta didik, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi akademik dan nonakademik, serta informasi pendaftaran secara rinci. Strategi tersebut terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dan menarik minat calon peserta didik. Faktor pendukung meliputi status akreditasi A, kerja sama yang baik antara panitia, guru, dan tenaga kependidikan, prestasi peserta didik, serta terbatasnya persaingan sekolah sederajat di lingkungan sekitar. Adapun faktor penghambat meliputi masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap sistem pendaftaran daring serta rendahnya partisipasi sekolah sekitar dalam penyebarluasan informasi. Solusi yang dilakukan yaitu memberikan pendampingan pendaftaran kepada calon peserta didik dan orang tua serta melakukan pendistribusian ulang brosur ke sekolah-sekolah di sekitar madrasah untuk memperluas jangkauan informasi dan memperlancar proses pendaftaran.

Kata Kunci: strategi promosi, penerimaan peserta didik baru, madrasah.

A. Pendahuluan

Persaingan antar lembaga pendidikan pada era digital saat ini semakin meningkat, seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan semakin tingginya tuntutan masyarakat terhadap mutu layanan pendidikan. Kondisi tersebut menuntut setiap satuan pendidikan, termasuk madrasah, untuk mampu memperkenalkan keunggulan

lembaga secara lebih sistematis dan berkelanjutan melalui strategi promosi yang tepat. Promosi pendidikan tidak lagi hanya dipahami sebagai kegiatan penyampaian informasi, tetapi juga sebagai upaya membangun citra lembaga, menumbuhkan kepercayaan masyarakat, serta memengaruhi keputusan orang tua dan calon peserta didik dalam memilih lembaga pendidikan. Secara teoritis,

promosi merupakan bagian penting dari strategi pemasaran jasa pendidikan yang berfungsi sebagai sarana komunikasi, persuasi, dan penguatan citra lembaga agar mampu bersaing secara sehat dan berkelanjutan di tengah dinamika lingkungan pendidikan.

Fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua lembaga pendidikan mampu mengelola kegiatan promosi secara efektif. Masih banyak madrasah yang mengalami kendala dalam memperkenalkan program unggulan, prestasi peserta didik, serta layanan pendidikan kepada masyarakat secara luas. Akibatnya, minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di madrasah tertentu cenderung rendah meskipun lembaga tersebut memiliki potensi dan kualitas yang baik. Berbeda dengan kondisi tersebut, Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kenali Besar Kota Jambi menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dalam jumlah pendaftar peserta didik baru. Berdasarkan data penerimaan peserta didik baru, jumlah siswa yang diterima pada tahun ajaran 2022 sebanyak 195 peserta didik, tahun 2023 sebanyak 197 peserta didik,

tahun 2024 sebanyak 198 peserta didik, dan tahun 2025 sebanyak 195 peserta didik. Peningkatan dan kestabilan jumlah penerimaan tersebut menunjukkan adanya peran strategi promosi yang dijalankan oleh pihak madrasah dalam menarik minat masyarakat.(Santoso, 2020)

Kondisi nyata di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kota Jambi memperlihatkan bahwa kegiatan promosi dilaksanakan melalui pemanfaatan media digital dan media cetak, penyebaran brosur, publikasi kegiatan dan prestasi peserta didik, serta kunjungan langsung ke sekolah-sekolah dasar di sekitar madrasah (Fatmawati, 2021). Selain itu, keterlibatan kepala madrasah, guru, tenaga kependidikan, serta panitia penerimaan peserta didik baru menjadi faktor penting dalam menyukseskan kegiatan promosi tersebut. Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya masih ditemukan berbagai permasalahan, seperti terbatasnya pemahaman sebagian masyarakat terhadap sistem pendaftaran secara daring, rendahnya partisipasi beberapa sekolah sekitar dalam membantu penyebaran informasi, serta belum optimalnya pemanfaatan media promosi oleh

seluruh pihak yang terlibat. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan masih memerlukan penguatan dan evaluasi agar lebih efektif dan tepat sasaran (Mulyani, 2019).

Berdasarkan fenomena dan kondisi tersebut, penelitian ini memfokuskan kajian pada strategi promosi yang digunakan dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kota Jambi, faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan strategi promosi, serta solusi yang dilakukan untuk mengatasi berbagai hambatan yang dihadapi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara mendalam bentuk strategi promosi yang diterapkan oleh madrasah, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya, serta menganalisis solusi yang dilakukan oleh pihak madrasah dalam meningkatkan efektivitas promosi penerimaan peserta didik baru. Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoretis bagi pengembangan kajian manajemen pendidikan, khususnya dalam bidang pemasaran jasa

pendidikan, serta secara praktis dapat menjadi bahan evaluasi dan rujukan bagi pihak madrasah dan lembaga pendidikan lain dalam merancang dan mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif dan berkelanjutan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena strategi promosi yang diterapkan oleh madrasah dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru, serta menggali makna, proses, dan pengalaman para pelaku yang terlibat secara langsung dalam kegiatan promosi tersebut. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti berupaya memotret kondisi nyata di lapangan secara apa adanya, kontekstual, dan komprehensif sesuai dengan situasi yang terjadi di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kota Jambi (Moleong, 2021).

Penelitian ini dilaksanakan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kenali Besar, Kota Jambi. Subjek penelitian ditentukan secara purposive, yaitu pihak-pihak yang dianggap memiliki keterkaitan

langsung dengan pelaksanaan strategi promosi dan penerimaan peserta didik baru, meliputi kepala madrasah, wakil kepala madrasah, panitia penerimaan peserta didik baru, guru, tenaga kependidikan, serta pihak yang terlibat dalam kegiatan promosi madrasah. Penentuan informan dilakukan dengan mempertimbangkan keterlibatan, pengalaman, dan pengetahuan informan terhadap perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi strategi promosi yang dijalankan oleh madrasah (Sugiyono, 2022).

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai pelaksanaan kegiatan promosi, bentuk media yang digunakan, serta keterlibatan unsur madrasah dalam kegiatan tersebut. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali informasi mengenai perencanaan strategi promosi, bentuk kegiatan promosi, kendala yang dihadapi, serta upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan memperkuat

data hasil observasi dan wawancara, berupa data penerimaan peserta didik baru, foto kegiatan promosi, brosur, unggahan media sosial, serta dokumen resmi madrasah yang berkaitan dengan program promosi (Moleong, 2021).

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang diperoleh sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis untuk memudahkan peneliti dalam memahami pola, hubungan, dan temuan di lapangan. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung hingga diperoleh temuan yang valid dan konsisten.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari kepala madrasah, guru, panitia PPDB, dan tenaga kependidikan. Sementara itu,

triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Melalui langkah-langkah tersebut, diharapkan data yang diperoleh memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi sehingga dapat memperkuat naskah yang dipublikasikan.

keagamaan, ekstrakurikuler, serta prestasi akademik dan nonakademik peserta didik. Sementara itu, promosi melalui media cetak dilakukan dengan penyebaran brosur dan spanduk yang berisi informasi profil madrasah, program unggulan, fasilitas, serta alur pendaftaran.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Strategi promosi Dalam Meningkatkan penerimaan peserta didik baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kota Jambi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kota Jambi dilaksanakan secara terpadu melalui pemanfaatan media digital, media cetak, dan kegiatan sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah dasar di sekitar madrasah. Promosi melalui media digital dilakukan dengan memanfaatkan media sosial resmi madrasah untuk menyebarluaskan informasi penerimaan peserta didik baru, mempublikasikan kegiatan pembelajaran, kegiatan

Selain melalui media, strategi promosi juga dilakukan melalui pendekatan langsung kepada calon peserta didik dan orang tua dengan melaksanakan sosialisasi dan kunjungan ke sekolah dasar. Kegiatan ini melibatkan kepala madrasah, panitia PPDB, guru, dan tenaga kependidikan. Dalam kegiatan sosialisasi tersebut, pihak madrasah menyampaikan keunggulan program pendidikan, sistem pembinaan keagamaan, prestasi yang telah diraih, serta fasilitas pendukung pembelajaran. Strategi ini bertujuan untuk membangun kedekatan emosional, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai layanan pendidikan yang ditawarkan oleh madrasah.

Strategi promosi yang diterapkan tersebut sejalan dengan teori promosi jasa pendidikan yang menekankan bahwa promosi merupakan proses komunikasi antara lembaga pendidikan dengan masyarakat untuk menyampaikan nilai, mutu, dan keunggulan layanan pendidikan. Pemanfaatan media digital dan media cetak merupakan bentuk periklanan (advertising), sedangkan kegiatan sosialisasi langsung merupakan bentuk penjualan personal (personal selling) dan hubungan masyarakat (public relations). Melalui kombinasi berbagai bentuk promosi tersebut, pesan yang disampaikan madrasah menjadi lebih luas jangkauannya, lebih mudah dipahami, serta lebih meyakinkan bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi promosi yang terintegrasi antara media digital, media cetak, dan sosialisasi langsung terbukti berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Madrasah Tsanawiyah

Negeri 5 Kota Jambi. Kepercayaan tersebut tercermin dari stabilitas jumlah pendaftar peserta didik baru setiap tahun. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai upaya membangun citra positif madrasah dan memperkuat posisi madrasah di tengah persaingan antar lembaga pendidikan.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kota Jambi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor pendukung yang memengaruhi keberhasilan strategi promosi dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kota Jambi. Faktor pendukung utama adalah status akreditasi A yang dimiliki oleh madrasah. Akreditasi tersebut menjadi indikator mutu lembaga yang

menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas penyelenggaraan pendidikan. Selain itu, prestasi akademik dan nonakademik peserta didik yang terus dipublikasikan melalui media promosi juga menjadi daya tarik tersendiri bagi calon peserta didik dan orang tua. Kerja sama yang solid antara kepala madrasah, panitia PPDB, guru, dan tenaga kependidikan turut mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan promosi, baik pada tahap perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi kegiatan promosi.

Faktor pendukung lainnya adalah tersedianya sarana media promosi, baik media digital maupun media cetak, yang memudahkan pihak madrasah dalam menyebarluaskan informasi penerimaan peserta didik baru kepada masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana publikasi kegiatan madrasah dinilai efektif karena mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas, cepat, dan berkelanjutan. Selain itu, lokasi madrasah yang

strategis serta relatif terbatasnya jumlah madrasah atau sekolah setingkat di lingkungan sekitar juga menjadi faktor yang memperkuat daya saing Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kota Jambi dalam menarik minat calon peserta didik.

Di sisi lain, hasil penelitian juga menunjukkan adanya beberapa faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi promosi. Salah satu hambatan utama adalah masih rendahnya pemahaman sebagian masyarakat terhadap sistem pendaftaran peserta didik baru secara daring. Kondisi ini menyebabkan sebagian orang tua mengalami kesulitan dalam proses pendaftaran sehingga membutuhkan pendampingan dari pihak madrasah. Selain itu, keterbatasan waktu dan sumber daya panitia PPDB dalam melaksanakan kegiatan promosi secara intensif juga menjadi kendala, terutama ketika kegiatan promosi harus dilaksanakan bersamaan dengan tugas pembelajaran dan administrasi lainnya.

Faktor penghambat berikutnya adalah belum optimalnya partisipasi sekolah-sekolah dasar di sekitar madrasah dalam membantu penyebaran informasi penerimaan peserta didik baru. Hal ini berdampak pada keterbatasan jangkauan informasi promosi, khususnya kepada calon peserta didik yang berada di luar lingkungan terdekat madrasah. Selain itu, masih terdapat keterbatasan dalam pemanfaatan media promosi digital secara maksimal, baik dari sisi pengelolaan konten maupun konsistensi publikasi, sehingga pesan promosi belum sepenuhnya tersampaikan secara merata kepada seluruh lapisan masyarakat.

Secara keseluruhan, faktor pendukung berupa citra positif lembaga, prestasi, kerja sama internal, serta ketersediaan media promosi menjadi kekuatan utama dalam keberhasilan strategi promosi di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kota Jambi. Sementara itu, faktor penghambat yang berkaitan dengan literasi digital

masyarakat, keterbatasan sumber daya, dan rendahnya jejaring kerja sama eksternal perlu menjadi perhatian dalam perumusan strategi promosi selanjutnya agar pelaksanaan promosi dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

3. Solusi strategi promosi dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 kota Jambi.

Berdasarkan hasil penelitian, solusi yang dilakukan oleh pihak Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kota Jambi dalam meningkatkan efektivitas strategi promosi penerimaan peserta didik baru diarahkan pada penguatan pelayanan informasi, pendampingan kepada masyarakat, serta perluasan jangkauan promosi. Salah satu solusi utama yang diterapkan adalah penyediaan layanan pendampingan pendaftaran bagi calon peserta didik dan orang tua, khususnya bagi masyarakat yang mengalami kesulitan dalam menggunakan sistem pendaftaran daring.

Pendampingan dilakukan secara langsung di madrasah oleh panitia PPDB sehingga orang tua memperoleh bimbingan teknis sekaligus penjelasan mengenai alur dan persyaratan pendaftaran.

Solusi berikutnya adalah melakukan penguatan kembali promosi melalui media cetak dengan cara mendistribusikan ulang brosur dan bahan informasi ke sekolah-sekolah dasar di sekitar madrasah. Langkah ini bertujuan untuk memperluas jangkauan informasi penerimaan peserta didik baru serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima secara merata oleh calon peserta didik. Selain itu, pihak madrasah juga melakukan koordinasi dan komunikasi dengan pihak sekolah dasar untuk meningkatkan partisipasi mereka dalam membantu menyebarluaskan informasi PPDB kepada peserta didik kelas akhir dan orang tua.

Selain penguatan media cetak, solusi strategi promosi juga dilakukan melalui

optimalisasi pemanfaatan media digital. Pihak madrasah berupaya meningkatkan intensitas dan konsistensi publikasi konten promosi di media sosial resmi madrasah, baik berupa informasi jadwal pendaftaran, profil madrasah, program unggulan, kegiatan keagamaan, kegiatan ekstrakurikuler, maupun prestasi peserta didik. Konten promosi disusun dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami agar dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat.

Solusi lainnya adalah memperkuat koordinasi internal antara kepala madrasah, panitia PPDB, guru, dan tenaga kependidikan dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan promosi. Koordinasi tersebut dilakukan melalui pembagian tugas yang jelas, penjadwalan kegiatan promosi, serta evaluasi pelaksanaan promosi secara berkala. Dengan adanya kerja sama yang lebih terstruktur, kegiatan promosi dapat dilaksanakan secara lebih terarah dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, solusi strategi promosi yang diterapkan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kota Jambi menitikberatkan pada peningkatan kualitas layanan kepada masyarakat, perluasan jangkauan informasi, serta penguatan koordinasi antar unsur madrasah. Upaya tersebut diharapkan mampu mengatasi berbagai hambatan yang muncul sekaligus meningkatkan efektivitas promosi dalam menarik minat dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Kenali Besar, Kota Jambi dilaksanakan secara terpadu melalui pemanfaatan media digital, media cetak, serta kegiatan sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah dasar. Bentuk promosi yang dilakukan meliputi publikasi kegiatan pembelajaran, kegiatan keagamaan, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi akademik dan nonakademik peserta

didik, serta penyampaian informasi pendaftaran secara rinci. Strategi promosi tersebut berperan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dan menjaga stabilitas jumlah penerimaan peserta didik baru setiap tahun.

Keberhasilan strategi promosi didukung oleh beberapa faktor, yaitu status akreditasi A, prestasi peserta didik, kerja sama yang baik antara kepala madrasah, panitia PPDB, guru, dan tenaga kependidikan, ketersediaan media promosi, serta terbatasnya persaingan sekolah sederajat di lingkungan sekitar. Namun demikian, pelaksanaan strategi promosi masih menghadapi sejumlah hambatan, antara lain rendahnya pemahaman sebagian masyarakat terhadap sistem pendaftaran daring, keterbatasan waktu dan sumber daya panitia PPDB, belum optimalnya pemanfaatan media digital, serta rendahnya partisipasi sekolah dasar di sekitar madrasah dalam membantu penyebarluasan informasi.

Sebagai upaya perbaikan, pihak madrasah disarankan untuk terus mengoptimalkan pemanfaatan media digital secara lebih terencana dan berkelanjutan, khususnya dalam

pengelolaan konten promosi yang informatif, menarik, dan konsisten. Selain itu, madrasah perlu memperkuat kerja sama dengan sekolah dasar, komite madrasah, serta tokoh masyarakat agar jangkauan promosi semakin luas dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah semakin meningkat. Peningkatan kapasitas panitia PPDB, terutama dalam pengelolaan teknologi informasi dan pelayanan pendaftaran daring, juga perlu dilakukan agar pelayanan kepada calon peserta didik dan orang tua menjadi lebih efektif.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji strategi promosi penerimaan peserta didik baru dengan menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods), serta melibatkan lebih dari satu madrasah sebagai lokasi penelitian. Penelitian lanjutan juga dapat diarahkan pada pengukuran tingkat efektivitas media promosi digital terhadap keputusan orang tua dalam memilih madrasah, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi promosi yang paling berpengaruh dalam konteks lembaga pendidikan Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatmawati. (2021). Pemanfaatan media digital dalam promosi sekolah di era digital. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Pendidikan*.
- Moleong. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyani. (2019). Pengaruh media promosi terhadap keputusan orang tua memilih sekolah. *Manajemen Pendidikan Islam*.
- Santoso. (2020). Strategi promosi sekolah dalam meningkatkan jumlah pendaftar. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Manajemen*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Interpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Alfabeta.