

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Strategi Pemasaran Digital dan Kreativitas Konten Promosi terhadap Citra Positif Sekolah, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Positif Sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh sekolah, maka semakin meningkat pula citra positif yang terbentuk di masyarakat. Strategi digital yang efektif mampu meningkatkan visibilitas, akses informasi, serta membangun kepercayaan publik terhadap institusi pendidikan.
2. Kreativitas Konten Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Positif Sekolah. Kreativitas konten promosi terbukti menjadi faktor yang lebih dominan dalam mempengaruhi citra sekolah. Konten yang menarik, inovatif, dan komunikatif mampu membentuk persepsi positif serta meningkatkan keterlibatan audiens.
3. Strategi Pemasaran Digital dan Kreativitas Konten Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Citra Positif Sekolah. Kedua variabel secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 61,7% terhadap variasi citra positif sekolah, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan citra positif sekolah sangat dipengaruhi oleh kemampuan institusi dalam mengelola strategi pemasaran digital yang didukung oleh kreativitas konten promosi yang efektif.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Sekolah

Sekolah disarankan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan berbagai platform, seperti media sosial, website

resmi, dan saluran digital lainnya sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat. Selain itu, sekolah perlu meningkatkan kualitas dan kreativitas konten promosi dengan menyajikan informasi yang menarik, informatif, dan relevan dengan kebutuhan audiens. Untuk mendukung hal tersebut, disarankan agar sekolah membentuk atau mengembangkan tim khusus digital marketing yang mampu mengelola konten secara profesional dan berkelanjutan. Di samping itu, sekolah juga perlu menjaga konsistensi antara promosi yang disampaikan dengan kondisi nyata, sehingga citra yang terbentuk sesuai dengan realitas dan mampu mempertahankan kepercayaan masyarakat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi citra sekolah, seperti kualitas layanan pendidikan, reputasi akademik, fasilitas sekolah, atau kepuasan siswa dan orang tua. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau mixed methods, untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Selain itu, disarankan untuk memperluas objek penelitian agar hasil penelitian dapat digeneralisasi secara lebih luas.

3. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak sekolah dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Pendekatan pemasaran berbasis digital yang didukung oleh kreativitas konten diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan citra positif sekolah di tengah persaingan yang semakin ketat.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya dalam konteks pemasaran pendidikan berbasis digital.