BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan oleh peneliti terkait Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Facebook Dalam Penguatan Citra Sekolah di RA Nurhayati Kabupaten Cirebon maka dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran pendidikan berbasis Facebook di RA Nurhayati Kabupaten Cirebon dilaksanakan melalui beberapa tahapan, mulai dari perencanaan konten, pengorganisasian pengelolaan media sosial, pelaksanaan publikasi dan interaksi dengan masyarakat, hingga evaluasi terhadap aktivitas Facebook. Konten yang dipublikasikan meliputi kegiatan pembelajaran, kegiatan keagamaan, program unggulan, prestasi peserta didik, fasilitas, serta informasi penerimaan peserta didik baru. Pemanfaatan Facebook memberikan ruang bagi sekolah untuk menyampaikan informasi secara lebih luas dan memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah dengan masyarakat.
2. Citra sekolah RA Nurhayati Kabupaten Cirebon sebelum menerapkan strategi pemasaran pendidikan berbasis Facebook sudah terbentuk secara positif, terutama di kalangan masyarakat sekitar yang mengenal sekolah sebagai lembaga yang religius dan disiplin dengan kualitas layanan yang memadai; namun, citra tersebut masih terbatas jangkauannya karena pengelolaan publikasi dan promosi yang masih menggunakan metode konvensional seperti brosur, spanduk, dan komunikasi dari mulut ke mulut sehingga informasi mengenai keunggulan sekolah belum tersebar luas, berdampak pada stabilitas jumlah peserta didik tanpa peningkatan signifikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun fondasi internal sekolah kuat, strategi komunikasi eksternal yang kurang efektif membatasi perluasan citra dan daya tarik sekolah secara lebih luas, sehingga penerapan strategi

pemasaran berbasis media sosial seperti Facebook sangat diperlukan untuk meningkatkan pengenalan dan daya saing lembaga di era digital.

3. Dampak penerapan strategi pemasaran pendidikan berbasis Facebook di RA Nurhayati Kabupaten Cirebon memberikan kontribusi dalam membentuk citra sekolah meskipun hasil yang diperoleh belum mampu menunjukkan adanya perubahan secara positif terhadap jumlah peserta didik di RA Nurhayati. di mana persepsi yang semula terbatas menjadi lebih luas dan mendalam melalui komunikasi yang terbuka dan konsisten mengenai kegiatan serta prestasi sekolah. Hal demikian disebabkan oleh berbagai faktor seperti daya beli masyarakat, kualitas layanan, biaya pendidikan, rekomendasi personal maupun keputusan orang tua.
4. Penggunaan Facebook di RA Nurhayati dipengaruhi oleh faktor pendukung dan penghambat yang saling berkaitan; faktor pendukung meliputi kemudahan akses teknologi, tingginya penggunaan media sosial oleh masyarakat, komitmen sekolah dalam pengelolaan akun secara konsisten, dukungan sarana dan prasarana, serta partisipasi aktif sumber daya manusia yang terlibat dalam pembuatan konten dan dokumentasi kegiatan. Sementara itu, faktor penghambat terdiri dari keterbatasan waktu pengelolaan konten akibat beban tugas guru dan staf, keterbatasan kompetensi dalam pembuatan konten digital yang menarik, serta keterbatasan fasilitas pendukung untuk dokumentasi kegiatan, yang menyebabkan frekuensi unggahan dan kualitas interaksi dengan audiens belum optimal.
5. Upaya sekolah dalam mengatasi penurunan jumlah peserta didik ini dilauka dengan upaya strategis yang bersifat sistematis dan berkelanjutan, meliputi evaluasi internal untuk meninjau kualitas layanan pendidikan, kinerja guru, dan sarana-prasarana, serta evaluasi eksternal yang mencakup persepsi masyarakat, kepuasan orang tua, dan efektivitas strategi promosi; langkah-langkah ini memungkinkan sekolah mengidentifikasi penyebab penurunan minat dan merumuskan

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

solusi yang tepat. Selain itu, RA Nurhayati melakukan inovasi program pendidikan dengan metode pembelajaran yang lebih menarik, penguatan nilai religius dan karakter, serta penyelenggaraan kegiatan yang melibatkan masyarakat sebagai promosi tidak langsung. Sekolah juga mengoptimalkan strategi promosi melalui media sosial seperti Facebook dan WhatsApp, melibatkan guru sebagai agen promosi, dan memastikan konsistensi komunikasi dengan masyarakat.

B. Saran

Dari hasil penelitian mengenai Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Facebook Dalam Penguatan Citra Sekolah di Ra Nurhayati Kabupaten Cirebon, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi pihak sekolah
   a. Sekolah harus menyusun rencana tema bulanan dan kalender konten mingguan secara terstruktur. Konten difokuskan pada publikasi keunggulan program Raudhatul Athfal (RA), kegiatan belajar-mengajar yang kreatif, serta dokumentasi testimoni asli dari orang tua siswa. Variasi konten wajib disajikan secara kreatif dalam format video pendek (reels/video pendek) dan grafis yang informatif.
   b. Kepala sekolah perlu menetapkan pembagian tugas yang jelas (SK Pengelola Media Sosial) dengan menunjuk guru atau tenaga kependidikan sebagai content creator dan admin. Pemasaran digital tidak boleh bertumpu pada satu platform saja; sekolah harus mengintegrasikan halaman Facebook resmi dengan kanal digital lainnya seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk memperluas jangkauan *(cross-posting)*.
   c. Sekolah perlu memprogramkan pelatihan khusus secara berkala bagi tim pengelola dalam bidang digital marketing, teknik pengambilan gambar/video, serta copywriting (seni menulis teks promosi) agar pengelolaan media sosial menjadi lebih profesional.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

d. Evaluasi kinerja media sosial tidak boleh hanya diukur secara kuantitatif berdasarkan jumlah postingan yang diunggah. Sekolah wajib mengevaluasi indikator kinerja utama *(Key Performance Indicators),* yang meliputi mengukur seberapa luas konten menyebar dan seberapa aktif interaksi publik (jumlah likes, comments, shares), Menghitung jumlah pesan masuk (Direct Message/WhatsApp) dari calon wali murid yang bertanya tentang sekolah, melacak persentase calon wali murid yang berlanjut melakukan kunjungan langsung ke sekolah *(school visit)* hingga akhirnya resmi melakukan pendaftaran siswa baru.

2. Bagi orang tua

   Masyarakat dan orang tua diharapkan dapat memanfaatkan media sosial sekolah sebagai sumber informasi yang akurat terkait program, kegiatan dan kualitas layanan pendidikan. Partisipasi aktif masyarakat dalam memberikan umpan balik, komentar, dan berbagi informasi positif tentang sekolah juga sangat penting dalam memperkuat citra sekolah secara luas.

3. Bagi peneliti selanjutnya

   Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas objek penelitian, tidak hanya pada satu lembaga, tetapi pada beberapa lembaga pendidikan untuk memperoleh perbandingan yang lebih komprehensif. Selain itu, dapat ditambahkan variabel lain seperti pengaruh media sosial terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah atau efektivitas platform media sosial lainnya seperti Instagram, TikTok, atau website resmi sekolah. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh secara lebih signifikan.

C. Keterbatasa Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan. Adapun keterbatasan penelitia ini diharapkan

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

dapat menjadi bahan rujukan dalam pengembangan penelitian yang lebih baik :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada media sosial facebook dalam membangun citra sekolah yang positif sehingga belum mengeksplorasi dampak penggunaan media sosial lainnya atau kombinasi strategi pemasaran pendidikan secara lebih luas.
2. Pengukuran hasil penerapan strategi pemasaran lebih banyak menekankan pada indikator digital engagement dan persepsi masyarakat sementara dampak langsung terhadap peningkatan jumlah peserta didik belum dapat terlihat secara signifikan.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON