



Suasana pelatihan Strategi Marketing Sekolah melalui Media Sosial, Optimalisasi Citra dan Jangkauan Sekolah di Era Digital di Gedung Magister dan Doktor FEB UNY

Jawab Tantangan Era Digital, LP Ma'arif NU DIY bersama Tim PkM FEB UNY Bekali Guru dengan Strategi Marketing dan Optimalisasi Citra Sekolah

Ma'News – Yogyakarta – 24/07/2025 – Dalam rangka menghadapi tantangan penerimaan peserta didik baru yang semakin kompetitif dan meningkatkan *branding* sekolah, LP Ma'arif NU PWNU DIY bekerja sama dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNY melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Pelatihan ini diselenggarakan pada tanggal 24 Juli 2025 di gedung Magister dan Doktor Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNY. Pelatihan intensif tentang strategi pemasaran sekolah ini bertajuk "Strategi Marketing Sekolah melalui Media Sosial, Optimalisasi Citra dan Jangkauan Sekolah di Era Digital".

Kegiatan dilaksanakan oleh Tim PkM dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNY yang terdiri Dr. Kiromim Baroroh, M.Pd, Tejo Nurseto, M.Pd, dan Ahmad Chafid Alwi, M.Pd.. Peserta pelatihan terdiri dari guru-guru yang menjadi tim marketing dari satuan pendidikan Ma'arif NU DIY. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman mendalam terkait konsep dasar marketing pendidikan dan bagaimana penerapannya secara konkret di lingkungan sekolah. Peserta diajak untuk menyadari pentingnya strategi digital dalam mempromosikan keunggulan sekolah, memperkuat citra lembaga, dan membangun kepercayaan publik.

Setelah pembukaan, para peserta langsung memasuki sesi pertama yang dirancang dengan melibatkan interaksi aktif. Sebelum memulai pemaparan materi, Tedjo Nurseto, M.Pd. selaku narasumber membuka sesi dengan memberikan soal tertulis kepada peserta. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membangkitkan pemikiran peserta sekaligus memfokuskan perhatian mereka pada topik utama yang akan disampaikan.

Setelah seluruh peserta menyelesaikan soal tertulis, sesi dilanjutkan dengan pemaparan “Strategi Marketing Sekolah LP Ma’arif Melalui Media Sosial : Optimalisasi Citra Dan Jangkauan Sekolah di Era Digital” oleh Bapak Tedjo Mustofa, S.Pd., M.Pd. Dalam paparannya menekankan bahwa marketing sekolah di era digital menjadi hal yang mutlak dibutuhkan, terutama untuk menarik minat calon peserta didik dan orang tua, menampilkan keunggulan sekolah, dan meningkatkan daya saing antar lembaga pendidikan. Beliau juga menjelaskan bahwa positioning sekolah atau penempatan citra, menjadi kunci dalam membentuk persepsi publik. “Sekolah harus mampu menentukan keunggulan khasnya dan menyampaikannya melalui slogan, logo, serta konten media sosial yang menonjolkan nilai keagamaan dan prestasi,” jelasnya.

Sesi kedua dilanjutkan dengan penyampaian materi yang mengajak peserta untuk melihat secara lebih luas peran penting marketing dalam dunia pendidikan melalui paparan berjudul “Sekolah Tanpa Marketing, Mungkinkah?” yang disampaikan oleh Ahmad Chafid Alwi, M.Pd.





Dalam sesi ini, peserta diajak untuk melihat urgensi peran strategi marketing dalam mempertahankan eksistensi dan memperluas jangkauan sekolah di tengah dinamika persaingan antar lembaga pendidikan.



Sesi yang dibawakan oleh Ahmad Chafid ini menegaskan bahwa promosi sekolah bukan lagi pilihan, tetapi kebutuhan strategis. Peserta diperkenalkan dengan konsep “menemukan kantong” sebagai langkah awal dalam promosi sekolah. Istilah kantong merujuk pada pasar konsumen potensial yang dapat dijangkau sekolah. Misalnya, SMA harus menyasar siswa SMP sebagai kantong utamanya, SMP menyasar SD, dan seterusnya hingga ke masyarakat sebagai kantong dasar.



Dalam konteks pendidikan masa kini, marketing sekolah bukan sekadar soal promosi, melainkan sebuah pendekatan strategis untuk membentuk citra, memperkuat nilai, dan menjalin hubungan jangka panjang dengan masyarakat. Konsep ini menempatkan sekolah bukan hanya sebagai penyedia layanan pendidikan, tetapi juga sebagai institusi yang mampu berkomunikasi secara aktif dan menarik dengan publiknya. Melalui media sosial, konten visual, serta pemetaan pasar (kantong), sekolah dituntut untuk lebih adaptif dan inovatif dalam menjangkau calon peserta didik.



Dengan berakhirnya rangkaian materi pada sesi pelatihan ini, diharapkan para guru tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menerapkan strategi yang relevan dengan karakter sekolah masing-masing. Sekolah-sekolah Ma'arif NU DIY tidak hanya siap bersaing, tetapi juga tampil berdaya, percaya diri, dan menjadi pilihan utama masyarakat.