

Strategi TK Aisyiyah Bustanul Athfal Bebekan Dalam Menumbuhkan Animo Masyarakat

Oleh:

Sa'diyah

Budi Haryanto

Progam Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Januari, 2025



Pendahuluan

Pentingnya PAUD: PAUD berperan penting dalam pembentukan karakter dan kompetensi

anak sejak dini.

Persaingan PAUD: Lembaga PAUD semakin berkembang pesat dengan berbagai program

unggulan, fasilitas, dan kurikulum modern untuk menarik orang tua.

Peran TK Aisyiyah Bebekan: TK Aisyiyah berkomitmen pada pendidikan Islami, namun menghadapi tantangan branding di era digital. Peneliti tertarik mengkaji strategi TK Aisyiyah Bebekan dalam membangun branding untuk meningkatkan animo masyarakat.

Urgensi Branding: Branding PAUD jarang mendapat perhatian, padahal dapat

meningkatkan kepercayaan dan minat orang tua terhadap lembaga.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Bagaimana strategi branding TK Aisyiyah Bustanul Athfal dalam meningkatkan animo masyarakat?
2. Apa strategi branding yang diterapkan oleh TK Aisyiyah Bustanul Athfal Bebekan?

Metode

Penelitian ini menerapkan metodologi studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian akan melibatkan beberapa pihak yang terkait antara lain: Kepala sekolah, Petugas humas sekolah, Guru, Orang tua siswa. Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara mendalam dengan subjek penelitian untuk mengeksplorasi peran kehumasan, dan faktor pendukungnya. Observasi partisipatif di lingkungan sekolah untuk mengamati secara langsung pelaksanaan peran kehumasan. Studi dokumentasi terhadap dokumen-dokumen terkait.

Hasil

TK Aisyiyah Bustanul Athfal Bebekan, sebagai lembaga pendidikan di bawah naungan Aisyiyah memiliki peluang besar untuk membangun brand yang kuat dan menarik bagi masyarakat pendekatan berbasis komunitas dan dukungan aktif dari organisasi Muhammadiyah dan Aisyiyah (PCA dan PCM), TK Aisyiyah Bustanul Athfal Bebekan dapat lebih terintegrasi dalam lingkungan sosial sekitar, memperkuat hubungan dengan warga, serta meningkatkan kepercayaan dan antusiasme calon orang tua murid

Pembahasan

Meskipun strategi branding TK Aisyiyah Bustanul Athfal Bebekan menunjukkan hasil yang positif, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitas branding. 1). Keterbatasan Anggaran Salah satu hambatan terbesar adalah anggaran promosi yang terbatas. Hal ini menghambat pelaksanaan kampanye promosi dalam skala besar. 2). Minimnya Inovasi dalam Konten Digital Konten digital yang digunakan di media sosial masih bersifat informatif, tanpa elemen interaktif yang dapat menarik perhatian lebih banyak audiens. 3). Keterbatasan Fasilitas Beberapa orang tua mengungkapkan harapan untuk penambahan fasilitas, seperti ruang multimedia atau perpustakaan anak. Keterbatasan fasilitas ini dapat menjadi tantangan dalam bersaing dengan lembaga lain yang menawarkan fasilitas lebih modern.

Temuan Penting Penelitian

Berdasarkan analisis, branding yang diterapkan TK Aisyiyah Bustanul Athfal Bebekan telah memberikan hasil nyata dalam meningkatkan citra positif lembaga pendidikan ini. Dalam dua tahun terakhir, terjadi peningkatan jumlah siswa yang mendaftar secara signifikan. Bahkan, sekolah mulai mengalami tingginya tingkat pendaftaran awal (inden) jauh sebelum tahun ajaran dimulai, yang menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan yang ditawarkan.

Manfaat Penelitian

Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang strategi branding lembaga pendidikan,

Memperkaya literature terkait peran branding sebagai upaya membangun citra positif lembaga.

Membantu lembaga dalam merancang program pemasaran.

Memberikan inspirasi bagi lembaga pendidikan lainnya.

Referensi

- [1] S. T. Rahmat and T. A. Sum, “Mengembangkan kreativitas anak,” *Jurnal pendidikan dan kebudayaan missio*, vol. 9, no. 2, pp. 95–106, 2017.
- [2] M. Mulyati, “Menciptakan pembelajaran menyenangkan dalam menumbuhkan peminatan anak usia dini terhadap pelajaran,” *Alim*, vol. 1, no. 2, pp. 277–294, 2019.
- [3] M. Musthaffa, “Strategi Komunikasi Muhammadiyah Terhadap Akulturasi Budaya Islam Dan Budaya Lokal Di Desa Somagede Kabupaten Banyumas Jawa Tengah,” 2015.
- [4] D. N. Fitriningsih, “Strategi Branding Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Pendidikan di SMAN 1 Badegan,” 2023, *IAIN Ponorogo*.
- [5] Z. Roziqin and H. Rozaq, “Menggagas Competitive Advantage Melalui Branding Image Di Madrasah Aliyah Nurul Jadid Paiton Probolinggo,” *Jurnal Ilmiah DIDAKTIKA*, vol. 18, no. 2, pp. 225–244, 2018.

