

Hasil Wawancara Penelitian

Instrumen Penelitian

Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Digital
(Studi di SMAT Ar-Rahmah)

A. Wawancara Kepala Sekolah

1. Pemahaman kebutuhan pemasaran sekolah di era digital ?

Di era digital, pemasaran sekolah tidak lagi hanya mengandalkan promosi konvensional. Sekolah perlu memanfaatkan media digital untuk menjangkau masyarakat secara luas, membangun citra positif, dan menyampaikan keunggulan sekolah secara efektif.

2. Strategi pemasaran yang diterapkan ?

SMAT Ar-Rahmah menerapkan strategi pemasaran digital melalui media sosial, publikasi kegiatan sekolah, penyebaran informasi PPDB, serta pendekatan komunikasi dengan masyarakat dan alumni.

3. Platform digital yang digunakan ?

Sekolah menggunakan Instagram, Facebook, WhatsApp, dan website resmi sebagai sarana utama pemasaran dan komunikasi.

4. Pengelolaan media social ?

Media sosial dikelola secara terencana oleh tim yang ditunjuk dengan koordinasi humas sekolah.

5. Penanggung jawab ?

Pengelolaan berada di bawah kepala sekolah, bidang humas dan dengan dukungan guru serta staf.

6. Tantangan pemasaran digital ?

Keterbatasan SDM dan waktu menjadi tantangan utama dalam pemasaran digital.

7. Dampak keterbatasan SDM ?

Keterbatasan SDM berdampak pada konsistensi dan kualitas konten pemasaran.

8. Rencana pengembangan ?

Sekolah berencana meningkatkan pemasaran digital melalui pelatihan dan pembentukan tim khusus.

9. Evaluasi efektivitas pemasaran digital ?

Strategi pemasaran digital dinilai cukup efektif dalam meningkatkan visibilitas sekolah.

B. Wawancara Guru / Staf Pengelola Media

1. Peran guru dan staf ?

Guru dan staf berperan dalam dokumentasi dan publikasi kegiatan sekolah.

2. Konten prioritas ?

Konten meliputi kegiatan pembelajaran, prestasi siswa, kegiatan keagamaan, dan PPDB.

3. Proses pembuatan konten ?

Konten dibuat dari dokumentasi kegiatan dan dipublikasikan melalui media sosial.

4. Kendala produksi konten ?

Kendala utama adalah keterbatasan waktu dan kemampuan teknis.

5. Respons masyarakat ?

Respons masyarakat cukup positif terhadap unggahan media sosial.

6. Pelatihan digital marketing ?

Pelatihan pernah diikuti namun belum berkelanjutan.

7. Koordinasi internal ?

Koordinasi dilakukan melalui rapat dan komunikasi informal.

C. Wawancara Orang Tua / Calon Wali Siswa

1. Media pengenalan sekolah ?

Media sosial dan WhatsApp menjadi sarana utama mengenal sekolah.

2. Manfaat informasi digital ?

Informasi digital sangat membantu memahami profil dan program sekolah.