ABSTRAK

Cahyaningrum,Sania. 2026. *Inovasi Pemasaran Sekolah Melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SMAN Jogoroto*. Skripsi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Institut Agama Islam Al-Urwatul Wutsqo Jombang. Dosen Pembimbing: Siti Zuliani, S.Pd.I., M.Pd.

Kata Kunci: Inovasi Pemasaran, Media Sosial, Minat Calon Peserta Didik

Semakin ketatnya persaingan antar lembaga pendidikan di era digital, sehingga sekolah dituntut untuk berinovasi dalam strategi pemasarannya. Media sosial menjadi salah satu sarana yang efektif untuk menjangkau calon peserta didik dan orang tua. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: (1) pemasaran sekolah melalui media sosial di SMAN Jogoroto, (2) strategi inovasi pemasaran sekolah melalui media sosial di SMAN Jogoroto, dan (3) faktor pendukung dan penghambat pemasaran sekolah melalui media sosial di SMAN Jogoroto.Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Sumber data penelitian meliputi Wakil Kepala Sekolah bidang Kurikulum, Wakil Kepala Sekolah bidang Humas, Wakil Kepala Sekolah bidang Kesiswaan, Staff IT, serta peserta didik SMAN Jogoroto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Pemasaran sekolah melalui media sosial di SMAN Jogoroto telah berjalan secara terencana dengan menggunakan berbagai platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, dengan Instagram sebagai andalan utama. Target pemasaran difokuskan melalui sistem zonasi (2) Strategi inovasi pemasaran dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan, mulai dari konten statis ke konten video pendek yang mengikuti tren generasi Z dan Alpha, pemanfaatan teknologi AI, serta pengelolaan dua akun Instagram untuk segmentasi konten. (3) Faktor pendukung meliputi meliputi jumlah views/likes, jumlah pendaftar, serta respon cepat masyarakat melalui dm/chat, kreativitas tim humas, banyaknya prestasi sekolah, kekompakan tim, dan partisipasi aktif siswa serta orang tua. Adapun faktor penghambatnya adalah rendahnya interaktivitas konten dan munculnya komentar negatif di media sosial.