Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (2) 2025, Page: 2983-2990

Strategi Promosi Pendidikan Kesetaraan di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Ilmu Bunda Kota Bengkulu

Julita Wulandari[1], Lenni Mantili Hutauruk[2], Ririn Gusti[3]
[1,2,3]Program Studi Pendidikan Nonformal, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Bengkulu, Indonesia
Corresponding Author: Julita Wulandari e-mail : wulankayukunyit@gmail.com[1]

Published: May , 2025

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi promosi pendidikan kesetaraan di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Ilmu Bunda Kota Bengkulu. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah strategi promosi yang dilakukan oleh PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu dalam mendapatkan peserta didik kesetaraan ada beberapa strategi yang harus diperhatikan dalam promosi yaitu dalam mengidentifikasi sasaran promosi dengan melakukan rapat terlebih dahulu sebelum langsung ke lokasi promosi yang bertujuan untuk menentukan lokasi mana yang sesuai untuk dilakukannya promosi pendidikan kesetaraan yang tidak dilihat dari umur, jenis kelamin, ekonomi maupun latar belakang. Yang kedua untuk cara menentukan tujuan dari promosi yang akan dilakukan dengan cara menyakinkan calon peserta dan untuk membangun stabilitas dalam program ini dilakukannya kerja sama dengan Lembaga Pembinaan Khusus Anak (LPKA) Kota Bengkulu dan Rumah Tahfidz Qur'an (RTQ) Raihan Kabupaten Bengkulu Tengah. Yang ketiga dalam merancang pesan promosi yang dilakukan untuk menarik minat calon peserta. Yang keempat dalam memilih saluran promosi untuk bertujuan sebagai cara untuk lebih memperluas jangkauan dalam promosi

Kata Kunci: *Strategi Promosi Pendidikan Kesetaraan, PKBM*

ABSTRACT

The purpose of this study was to describe the promotion strategy of equivalency education at the Community Learning Activity Center (PKBM) Ilmu Bunda City of Bengkulu. The method used is a qualitative method with a descriptive approach. Data collection was carried out by interviews, observations and documentation studies. The results of this study are the promotion strategies carried out by the PKBM Ilmu Bunda City of Bengkulu in getting equivalency students, there are several strategies that must be considered in the promotion. The first is to idemtify the target of the promotion by holding a meeting first before going directly to the promotion location which aims to determine which location is suitable for carrying out the promotion of equivalency education which is not seen from age, gender, economy or background. The second is to determine the purpose of the promotion that will be carried out by convincing prospective participants and to build stability in this program, cooperation is carried out with the Special Child Development Institution (LPKA) of Bengkulu City and the Raihan Qur'an Tahfidz House (RTQ) of Central Bengkulu Regency. The third is design promotional messages that are carried out to attract the interest of prospective participants. The fourth is choosing a promotional channel to aim as a way to further expand the reach of the promotion.

Keywords: *Promotion Strategy for Equivalency Education, PKBM*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan suatu dasar dalam kebutuhan manusia untuk mewujudkan dan mengembangkan potensi manusia melalui proses atau cara yang dikenal oleh masyarakat. Pendidikan di Indonesia terbagi menjadi tiga, yaitu jalur Pendidikan Formal, Pendidikan Nonformal, dan Pendidikan Informal. Kemudian dalam Undang-Undang sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahurn 2003 pasal 13 ayat 1 dikemukakan bahwa jalur Pendidikan terdiri atas Pendidikan Formal, Nonformal dan Informal yang dapat saling melengkapi dan memperkaya.

Pendidikan Nonformal merupakan salah satu jalur pendidikan nasional yang dimana pendidikan ini merupakan salah satu jalur pendidikan yang diselenggarakan secara terstruktur, sistematis, bertingkat, berjenjang yang dilaksanakan dalam waktu yang terus menerus (Efendi, 2017). Satuan Pendidikan Nonformal ialah sebagai pendidikan pengelolaan yang dapat dilaksanakan pada satuan pendidikan seperti yang tercantum di dalam UU Sisdiknas No.20 Tahun 2003 pasal 26 ayat 4, menjelaskan bahwa satuan Pendidikan Nonformal terdiri atas lembaga kursus, lembaga pelatihan, kelompok belajar, Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM), lembaga kursus dan pelatihan (LPK), majelis ta'lim, unit pelaksana teknis daerah (UPTD), serta satuan pendidikan yang sejenisnya.

Pendidikan Nonformal melalui PKBM menjadi alternatif bagi masyarakat yang tidak dapat mengakses pendidikan formal. Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2003 mengungkapkan bahwa PKBM merupakan lembaga pendidikan yang bertujuan untuk memberikan akses pendidikan bagi masyarakat marjinal, seperti anak putus sekolah, pekerja anak, dan masyarakat usia dewasa yang belum menyelesaikan pendidikan dasar atau menengah, pendidikan Paket A,B, dan C di PKBM setara dengan jenjang pendidikan SD, SMP, PKBM diharapkan dapat membantu mengurangi angka putus sekolah di Indonesia, termasuk di Kota Bengkulu.

PKBM memberikan kesempatan bagi banyak individu untuk melanjutkan pendidikan, menarik minat calon siswa menjadi tantangan tersendiri. Dilihat dari faktor sosial ekonomi, kurangnya informasi tentang keberadaan PKBM, serta stigma negatif terhadap Pendidikan Nonformal membuat jumlah siswa yang mendaftar di PKBM seringkali terbatas. Oleh karena itu, diperlukannya strategi yang efektif dalam menarik minat calon siswa, khususnya untuk PKBM Ilmu Bunda di Kota Bengkulu.

Persaingan penyediaan program pendidikan pada saat ini dalam penerimaan pendidikan kesetaraan yaitu peserta didik paket A, B, dan C di PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu sangat diperlukannya strategi promosi. Ditambah lagi dalam situasi kebutuhan pasar, promosi yang tepat dan akurat dan juga adanya tahapan/langkah-langkah promosi. Oleh karena itu dibutuhkan pemahaman yang sangat konkret dan rinci mengenai kebutuhan pasar, dan masyarakat sebagai komponen juga norma-norma generik lainnya.

Promosi adalah rangkaian kegiatan pemasaran yang memiliki tujuan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh produsen kepada konsumen melalui komunikasi yang maksudnya untuk

mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut, kegiatan promosi dapat dilakukan secara langsung (bertatap muka) atau dengan menggunakan media yang ada seperti sosial media (sosmed, media massa atau dengan promosi penjualan (Anisatun, 2022:11).

Sedangkan menurut Alma (2008:162): "Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan".

PKBM Ilmu Bunda ini merupakan salah satu Pusat PKBM yang mempunyai murid pendidikan kesetaraan program Paket A, B, dan C yang berjumlah 417 siswa di Kota Bengkulu dengan rata-rata jumlah siswa di PKBM di Kota Bengkulu berjumlah 200 siswa berdasarkan sumber (kementerian Pendidikan dan Kebudayaan). Dilihat dari daftar peserta didik kesetaraan di Kota bengkulu berdasarkan Data Pendidikan Kemendikdasmen.

Strategi promosi pendidikan dalam menarik minat peserta didik pendidikan kesetaraan paket A, B, dan C di PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu sangat diperlukan. Strategi promosi yang harus dilakukan dengan sungguh-sungguh mengingat ketatnya persaingan antar lembaga dalam penerimaan peserta didik pendidikan kesetaraan program paket A, B, dan C. Dilihat dari beberapa langkah-langkah dalam strategi promosi. Ungkap R2 sebagai Kepala sekolah di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Ilmu Bunda Kota Bengkulu bahwa dalam penerimaaan peserta didik pendidikan kesetaraan pada paket A, B, dan C untuk seluruh kalangan masyarakat yang tidak memandang umur maupun dari latar belakang, baik perorangan maupun kelompok, meski ini dibuka untuk umum untuk masyarakat melanjutkan pendidikan tetapi masih ada terdapat kendala yang dimana pihak masyarakat itu sendiri kurangnya ada kesadaran, Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Ilmu Bunda kota Bengkulu ini juga mempunyai visi dan tujuan dalam penerapan program khususnya pada program kesetaraan paket A, B, dan C dengan cara menyakinkan calon peserta didik dikalangan masyarakat ini dapat membantu tujuan dan visi di Pusat Kegiatan Masyarakat ini tercapai, dan dengan memperhatikan bauran apa saja yang terdapat di strategi promosi dalam menarik peserta didik, untuk mencapai visi dan tujuan yang ada pihak PKBM dengan melakukan penawaran yaitu terdapatnya program khusus, yang dimana untuk usia dibawah 21 tahun dapat mendaftarkan diri secara gratis dan untuk kalangan usia di atas usia 21 tahun baik dari kalangan manapun bisa mendaftar program kesetaraan paket A, B, dan C dengan harga dan persyaratan yang ada di pihak lembaga PKBM Ilmu Bunda di Kota Bengkulu.

PKBM Ilmu Bunda kota Bengkulu ungkap R2 ini juga harus dapat mengembangkan pesan dan kesan pada pihak lembaga, baik itu untuk perhatian, mempertahankan kualitas dan minat, dapat menimbulkan keinginan dan memperoleh tindakan dalam cara penerapannya, karena ini sangat berpengaruh, pada saat melakukan promosi pendidikan paket A, B, dan C ini juga dapat melakukannya dengan menggunakan media sosial yang sudah ada, di PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu, ungkap R2

melakukannya dengan menggunakan media sosial seperti facebook, instagram, grup whatsapp, dan dapat memakai alat komunikasi lainnya seperti surat dan telepon. Dapat juga menggunakan komunikasi langsung kepada konsumen, baik itu melakukannya dari rumah ke rumah, mulut ke mulut, maupun dari mengadakan sosialisasi dari pihak lembaga.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif guna untuk mencapai tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2022:9), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, yang digunakan untuk meneliti objek yang alamiah, yang dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dan dokumentasi) yang dimana data yang diperoleh ialah data kualitatif. Analisis data yang bersifat induktif/kualitatif, serta hasil penelitian kualitatif lebih menekankan kepada makna dibanding generalisasinya.

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara

   Menurut Sugiyono (2022:231) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, boleh juga untuk peneliti apabila ingin mengetahui hal dari responden secara lebih mendalam.

   Peneliti menggunakan teknik ini untuk bertemu langsung dengan responden dapat menjawab pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti. Untuk mendapatkan pernyataan dan informasi lisan unutk memperoleh data yang akurat yaitu melalui wawancara kepada R1 (Kepala Lembaga PKBM Ilmu Bunda), R2 (Korlap PKBM Ilmu Bunda), dan R3 (Korlap PKBM Ilmu Bunda), lokasi penelitian di PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu.

2. Observasi

   Menurut Sutrisno Hadi (Sugiyono 2022:145) menyatakan bahwa, observasi ialah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting ialah proses-proses pengamatan dan ingatan.

   Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara langsung terhadap pihak terkait dalam pelaksanaan Strategi Promosi Pendidikan Kesetaraan di PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu.

3. Dokumentasi

   Menurut Sugiyono (2022:240) menyatakan bahwa dokumentasi ialah sebuah catatan kejadian yang sudah berlalu, dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Adapun dokumentasi yang diperlukan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui, mengidentifikasi sasaran promosi, menentukan tujuan promosi, merancang pesan promosi, memilih saluran promosi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil temuan di lapangan bahwa menunjukkan cara dalam mengidentifikasi sasaran calon peserta didik pendidikan kesetaraan melakukan studi lapangan oleh pihak lembaga, yang dilakukan dengan berinteraksi antar korlap dan kepala daerah tersebut dengan menanyakan apakah terdapatnya masyarakat yang puus sekolah atau yang belum dapat melanjutkan pendidikan di Sekolah Formal, dari situlah dapat ditentukan apakah lokasi ini sesuai dijadikan target sasaran promosi pendidikan kesetaraan setelah itu pihak lembaga dan kepala daerah melakukan perjanjian kerja sama yang dimana akan dilakukannya promosi pendidikan kesetaraan di daerah ini karena pihak korlap sudah melihat dan membandingkan dengan daerah lain yang dimana di daerah tersebut memiliki tingginya masyarakat yang putus sekolah yang tidak dilihat dari demogfafi masyarakat baik dari usia, jenis kelamin, pekerjaan maupun latar belakang tetapi dilihat dari ijazah pendidikan terakhir calon peserta didik dan memenuhi persyaratan yang ada di formulir pendafataran bagi calon peserta didik pendidikan kesetaraan di PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu.

Safar Nasir et al (2024) menyatakan bahwa dalam mengidentifikasi sasaran merupakan salah satu kunci utama dalam proses pengambilan keputusan ketika sebuah lembaga merancang, mengemas dan mengiklankan suatu produk. Anisatun (2022) menyatakan bahwa perencanaan promosi diawali dengan mengidentifikasi audiens sasaran terlebih dahulu, audiens sasaran ialah sebagai sebuah khalayak pasar yang diinginkan sebuah lembaga, yang meliputi calon peserta didik/pembeli.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian wawancara, observasi dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa mengidentifikasi sasaran promosi adalah yang berkaitan dengan beberapa cara pihak lembaga dalam mencari calon peserta didik pendidikan kesetaraan yaitu dengan cara melakukan studi lapangan secara langsung ke lokasi yang dijadikan target sasaran, menganalisis dan mengkoordinasikan dengan kepala pihak setempat, target sasaran yang dijadikan calon peserta didik pendidikan kesetaraan tidak mempunyai mempunyai ciri khusus yang dimana tidak dilihat dari usia, jenis kelamin maupun latar belakang kehidupannya, tetapi calon peserta didik dilihat dari ijazah pendidikan terakhirnya dan yang paling utama memenuhi persyaratan yang ada di formulir yang disediakan lembaga.

Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa cara menentukan tujuan promosi dalam promosi pendidikan kesetaraan di PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu, cara menentukan tujuan promosi oleh kepala PKBM Ilmu Bunda kota Bengkulu dan Korlap PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu ialah dengan cara menumbuhkan persepsi baik untuk membujuk calon peserta didik, dengan meningkatkan citra positif dalam membangun stabilitas dalam keberlanjutan promosi ialah dengan cara memberikan perilaku yang ramah dan yang berkualitas bagi calon peserta didik dengan cara langsung berinteraksi kepada calon

peserta didik pendidikan kesetaraan. Cara memberi pemahaman agar tujuan dari promosi pendidikan kesetaraan tercapai ialah dengan melakukan kegiatan langsung ke masyarakat baik itu antar individu maupun kelompok masyarakat yang dimana dilakukannya penawaran yang terjamin dan memberikan promo gratis untuk anak dibawah usia 21 tahun. Baik secara langsung maupun dengan penggunaan media sebagai alat bantu dalam melakukan promosi. Dan dalam meningkatkan stabilitas keberlanjutan dalam promosi pendidikan kesetaraan di PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu ialah dengan cara melakukan kerja sama dengan lembaga lain, seperti melakukan MoU dengan Lembaga Pembinaan Khusus Anak (LPKA) Bengkulu dan Rumah Tahfidz Al-Qur'an (RTQ) Raihan Kabupaten Bengkulu Tengah.

Anisatun (2022) menyatakan bahwa tujuan promosi akan memudahkan lembaga dalam memilih alat promosi. Sebagai alat menumbuhkan persepsi pelanggan, memperkenalkan, mendorong, membujuk, dan menanamkan citra positif. Boone dan Kurtz (Anshori, 2022) menyatakan bahwa tujuan promosi ialah sebagai untuk menyediakan informasi, menaikkan penjualan, menstabilkan penjualan dan menonjolkan nilai produk.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian wawancara, observasi dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa menentukan tujuan promosi adalah cara pihak lembaga dalam menarik dan mendorong calon peserta didik ialah dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas dengan cara penyampaian yang menarik seperti memberikan promo untuk anak usia di bawah usia 21 tahun tanpa biaya, dan cara menstabilkannya dengan cara pihak lembaga membuat kerja sama yang berupa (MoU) kepada lembaga lainnya untuk meningkatkan dan memperluas jangkauan untuk penerimaan calon peserta didik pendidikan kesetaraan, dengan membuat kerja sama dengan Lembaga Pembinaan Khusus Anak (LPKA) Bengkulu dan Rumah Tahfidz Al-Qur'an (RTQ) Raihan Kabupaten Bengkulu Tengah yang dimana merupakan satu satunya PKBM di Kota Bengkulu yang menjalin kerja sama dengan pihak tersebut.

Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa merancang isi pesan promosi dalam pendidikan kesetaraan di PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu, cara untuk merancang pesan promosi dalam promosi pendidikan kesetaraan ini dengan cara menyusun isi pesan terlebih dahulu setelah itu bagaimana cara menentukan format pesannya dan bagaimana cara penyampaian pesannya. Dengan menggunakan pesan yang sesuai dengan apa yang ada di lembaga untuk formatnya pihak lembaga membuat (*Power* Point) PPT untuk mempermudah penyampaiannya kepada audiens sasaran promosi, dan cara penyampaiannya pihak lembaga langsung ke lokasi dengan melakukan kegiatan sosialisasi ke kelompok masyarakat, maupun interaksi secara tatap muka antara korlap dan calon peserta didiknya.

Didin (2022) menyatakan bahwa dalam merancang pesan sudah seharusnya menjadi komunikator yang memiliki kreativitas dan inovatif, karena untuk menarik pelanggan sangat dibutuhkannya isi pesan yang menarik yang membujuk dan memberikan kesan kepada target sasaran. Anisatun (2022) menyatakan bahwa menyusun pesan ialah hal yang sangat bermanfaat agar informasi yang akan disampaikan dapat diterima oleh audiens sasaran dengan jelas. Berdasarkan teori dan hasil penelitian wawancara, observasi

dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa cara dalam merancang pesan promosi yang dilakukan pihak lembaga PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu dalam merancang pesan promosi dari menentukan isi pesan yang menarik, menentukan format dan penyampaian pesan kepada audiens sasaran promosi.

Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa cara memilih saluran komunikasi dalam promosi pendidikan kesetaraan di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Ilmu Bunda Kota Bengkulu, cara yang dilakukan pihak lembaga dalam memilih saluran komunikasi agar dapat menjangkau lebih luas lagi dengan cara menggunakan media saluran komunikasi seperti Facebook, Instagram, Grup WhatsApp, Email dan Website dan media cetak seperti brosur, spanduk dan poster. Saptadi (2024) menyatakan bahwa Media promosi adalah saluran atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau pemasaran kepada audiens sasaran. Sudaryono (2022) menyatakan bahwa saluran komunikasi dapat bersifat pribadi dan non pribadi, yang dimana masing-masing terdapat banyak sub-saluran. Saluran komunikasi pribadi (*personal communication channel*) melibatkan dua atau beberapa orang saat berkomunikasi langsung satu sama lain dengan tatap muka, satu orang dengan audiens sasaran melalui telepon, dan melalui media sosial.

Berdasarkan teori dan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa cara memilih saluran komunikasi promosi adalah cara yang paling ampuh untuk menjangkau lebih luasnya pihak lembaga PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu dapat menggunakan media cetak seperti brosur, spanduk dan poster sedangkan dengan penggunaan media sosial pihak lembaga PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu menggunakan media seperti di Facebook, Instagram, Grup WhatsApp, Email dan Website, tujuan agar jangkauan promosi untuk memberikan informasi kepada calon peserta didik pendidikan kesetaraan bahwa di PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu sudah melakukan penerimaan peserta didik baru untuk mendapatkan peserta didik yang sebanyak mungkin.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan strategi promosi pendidikan kesetaraan di PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu ialah pertama identifikasi sasaran promosi dilakukan dengan cara pihak lembaga melakukan rapat terlebih dahulu untuk menentukan lokasi yang sesuai dijadikan target sasaran promosi yang dimana pihak lembaga melakukan studi lapangan secraa langsung dan melakukan interasi kepada kepala daerah yang dimana calon target tidak diharuskan memiliki ciri karakteristik khusus, baik dari usia, jenis kelamin, maupun latar belakang kehidupannya tetapi dilihat dari ijazah pendidikan terakhir. Kedua menentukan tujuan promosi dengan menentukan bagaimana cara untuk menyakinkan calon peserta didik dan bekerjasama dengan lembaga lain seperti Lembaga Pembinaan Khusus Anak (LPKA) Bengkulu dan Rumah Tahfidz Al-Qur'an (RTQ) Raihan Kabupaten Bengkulu Tengah yang dimana dapat menstabilkan dan meningkatkan jumlah calon peserta didik baru pendidikan kesetaraan dan membuat program baru pada PKBM Ilmu Bunda Kota

Bengkulu untuk lebih menarik daya minat calon audiens. Ketiga merancang pesan dilakukan dengan cara menyusun isi pesan berdasarkan fakta dengan menjelaskan visi, misi keunggulan yang terdapat di PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu dengan disusun menjadi format dalam bentuk *Power Point* (PPT) untuk membantu dalam penyampaiannya karena lebih mudah dipahami oleh audiens sasaran promosi dengan menggunakan kalimat yang singkat dan jelas, dan penyampaiannya pihak lembaga melakukan kegiatan yang berupa sosialisasi untuk kelompok masyarakat, dan dapat juga berinteraksi langsung antar korlap dan calon peserta didik pendidikan kesetaraan. Keempat memilih saluran promosi dengan cara pihak lembaga melakukan uji coba secara langsung apa yang sesuai dijadikan saluran promosi, saluran yang dapat dijadikan untuk memberikan informasi melalui media cetak seperti brosur, spanduk dan poster sedangkan dengan penggunaan media sosial pihak lembaga PKBM Ilmu Bunda Kota Bengkulu menggunakan media seperti di Facebook, Instagram, Grup WhatsApp, Email dan Website bertujuan untuk audiens sasaran mendaftarkan diri ke Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Ilmu Bunda Kota Bengkulu dengan calon yang banyak.

DAFTAR PUSTAKA

Anisatun Nurul Uluwiyah (2022), Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi.STRATEGI BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat, Cetakan I, Agustus 2022.

Anshori, M. F., & Nurohman, D. (2022). Efektivitas Penyediaan Internet Desa Untuk Peningkatan Promosi Umkm Di Temenggungan Udanawu Blitar. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, *1*(9), 2245-2258.

Buchari Alma. (2008), Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan fokus pada mutu dan layanan prima, ALFABETA,cv, November 2008.

Fajry, F., Annur, S., & Handayani, T. (2024). Strategi Promosi Prodi Pendidikan Sendratasik Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *5*(1), 51-60.

Safar Nasir, M., Saleh, R., & Yuniarti, D. (2024). Upaya Optimalisasi Kemampuan Entrepreneurship Era Digital. *JICS : Journal Of International Community Service*, *3*(01), 1–16. https://doi.org/10.62668/jics.v3i01.1172

Saptadi, I. N. T. S., Kom, S., MT, M., Latiep, I. F., SE, M., Lestari, N. P., ... & Saksono, H. (2024). Manajemen promosi produk. Cendikia Mulia Mandiri.

Setiawati, F. (2020). Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan. Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan, 30(1), 57-66.

Sudaryono, S. P. (2022). Interpersonal Skill: Kecakapan Antarpersonal. Prenada Media.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D.Bandung;PT.Alfabeta.