

Abstrak

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi mengamanatkan perubahan adaptif agar tetap terkini. Peran pengetahuan dalam meningkatkan daya saing masyarakat telah diakui. Pendidikan adalah alat strategis yang menumbuhkan kecerdasan, keterampilan, dan sikap positif untuk integrasi masyarakat yang efektif. Sekolah melalui pendidikan mengembangkan potensi manusia dan membentuk identitas positif. UU 20/2003 mendefinisikan pendidikan sebagai sarana untuk mengembangkan potensi manusia. Akar pendidikan dalam “mendidik” menggarisbawahi peran pelatihannya. Pencapaian pendidikan melibatkan kompetisi sekolah, sehingga memerlukan pemasaran penting bagi institusi akademik. Sekolah harus meningkatkan kepuasan siswa melalui inisiatif dan strategi pemasaran. Promosi penjualan, bagian dari bauran pemasaran, menambah nilai untuk penjualan langsung atau jangka pendek, menumbuhkan loyalitas, dan kesadaran merek. Promosi media memperkenalkan produk kepada masyarakat, mempertahankan kehadiran dan reputasi institusi. Promosi yang efektif membantu sekolah dalam mempertahankan visibilitas dan pendaftaran. Promosi harus sejalan dengan prinsip pemasaran, meskipun masih terdapat tantangan dalam mencapai hasil yang diinginkan. Peningkatan kualitas pendidikan dan alokasi sumber daya dapat dicapai melalui peningkatan sarana dan prasarana. SMP Santa Maria II, Sidoarjo, sebuah sekolah Katolik terkemuka, menghadapi persaingan yang ketat dan tantangan pendaftaran. Meskipun telah dilakukan upaya, namun belum mendapatkan status yang diinginkan, sehingga memerlukan perbaikan strategi promosi. Permasalahan tersebut melatarbelakangi dilakukannya penelitian dengan judul “PERANCANGAN MEDIA PROMOSI SMP SANTA MARIA II SIDOARJO”.