

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS
VIDEO PROFIL DI SMK NEGERI 2 BANDA ACEH**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

ARIAN FARMİ
NIM. 210206044

**Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Prodi Manajemen Pendidikan Islam**



**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024/2025**

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS
VIDEO PROFIL DI SMK NEGERI 2 BANDA ACEH**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai Bahan Studi Memperoleh Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

ARIAN FARMI

NIM: 210206044

Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

A R - R A N I R Y

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Tihalimah, MA.

NIP. 197512312009122001

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS
VIDEO PROFIL DI SMKN 2 BANDA ACEH**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
sebagai Beban Studi untuk Memperoleh Gelar Sarjana
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam

Pada Hari / Tanggal

Senin, 28 April 2025

Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua,

Sekretaris,



Tihalimah, MA
NIP. 197512312009122001

Nelliraharti, M.Pd
NIP. 198112052023212021

Penguji 1,

Penguji 2,



Dr. Cut Nya Dhin, M.Pd
NIP. 196705232014112001

Nurussalami, S.Ag., M.Pd
NIP. 197902162014112001

Mengetahui

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh



Prof. Safrul Mulya, S.Ag., M.Ed., M.A., Ph.D
NIP. 197301021997031003

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Arian Farmi

NIM 210206044

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Judul Skripsi : Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Video Profil

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebut sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak memanipulasi dan memalsukan karya.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenakan sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Banda Aceh, 06 November 2024

Yang Menyatakan,



Arian Farmi

NIM. 210206044

ABSTRAK

Nama : Arian Farmi
NIM : 210206044
Fakultas/Prodi : Tarbiyah dan Keguruan/ Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Video Profil
di SMKN 2 Banda Aceh
Pembimbing : Ti Halimah, MA.
Kata Kunci : Manajemen Pemasaran Pendidikan dan Video Profil.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong lembaga pendidikan untuk menerapkan strategi pemasaran yang lebih inovatif. SMK Negeri 2 Banda Aceh memanfaatkan video profil sebagai sarana promosi pendidikan yang efektif untuk menarik minat calon siswa, orang tua, dan mitra industri. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses pembuatan video profil sebagai sarana promosi pendidikan, penggunaan video profil dalam promosi pendidikan, dan strategi yang digunakan dalam pemasaran pendidikan berbasis video profil di SMK Negeri 2 Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dengan kepala sekolah, guru, dan siswa, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Proses pembuatan video profil dimulai dengan perencanaan yang matang dan melibatkan tim khusus dari pihak internal dan eksternal sekolah. Tahapan meliputi penyusunan skenario berdasarkan visi misi sekolah, pengambilan gambar, pengeditan oleh pihak eksternal, dan evaluasi sebelum publikasi; (2) Penggunaan video profil dalam promosi pendidikan dilakukan melalui platform digital seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan situs web sekolah. Video profil efektif dalam meningkatkan jumlah pendaftar, mendapatkan respons positif dari masyarakat, dan menciptakan citra positif sekolah; (3) Strategi pemasaran pendidikan berbasis video profil di SMK Negeri 2 Kota Banda Aceh dirancang dengan ide-ide menarik dan profesional untuk menggambarkan identitas sekolah, disebarluaskan melalui berbagai platform digital, dan diperbarui secara berkala (1-2 tahun sekali) untuk memastikan informasi tetap relevan. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik sekolah di kalangan orang tua, siswa, dan mitra industri.

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Semesta Alam. dengan limpahan rahmat, karunia, dan kasih sayangNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa disanjungkan kepada pangkuan alam Nabi besar Muhammad SAW. Semoga rahmat dan hidayahNya selalu tercurahkan kepada keluarga, sahabat, musafir, dan orang-orang yang mengikuti jejaknya hingga hari kiamat.

Syukur Alhamdulillah kepada Allah Swt. yang telah memberikan kesehatan badan dan pikiran, kesempatan serta kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Video Profil di SMK Negeri 2 Banda Aceh”**.

Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan (S1) pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Namun berkat ketekunan, bimbingan, motivasi, nasihat, bantuan, saran, dan kerjasama dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sehingga pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Safrul Muluk, MA., M.Ed., Ph.D selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
2. Dr. Safriadi, S.Pd.,M.Pd. selaku ketua program studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
3. Dr. Mumtazul Fikri, M.A selaku dosen wali yang telah memberi arahan, nasihat, kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Tihalimah, MA. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam menyertai penulis untuk menyelesaikan

skripsi ini dan telah membantu dalam pemberian ilmu, nasihat, motivasi, dan semangat.

5. Ayahanda Ismuha, yang senantiasa menjadi panutan dalam setiap langkah saya, dan Ibunda Arini Rukyani yang kelembutannya bagaikan cahaya penuntun hidup, penulis sangat berterimakasih kepada keduanya yang telah memberikan cinta dan pengorbanan yang tak ternilai. Meski tak pernah merasakan bangku perkuliahan, mereka telah mengajarkan kepada saya pelajaran paling berharga tentang kerja keras, ketulusan, dan semangat juang. Berkat doa tulus dan dukungan dari mereka, sehingga penulis bersemangat dan mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada keluarga tercinta abang dan ketiga adikku, Mukhsin, Irsan Suhelmi, Annisa, Annita. Penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam atas segala dukungan, doa, dan motivasi yang kalian berikan.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan, penulis mengucapkan terimakasih atas segala bantuan, motivasi, semangat, dan waktunya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang baik dari semua pihak demi menyempurnakan skripsi ini pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat terutama untuk peneliti sendiri dan lainnya. Aamin Ya Rabbal'Alamin.

Banda Aceh, 06 November 2024

Penulis,

Arian Farmi

NIM. 210206044

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPEL JUDUL | |
| LEMBAR PENGESAHAN BIMBINGAN | |
| LEMBAR PENGESAHAN SIDANG | |
| LEMBAR PERSYARATAN KEASLIAN | |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 8 |
| E. Kajian Terdahulu yang Relevan..... | 9 |
| F. Defenisi Operasional..... | 13 |
| G. Sistematika Pembahasan | 14 |
| BAB II KAJIAN TEORI | 16 |
| A. Konsep Dasar Manajemen Pemasaran Pendidikan | 16 |
| 1. Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan..... | 16 |
| 2. Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan | 19 |
| 3. Tujuan dan Fungsi Manajemen Pemasaran Pendidikan | 22 |
| B. Konsep Dasar Video Profil | 24 |
| 1. Pengertian Video Profil | 24 |
| 2. Latar Belakang Munculnya Video Profil | 26 |
| 3. Penggunaan Video Profil | 28 |
| 4. Kelebihan dan Kekurangan Video Profil | 30 |
| 5. Manfaat Video Profil | 34 |
| C. Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Video Profil | 36 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 38 |
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian..... | 38 |
| B. Kehadiran Peneliti | 38 |
| C. Lokasi Penelitian..... | 39 |
| D. Data dan Sumber Data | 39 |
| E. Instrumen Pengumpulan Data | 40 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 41 |
| G. Analisis Data | 43 |
| H. Pengecekan Keabsahan Data..... | 44 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 46 |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 46 |
| B. Hasil Penelitian | 54 |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian | 72 |
| BAB V PENUTUP | 81 |
| A. Kesimpulan..... | 81 |
| B. Saran..... | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA | 84 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4. 1 Data Sarana dan Prasarana..... | 50 |
| Tabel 4. 2 Data Tenaga Pengajar SMKN 2 Banda Aceh..... | 52 |
| Tabel 4. 3 Data Siswa SMKN 2 Banda Aceh..... | 53 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Surat Keputusan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 2: Surat Izin Melakukan Penelitian dari Akademik
- Lampiran 3: Surat Izin Melakukan Penelitian dari Cabang Dinas Pendidikan
- Lampiran 4: Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 5: Instrumen Penelitian
- Lampiran 6: Lembar observasi
- Lampiran 7: Dokumentasi
- Lampiran 8: Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan adalah salah satu bidang yang sangat berpengaruh dalam pembentukan generasi yang berkualitas tinggi. Setiap lembaga pendidikan, baik formal maupun non-formal, harus memiliki kemampuan untuk menyediakan program yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Pendidikan juga merupakan investasi yang menguntungkan dalam hidup karena pendidikan dapat menjadi alat yang paling efektif dalam mengembangkan pemikiran kita dan meningkatkan taraf kehidupan dunia dan akhirat. Pendidikan tersebut dapat kita terima pada suatu lembaga yaitu sekolah. Sekolah mempunyai tugas untuk menjaga eksistensinya setiap saat agar dapat memajukan sekolahnya.

Institusi pendidikan saat ini memerlukan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan partisipasi siswa. Tingginya tingkat persaingan antar sekolah yang sangat interaktif mempengaruhi persaingan siswa antar sekolah. Salah satu cara untuk menarik minat siswa adalah dengan meningkatkan manajemen strategi pemasaran yang tepat agar tujuan yang diinginkan adalah jumlah siswa yang optimal. Hal ini tercermin dari pendekatan kreatif dan inovatif lembaga dalam mengeksplorasi keunikan dan manfaat masing-masing sekolah.¹

¹ Syifa Fauziah, dkk. "Manajemen Strategi Pemasaran Pasca Covid-19 di Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini", *Jurnal Obsesi: Jurnal Anak Usia Dini*, Vol. 7, 2023, h. 4082.

Dalam dunia pendidikan, persaingan mengharuskan semua pemasar untuk menerapkan strategi pemasaran mereka dengan baik. Untuk tujuan pemasaran ini, konsep dasar pemasaran harus digunakan untuk memenuhi kebutuhan pemasaran dan keinginan pelanggan. Strategi pemasaran jasa pendidikan sangat penting, hal ini disebabkan oleh fakta bahwa dunia telah memasuki era globalisasi, di mana kompetisi mendominasi setiap aspek kehidupan manusia.

Persaingan antar lembaga pendidikan saat ini menjadi salah satu tantangan terbesar dalam dunia pendidikan. Tentunya hal ini menuntut setiap institusi untuk menggali keunikan dan kelebihan yang dimilikinya, yang kemudian dijadikan modal untuk memasarkan institusi tersebut. Kualitas suatu institusi tidak hanya didefinisikan dalam hal kualitas pembelajaran, kualitas infrastruktur dan sumber daya manusia, tetapi juga dalam hal semua orang di institusi tersebut bekerja sama untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Pelanggannya adalah pelajar atau calon siswa dari berbagai institusi pendidikan.²

Pemasaran pendidikan adalah proses mempromosikan suatu lembaga pendidikan atau program pendidikan tertentu kepada calon peserta didik, pelajar, orang tua, dan kelompok kepentingan lainnya. Pemasaran pendidikan berperan penting dalam meningkatkan kesadaran, meningkatkan minat, dan menjangkau jumlah siswa yang memadai.

² Dian, Ilis Robiah, Ali Prayoga, "Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah" *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu dan Manajemen Pendidikan Islam* Vol. 3 No. 1, 2020, h. 2-3.

Dalam memasarkan pendidikan, sekolah harus mampu membuat program-program unggulan dan unik sehingga masyarakat tertarik untuk memilih sekolah tersebut. Setiap lembaga pendidikan harus melakukan kegiatan marketing pendidikan dengan memperhatikan manfaat, tujuan, serta strategi yang mampu menarik dan memberi kepuasan bagi para konsumennya. Kepuasan pelanggan mempunyai kontribusi pada keberhasilan lembaga pendidikan seperti terciptanya loyalitas pelanggan atau konsumen yaitu masyarakat, meningkatnya citra sekolah serta meningkatnya efisiensi dan produktifitas pegawai sekolah.³

Teknologi yang semakin maju menjadi populer dari berbagai program diperkenalkan, seperti pembuatan video profil untuk sekolah, sehingga pemasaran untuk lembaga pendidikan menjadi lebih menguntungkan. Teknologi yang semakin berkembang pesat dapat dimanfaatkan oleh sekolah sebagai alat promosi untuk menghubungkan sekolah sebagai produsen dan pemangku kepentingan sebagai konsumen dengan menyediakan produk-produk yang dibutuhkan konsumen.

Perkembangan teknologi khususnya di bidang teknologi informasi dan komunikasi semakin pesat. Saat ini sudah banyak sekali aplikasi yang dapat menunjang penyajian informasi video tentang sekolah. Konsumen kini lebih tertarik melihat informasi melalui video yang ditampilkan di media sosial seperti

³ Putri Syiami Ramadina, Taufik B.K.,H.'Akil., "Strategi Marketing Pendidikan Melalui Pendidikan di Sekolah", *Peteka (Jurnal Penelitian Tindakan Kelas dan Pengembangan Pembelajaran)*, Vol. 4 No. 3, 2021, h. 368-369.

YouTube, Instagram, Facebook, dan Tiktok dibandingkan informasi yang ditampilkan di media cetak seperti koran, spanduk, dan brosur.⁴

Media informasi adalah alat grafis, fotografi, dan elektronik untuk memperoleh, memproses, dan mengatur informasi visual. Salah satu media informasi yang ada saat ini adalah video profil sekolah yang memperkenalkan sekolah tersebut. Informasi sekolah yang dapat disajikan meliputi visi dan misi, sarana dan prasarana, aktivitas guru, aktivitas siswa, proses pembelajaran, dan sebagainya.⁵

Media video profil merupakan salah satu media alternatif yang saat ini digunakan banyak orang untuk berbagai keperluan seperti pembelajaran, periklanan, promosi, dan hiburan. Dengan memanfaatkan media visual yang menampilkan video dan audio diharapkan dapat menciptakan daya tarik yang unik. Dengan kombinasi unsur visual dan audio yang tepat, media video profil cukup efektif digunakan sebagai media informasi yang bertujuan untuk memberikan penjelasan yang lebih detail dan komprehensif. Media video profil juga dapat digunakan sebagai media periklanan ketika menyajikan pedoman kurikulum.

Video profil adalah media promosi yang biasanya berisi informasi tentang upaya suatu sekolah dalam menyediakan produk atau layanan, termasuk sejarah, identitas, visi dan misi, orang-orang, pencapaian, fasilitas, dan sebagainya. Video

⁴ Shendy Fariz Ramadhan, Dwi Sudjanarti, "Pembuatan Vidio Company Profile Berbasis Multimedia Menggunakan Aplikasi Sony Pegas Pro 13.0 Sebagai Media Iklan Untuk Meningkatkan Minat Beli Pada PT Varia Usaha Beton (Tuban *PLANT*)", *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol.5 No. 2, 2019, h. 458.

⁵ Neneng, Fera Lestari, Try Susanto, Rikendry, "Pengembangan Vidio Profil Sekolah Sebagai Media Promosi Efektif SMA Negeri 1 Pagelaran", *Journal Of Engineering and Information Technology For Community Service*, Vol. 1 No. 2, 2022, h. 38.

profil dinilai lebih efektif dibandingkan media cetak karena kemasaannya lebih menarik dan penyajiannya lebih jelas dan detail. Tujuan pembuatan video profil ini juga untuk memperkenalkan pihak sekolah kepada masyarakat setempat khususnya orang tua siswa dan calon siswa baru. Video profil juga dapat membantu memberikan layanan informasi tentang sekolah kepada calon siswa dan komunitas yang lebih luas, sehingga membantu memperluas target masyarakat yang mungkin belum dapat dijangkau sebelumnya.⁶

Kemajuan pesat teknologi multimedia telah memungkinkan dilakukannya berbagai macam aktivitas. Kemajuan ini berarti berbagai informasi dapat diakses dengan mudah, termasuk media yang digunakan untuk mempromosikan institusi pendidikan. Membuat video profil adalah salah satu cara untuk mempromosikan sekolah dengan adanya perpaduan unsur visual, tekstual, dan suara yang mampu meningkatkan minat masyarakat. SMK Negeri 2 Banda Aceh merupakan salah satu institusi pendidikan yang telah memiliki video profil yang menarik.⁷

Banyak sekolah menghadapi permasalahan terkait rendahnya peminat siswa baru, mengalami penurunan dalam jumlah pendaftar dari tahun ke tahun, yang mengakibatkan berkurangnya jumlah peserta didik per rombongan belajar (rombel), dan penurunan daya tarik institusi.

⁶ Hendi Sama, Arif Budiman, "Perancangan dan Implementasi Video 360 School di SMA Kartini Batam Menggunakan Metode MDLC", *E-Issn*, Vol. 4 No. 1, 2022, h. 711.

⁷ Adi Sustrisman, Slamet Widodo, M. Miftakul Amin, Ervi Cofriyati, "Rancang Bangun Video Profil Sebagai Sarana Informasi dan Promosi Pada Program Studi Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang, *JUPITER (Jurnal Penelitian Ilmu dan Teknik Komputer)*, 2019, h. 11-12.

Berdasarkan observasi awal, peneliti menemukan beberapa keunggulan yang dimiliki oleh SMK Negeri 2 Banda Aceh, di antaranya adalah:

1. Fasilitas sekolah yang telah memadai dan sesuai dengan kebutuhan guru dan siswa
2. Prestasi akademik dan non-akademik yang telah diraih oleh siswa, baik di tingkat provinsi Aceh maupun nasional. Beberapa di antaranya meliputi:
 - a. Peringkat 3 dalam Lomba Kompetensi Siswa (LKS) bidang CNC Milling di tingkat nasional yang diselenggarakan di Yogyakarta pada tahun 2019.
 - b. Medali Emas dalam LKS bidang CNC Turning yang dilaksanakan secara daring di tingkat nasional pada tahun 2022.
 - c. Peringkat 1 dalam LKS Perancangan Pemesinan CAD di tingkat provinsi Aceh pada tahun 2022.
 - d. Peringkat 1 dalam LKS CADD Building di tingkat provinsi Aceh pada tahun 2023.
 - e. Peringkat 1 dalam LKS Automobile Technology di tingkat provinsi Aceh pada tahun 2023.⁸

Prestasi-prestasi ini menunjukkan konsistensi SMK Negeri 2 Banda Aceh dalam mencetak siswa-siswa berprestasi di berbagai bidang keahlian, baik tingkat regional maupun nasional.

⁸ Hasil Observasi, 1 Agustus 2024

SMK Negeri 2 Banda Aceh adalah salah satu lembaga yang bergerak di bidang pendidikan tingkat menengah kejuruan untuk proses belajar anak selama 3 (tiga) tahun. SMK Negeri 2 Banda Aceh merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berlokasi di Jl. Sultan Malikul Saleh, Lhong Raya, Kec. Banda Raya, Kota Banda Aceh. Selama ini SMK Negeri 2 Banda Aceh telah menggunakan video profil untuk mempromosikan sekolahnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti merasa terdorong untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan mendalam mengenai topik yang berjudul **“Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Video Profil di SMK Negeri 2 Banda Aceh.”** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji keunggulan sekolah agar dapat diaplikasikan sebagai model bagi sekolah-sekolah lain.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses pembuatan video profil sebagai sarana promosi pendidikan di SMK Negeri 2 Banda Aceh?
2. Bagaimana penggunaan video profil dalam promosi pendidikan di SMK Negeri 2 Banda Aceh?
3. Apa strategi yang digunakan dalam pemasaran pendidikan berbasis video profil di SMK Negeri 2 Banda Aceh?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses pembuatan video profil sebagai sarana promosi pendidikan di SMK Negeri 2 Banda Aceh

2. Untuk mengetahui penggunaan video profil dalam promosi pendidikan di SMK Negeri 2 Banda Aceh
3. Untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam pemasaran pendidikan berbasis video profil di SMK Negeri 2 Banda Aceh

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat penelitian yang diharapkan antara lain:

1. Manfaat secara teoritis
 - a. Sebagai suatu usaha dalam menambah pengetahuan tentang Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Video Profil
 - b. Untuk menambah ilmu pengetahuan serta menambah referensi buku bacaan bagi peneliti.
 - c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa program studi Manajemen Pendidikan Islam dalam melakukan penelitian skripsi.
2. Manfaat secara praktis
 - a. Bagi SMK Negeri 2 Banda Aceh, dapat memberikan informasi mengenai proses pembuatan, penggunaan video profil, dan strategi dalam pemasaran pendidikan, sehingga dapat meningkatkan daya tarik sekolah dalam mempromosikan pendidikannya.
 - b. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang manajemen pemasaran pendidikan berbasis video profil.

E. Kajian Terdahulu yang Relevan

1. Rahayu Dwi Saputri, Muhfiatun Lailatis Syarifah (2021), judul penelitian (Vidio Profil Sebagai Sarana Promosi Memajukan Wisata Alam Kali Biru dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat). Nama jurnal (Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama vol. 21, 2021, hlm. 89-98). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang prosedur analisisnya menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang ditulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk merancang suatu media berupa profil perusahaan harus dapat menyajikan data, informasi dan produk yang ditawarkan padukuhan Kali Biru secara efektif, jelas dan menarik. Selain itu, brand image dapat ditingkatkan sehingga dapat menarik target pasar wisatawan baru baik lokal maupun mancanegara terhadap wisata alam yang ditawarkan.⁹
2. Tony Wibowo, Aloysius Edward Marselino Dolok Sarib (2022), judul penelitian (Perancangan dan Implementasi Vidio Profil Sekolah di SMK Harapan Utama Menggunakan Framework MDLC), vol. 4, 2022, hlm. 1236-1241. Penelitian ini menggunakan teknik tinjauan pustaka dengan melihat dari berbagai penelitian yang sudah ada, dimana peneliti memberikan penjabaran tentang video profil perusahaan yang dibuat sebagai media informasi kepada peserta didik yang akan masuk ke

⁹ Rahayu Dwi Saputri, Lailatis Syarifah, "Video Profil Sebagai Sarana Promosi", *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 2021, h. 89-98.

sekolah tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video profil harus mampu memperkenalkan dan menyampaikan informasi tentang sekolah kepada calon siswa dan orang tuanya, serta untuk dikenal oleh masyarakat dan memperluas informasi sekolah. Dalam pembuatan video profil perlu adanya *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution*.¹⁰

3. Neneng, Fera Lestari, Try Susanto, Rikendry (2022), judul penelitian (Pengembangan Vidio Profil Sekolah Sebagai Media Promosi Efektif SMA Negeri 1 Pagelasan). Nama jurnal (Journal of Engineering and Technology vol. 1, 2022, hlm. 38-43). Penelitian ini menggunakan pendekatan individual dan partisipatif, yakni melalui komunikasi secara langsung untuk mengetahui kebutuhan apa saja yang dibutuhkan mitra terkait dengan pengembangan video profil sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaparan diawali dengan pendampingan pembuatan *storyboard*, proses perekaman video, dan hasil video profil yang dibuat. Sebelumnya, sekolah tersebut tidak memiliki video profil, hal ini disebabkan karena kurangnya tenaga ahli dalam penggunaan alat IT khususnya editing video, tidak adanya file video untuk kegiatan sekolah, dan tidak diperlukannya video profil untuk promosi sekolah.¹¹

¹⁰ Hendi Sama, Arif Budiman, "Perancangan dan Implementasi Video Profil di Sekolah SMA Maitreyawira Batam Menggunakan Metode Mdlc", *E-ISSN*, Vol. 4 No.1, 2022, h. 711-716.

¹¹ Neneng, dkk. "Pengembangan Video Profil Sebagai Media Promosi Efektif SMA Negeri 1 Pagelaran", *Journal Of Engineering and Information Technology For Community Service (JEIT-CS)*, Vol. 1 No. 2, 2022, h. 38-43.

4. Sugeng Widada, Adi Kusuma Widya Tama, Nanda Lestari (2020), judul penelitian (Vidio Profil Sebagai Media Promosi Pada MTs AL Husna YPIHN Curug Kabupaten Tangerang), vol. 6, 2020, hlm. 39-51. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka, observasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MTs AL Husna YPIHN sebelumnya mereka kurang media dalam penyampaian informasi pesan, pemasaran yang digunakan hanya berupa selebar browsur serta belum ada media video profil yang menjelaskan secara lengkap mengenai profil sekolah keunggulan, visi misi, prestasi sekolah, fasilitas sekolah. Sehingga dibuatlah sebuah media dengan langkah produksi dimulai dari *preproduction*, *production*, dan *post production*.
- 12
5. Suhaini, Soflansyah Fadli, Maemun Saleh, dkk (2022), judul penelitian (Pembuatan Video Profil Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Cagar Budaya di Lombok Tengah). Nama jurnal (Jurnal Abdimas Budi Darma), vol. 2 (2), 2022, hlm. 119-125. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka, observasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video profil dapat menyebarkan data dan informasi valid dalam format video yang dapat dilihat oleh siapa saja, kapan saja, dimana saja melalui media sosial dan digunakan sebagai media

¹² Sugeng Widada, Adi Kusuma Widya Tama, and Nanda Lestari, "Vidio Profil Sebagai Media promosi pada Mts Al-Husna Ypihn Curug Kabupaten Tangerang", *Journal CERITA*, Vol. 6 No. 1, 2020, h. 39-51.

pembelajaran sejarah hidup nenek moyang suku Sasak Lombok Tengah.

13

6. Hogbe Leroy Sataoen, Daniel Lovgren & Simon Neby (2023), judul penelitian (Menciptakan “Pengalaman Universitas”: Produksi Video Promosi dan Multimodal di Pendidikan Tinggi Skandinavia). Nama jurnal (jurnal studi nordik dalam kebijakan pendidikan). Penelitian ini menggunakan analisis, dimana pada langkah pertama menelusuri situs web HEI, akun media sosial, dan saluran youtube, baru kemudian langkah kedua menganalisis secara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pentingnya untuk membuat video promosi yang diproduksi oleh perguruan tinggi (HEI) sebagai media untuk memperkenalkan mahasiswa generasi baru kepada universitas dan mengkomunikasikan peran dan tujuannya kepada dunia luar. Penelitian ini juga penting untuk memahami bagaimana universitas berkomunikasi dan menampilkan diri dalam pasar pendidikan tinggi yang kompetitif.¹⁴
7. Kenmada Widjajanto, Marisa Astuti (2021), judul penelitian (Perancangan Video Profil Program Studi Film & Televisi Sebagai Media Promosi & Persuasi Pada Calon Mahasiswa Universitas Widyatama). Nama jurnal (RIGEO, tinjauan pendidikan geografis internasional, 11 (6), 2021 hlm. 484-496). Hasil penelitian menunjukkan

¹³ Suhaini, dkk. “Pembuatan Vidio Profil sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Cagar Budaya di Lombok Tengah”, *Jurnal Abdimas Budi Darma*, Vol. 2 No. 2, 2022, h. 119.

¹⁴ Hogne Leroy Sataoen, Daniel Lovgren & Simon Neby, ‘Creating the “University Experience”: promotional and Multimodal Video Productions in Scandinavian Higher Education’, *Norrdic Journal Of Studies in Educational Policy*, Vol. 9 No. 3, 2023, h. 260-275.

bahwa dalam memberikan informasi tentang profil program studi FTV harus memperhatikan konten yang menarik kepada lulusan SMA dan SMK dari Jawa Barat dan berbagai daerah di Indonesia. Strategi Prodi FTV adalah dengan membuat video profil Prodi FTV untuk siswa SMA dan Profesi sebelum pengumuman kelulusannya dan dijadikan sebagai konten promosi dan persuasif tim marketing Widyatama.¹⁵

Berdasarkan kajian-kajian terdahulu, persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabel dependen berupa video profil dalam promosi pendidikan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada fokus penelitian, penelitian sebelumnya meneliti sekolah atau universitas yang belum memiliki video profil, sementara penelitian ini berfokus pada sekolah yang telah memiliki video profil untuk mempromosikan sekolahnya.

F. Defenisi Operasional

Adapun defenisi operasional pada penelitian ini adalah:

1. Manajemen pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, mengatur, melaksanakan, dan memantau seluruh aktivitas (program pemasaran) secara efektif dan efisien untuk mencapai transaksi yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dan mencapai tujuan perusahaan. Tujuan pemasaran jasa pendidikan adalah untuk

¹⁵ Kenmada Widjajanto, Marisa Astuti, "Profile Video Design of Film & Television Study Program as a Promotional Media & Persuasion on Prospective Students of Widyatama University", *Review of International Geographical Education Online*, Vol. 11, 2021, h. 483-496.

mengetahui dan memahami pelanggan jasa pendidikan sehingga produk dan jasa pendidikan cocok untuk mereka.¹⁶

2. Video profil

Video profil merupakan media elektronik yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi untuk memperkenalkan lembaga pendidikan atau instansi yang telah diterima masyarakat dan meraih kesuksesan baik dari hasil maupun karya yang dihasilkan.¹⁷

G. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab yang mencakup keseluruhan isi secara sistematis.

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini terdiri dari kata pengantar yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian terdahulu yang relevan, defenisi operasional, dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Teori

Pada bab ini membahas tentang manajemen pemasaran pendidikan, video profil, manajemen pemasaran pendidikan berbasis video profil.

¹⁶ Ahmad Hasan Rosadhi, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Pesantren Darunnajah 2 Cipining", *Journal of International Multidisciplinary Research*, Vol. 2 No. 3, 2024, h. 194.

¹⁷ M Ghulam Zakiyan Fadlillah, Poppy Febriana, "Video Profil Untuk Promosi SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo", *Jurnal Inovasi Daerah*, Vol. 3 No. 2, 2024, h. 71.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini membahas tentang jenis dan pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, data dan sumber data, instrumen pengumpulan data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

BAB IV Hasil Penelitian

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum lokasi penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan penelitian.

BAB V Penutup

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

