

Analisis Pengaruh Facebook Ads Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru di SMK TI Bali Global Badung

Ida Ayu Ketut Diah Kartini¹⁾, I Gusti Ayu Desi Saryanti²⁾, Ni Luh Made Vinaya Medhiatika³⁾

Bisnis Digital^{1),3)}, Sistem Informasi²⁾

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

E-mail: diahkartini03@gmail.com¹⁾, desi@stikom-bali.ac.id²⁾, vinaya@stikom-bali.ac.id³⁾

Abstrak

Media sosial telah berkembang pesat di era masa kini, salah satu yang paling populer saat ini adalah media sosial facebook. Pemasaran digital marketing pada SMK TI Bali Global Badung kini menggunakan facebook ads, SMK TI Bali Global Badung menggunakan facebook ads sebagai media komunikasi dan informasi pendaftaran siswa baru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial (iklan facebook) terhadap meningkatnya jumlah siswa baru di SMK TI Bali Global Badung. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara dengan humas, observasi dan penyebaran kuesioner melalui (google form). Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden. Reduksi data, penyajian data display, triangulasi dan uji validitas reliabilitas digunakan sebagai teknik analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa facebook ads sangat bermanfaat dan dapat berpengaruh secara signifikan terhadap meningkatnya jumlah Siswa Baru di SMK TI Bali Global Badung.

Kata kunci: Facebook ads, sosial media, digital marketing, metode kualitatif, pemasaran

1. Pendahuluan

Pada era globalisasi sekarang ini sebuah Instansi pendidikan sekolah diharapkan dapat mengikuti kemajuan teknologi khususnya pada bidang teknologi informasi. Teknologi informasi yang baik akan memudahkan sebuah Instansi pendidikan untuk mempromosikan Sekolah atau jasa kepada para calon Siswa baru sehingga dapat dengan mudah Instansi pendidikan tersebut memenangkan persaingan yang semakin ketat dan kompetitif seperti sekarang. Perkembangan teknologi informasi saat ini sangatlah begitu cepat dan tanpa disadari seluruh kalangan masyarakat dari berbagai usia menggunakannya. Saat ini banyak masyarakat yang mulai meninggalkan pemasaran secara konvensional dan beralih kepada pemasaran secara digital atau yang biasa disebut dengan pemasaran digital.

Digital Marketing mampu mencakup seluruh pengguna internet dimanapun mereka tinggal tanpa ada batasan wilayah dan waktu, sehingga seiring dengan perkembangan teknologi, dengan begitu digital marketing menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional dan beralih ke pemasaran modern. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bisa di akses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya semakin merajalelanya era digital yang ditandai dengan banyaknya platform aplikasi-aplikasi yang muncul salah satunya yaitu facebook, facebook diluncurkan tanggal 4 Februari 2004 [1].

Pengguna media sosial khususnya facebook saat ini terus meningkat untuk berbagai keperluan seperti sarana mencari teman, sarana komunikasi, sarana mencari maupun berbagi informasi, dan sebagai sarana promosi untuk keperluan bisnis. Kegiatan promosi dibentuk untuk menstimulasi terjadinya kesadaran, ketertarikan, dan akan berakhir dengan pembelian suatu produk/jasa, sehingga masyarakat yang menggunakan internet terutama remaja saat ini lebih tertarik dalam iklan video maupun foto yang disajikan ke media sosial dapat lebih mudah dilakukan dengan aplikasi ini. [2].

Facebook merupakan situs jejaring sosial yang memiliki berbagai macam layanan seperti unggahan foto atau video, berbagi informasi dan konten menarik lainnya di halaman facebook. Facebook memiliki beragam fitur yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan digital marketing salah satunya yaitu periklanan menggunakan facebook ads. Facebook ads adalah salah satu fitur yang ditawarkan oleh facebook

untuk mempromosikan atau mengiklakan produk atau jasa melalui halaman fanpage yang sudah dibuat oleh pengguna facebook dengan jangkauan yang dapat ditentukan dan dapat diatur oleh pemasang iklan [3].

SMK TI Bali Global Badung merupakan sekolah menengah kejuruan yang berbasis khusus di bidang teknologi informasi yang saat ini bernaung dibawah Yayasan Pendidikan Bali Global Denpasar. SMK TI Bali Global Badung didirikan guna mengantisipasi era informasi dan globalisasi yang membutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang handal di bidang teknologi informasi. SMK TI Bali Global Badung memiliki 3 jurusan utama, yaitu desain komunikasi visual (DKV), pengembangan perangkat lunak dan game (PPLG) dan teknik jaringan komputer dan telekomunikasi (TJKT).

Dalam mempromosikan sekolah dan menginformasikan terkait pendaftaran Siswa Baru, SMK TI Bali Global Badung menggunakan beberapa media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook ads dan Google ads. Seiring berjalannya waktu, pertumbuhan instansi pendidikan ini kian pesat, tiap memasuki Tahun Ajaran Baru, para Siswa/i dari sekolah menengah pertama (SMP) di seluruh Bali, bahkan Indonesia, yang memiliki ketertarikan terhadap dunia informatika dan komputer, berbondong-bondong mendaftarkan diri sebagai calon siswa baru di SMK TI Bali Global Badung karena diperkirakan informasi yang diberikan melalui media sosial terutama iklan facebook ads dapat menarik para calon siswa baru. [4].

Terdapat penelitian yang membandingkan teknik pemasaran digital menggunakan facebook dan sosial media lainnya seperti penelitian oleh Somalindry P. D. Herukusumo yang menyatakan optimasi sosial media marketing dengan facebook lebih baik dari pada menggunakan blackberry messenger. Implikasi facebook marketing untuk organisasi (bisnis) kini menjadi hal yang menarik untuk diteliti di masa depan. [5].

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengetahui meningkatkannya jumlah siswa baru di SMK TI Bali Global Badung adalah metode kualitatif, adapun hasil akhirnya berupa data siswa yang disajikan dalam excel, pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan penyebaran koesioner ke responden.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengetahui meningkatkannya jumlah siswa baru di SMK TI Bali Global Badung adalah Metode Kualitatif.

2.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahap awal dari penelitian yang dilakukan. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Studi literatur
Merupakan penelusuran literatur yang bersumber dari buku, jurnal, karya ilmiah maupun hasil penelitian yang sudah ada yang bertujuan untuk menyusun dasar teori yang digunakan dalam melakukan penelitian.
2. Observasi
Merupakan metode pengumpulan data dengan datang dan mengamati langsung objek penelitian, yaitu di SMK TI Bali Global Badung, yang berlokasi di Jalan Tibung Sari, Banjar Kwanji, Desa Dalung, Kabupaten Badung, Bali. Adapun hal yang dilakukan adalah dengan mengamati proses atau kegiatan sehubungan dengan pemasaran digital marketing yang terjadi di lokasi, seperti pembuatan iklan video melalui facebook ads.
3. Wawancara
Merupakan metode pengumpulan data dengan diskusi dan Tanya jawab langsung dengan pihak sekolah dalam hal ini diwakilkan oleh Humas, yaitu Ibu Ida Ayu Made Ari Widyawati, S.Pd.H, yang dilaksanakan pada bulan Mei tahun 2023, untuk mengetahui pemasaran digital marketing menggunakan akun media sosial facebook ads.
4. Kuesioner
Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dikumpulkan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dalam penelitian ini penulis membuat kuesioner dengan bentuk pertanyaan melalui google form kepada siswa kelas X untuk dijawabnya. Kuesioner berisikan skala likert.

2.2 Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis data yang dikemukakan oleh Milles dan Huberman. Adapun tahap-tahap adalah sebagai berikut: [6].

1. Reduksi Data
Data-data yang diperoleh oleh peneliti kemudian direduksi dengan cara merangkum, memilih data-data yang penting, kemudian data dikelompokkan sesuai dengan fokus penelitian.
 2. Penyajian Data (Data Display)
-

Analisis Pengaruh Facebook Ads Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru di SMK TI Bali Global Badung (Ida Ayu Ketut Diah Kartini)

Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan kuesioner kemudian disajikan dalam bentuk grafik agar mudah dipahami

3. Triangulasi

Dalam penelitian ini triangulasi bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dari berbagai sumber data yang telah ada.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Penelitian

Penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh facebook ads dalam meningkatkan siswa baru di SMK TI Bali Global Badung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media facebook ads terhadap penerimaan pendaftaran siswa baru. Pada penelitian ini menyatakan bahwa iklan facebook berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap meningkatnya jumlah siswa baru di SMK TI Bali Global Badung.

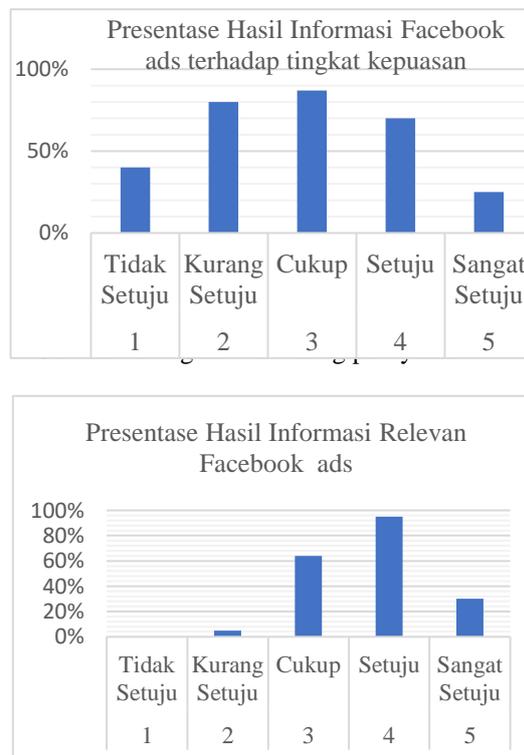
3.1.1 Hasil Observasi

Pengamatan ini digunakan secara langsung untuk memberikan pengetahuan tentang fakta-fakta yang terjadi sehubungan dengan strategi pemasaran digital melalui facebook ads yang diterapkan oleh SMK TI Bali Global Badung untuk meningkatkan Jumlah Siswa baru dari tahun ke tahun.

Berdasarkan data observasi akun facebook ads SMK TI Bali Global Badung memiliki jumlah sebanyak 6,1 rb pengikut dan konten yang paling banyak menjangkau publik yang mendapatkan interaksi terbanyak adalah konten yang berisikan promo potongan menarik seperti potongan DPP, SPP untuk siswa baru yang ingin mendaftarkan menjadi Siswa/i SMK TI Bali Global Badung. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi dengan cara mengamati langsung proses dari pembuatan iklan memakai facebook ads, mulai dari persiapan, proses pembuatan sampai terjadinya sebuah pemasaran iklan.

3.1.2 Hasil Tanggapan Penyebaran Kuesioner pada Sampel

Setelah dilakukannya penyebaran kuesioner pada sampel Siswa kelas X SMK TI Bali Global Badung dengan cara mengisi angket melalui google form pada tanggal 15 Agustus 2023 kepada seluruh Siswa kelas X SMK TI Bali Global Badung. Adapun hasil yang diperoleh sebagai berikut:



Gambar 2. Digital Marketing pernyataan 2

3.1.3 Hasil Analisis Data

1. Reduksi Data

Pada gambar 3 dibawah ini menunjukkan dari Tahun 2020 SMK TI Bali Global Badung memperoleh jumlah Siswa kelas X sebanyak 156 Siswa, pada Tahun 2021 memperoleh

sebanyak 175 Siswa, pada Tahun 2022 memperoleh sebanyak 243 Siswa dan pada Tahun 2023 memperoleh sebanyak 192 Siswa.



Gambar 3. Data Siswa

Pada tabel 1 menunjukkan jumlah pendaftar dari Tahun 2020 – 2023 yang setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Tabel 1. Jumlah Pendaftaran

NO	BULAN	JUMLAH PENDAFTARAN			
		2020	2021	2022	2023
1	Nopember	0	13	0	0
2	Desember	6	4	4	0
3	Januari	5	9	37	20
4	Pebruari	6	26	32	35
5	Maret	20	35	26	26
6	April	21	32	62	51
7	Mei	44	57	82	51
8	Juni	55	78	81	67
9	Juli	29	34	40	47
Total		186	288	364	297

Pada tabel 2 menunjukkan jumlah pendaftar ulang dari Tahun 2020 – 2023 yang setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Tabel 2 Jumlah Pendaftaran

NO	BULAN	JUMLAH DAFTAR ULANG			
		2020	2021	2022	2023
1	Nopember	0	2	0	0
2	Desember	2	3	3	0
3	Januari	2	2	6	6
4	Pebruari	3	9	14	27
5	Maret	10	20	19	9
6	April	18	20	30	12
7	Mei	40	44	70	50
8	Juni	54	50	60	44
9	Juli	27	25	41	44
Total		156	175	243	192

3.2 Pembahasan

Digital marketing merupakan salah satu cara untuk memasarkan dan mempromosikan suatu produk maupun jasa tertentu ke Masyarakat melalui media digital iklan internet, saat ini banyak media sosial yang digunakan oleh Instansi Pendidikan, SMK TI Bali Global Badung mempromosikan sekolah dengan memanfaatkan media sosial facebook ads karena sangat fleksibel, digital marketing menjadi sangat digemari dari tahun ke tahun, sampai saat ini dan menjadi sistem pemasaran yang paling banyak digunakan dan diminati sebagai alat promosi untuk menawarkan produk dan jasa kepada Masyarakat luas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemasaran digital marketing menggunakan facebook ads dalam meningkatkn jumlah Siswa baru di SMK TI Bali Global Badung dan mengetahui seberapa signifikan manfaat facebook ads dalam meningkatkn jumlah Siswa baru di SMK TI Bali Global Badung. Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Waka Humas SMK TI Bali Global Badung, hasil observasi dan dari hasil penyebaran kuesioner dengan Siswa baru SMK TI Bali Global Badung.

Dari presentase pendaftar yang setiap Tahunnya meningkat, maka facebook ads diduga berpengaruh dalam pemasaran digital marketing penerimaan siswa baru di SMK TI Bali Global Badung dan mampu menarik minat calon siswa baru untuk melakukan transaksi atau pendaftaran di SMK TI Bali Global Badung.

Dengan demikian melakukan promosi melalui iklan facebook ads merupakan strategi pemasaran yang baik untuk memperkenalkan sekolah dan menginformasikan pendaftaran siswa baru kepada masyarakat luas. Hal ini dikarenakan facebook memiliki basis data lengkap penggunaanya dari apa yang mereka sukai, usia, demografi, geografis, ketertarikan, minat dan lainnya, sehingga facebook ads diduga berpengaruh dalam pemasaran digital marketing penerimaan siswa baru di SMK TI Bali Global Badung dan mampu menarik minat calon siswa baru untuk melakukan transaksi atau pendaftaran di SMK TI Bali Global Badung.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pemanfaatan media sosial facebook ads sebagai media komunikasi dan informasi terkait pendaftaran mempunyai pengaruh terhadap meningkatnya jumlah pendaftar Siswa baru di SMK TI Bali Global Badung. Berdasarkan data dua tahun terakhir (2020-2023), pendaftar siswa baru mengalami kenaikan rata-rata 5% disetiap tahunnya. Hal ini juga didukung oleh hasil uji validitas dan uji reliabilitas pada kuesioner yang disebar kepada 100 siswa baru sebagai responden terkait informasi yang ada pada facebook ads.
2. Facebook ads terbukti mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap meningkatnya jumlah pendaftar siswa baru di SMK TI Bali Global Badung, hal ini didukung berdasarkan hasil uji validitas yang bernilai 0,1966 dan hasil uji reliabilitas yang bernilai 0.860 pada penelitian ini. Hal ini berarti keputusan untuk melakukan pendaftaran pada SMK TI Bali Global Badung meningkat karena adanya iklan yang dipasarkan melalui facebook ads. Sehingga SMK TI Bali Global Badung mempunyai peluang yang bagus untuk melakukan promosi melalui media facebook.

Daftar Pustaka

- [1] E. Risdianto And M. Cs, "Analisis Pendidikan Indonesia Di Era Revolusi Industri 4.0"
 - [2] Z. Ghazali, "Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Dalam Masyarakat Virtual," Ina-Rxiv, Preprint, Dec. 2019. Doi: 10.31227/Osf.Io/97w2k
 - [3] S. Hidayat, H. Suryantoro, And J. Wiratama, "Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E- Commerce Di Indonesia," Simetris J. Tek. Mesin Elektro Dan Ilmu Komput., Vol. 8, No. 2, P. 415, Nov. 2017, Doi: 10.24176/Simet.V8i2.1165
 - [4] M. Nurpratama And S. Anwar, "Penerapan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kelurahan Karangmalang Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu," No. 2, 2020
 - [5] [Gellysa Urva, M. Pratiwi, And A. Oemara Syarief, "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penujng Digital Marketing," Abdine J. Pengabd. Masy., Vol. 2, No. 1, Pp. 56–61, Jun. 2022, Doi: 10.52072/Abdine.V2i1.301
 - [6] K. Kuswantoro, "Analisis Strategi Integrated Marketing Communication Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Lembaga Pendidikan," J. Kependidikan, Vol. 4, No. 1, Pp. 19–38, May 2016, Doi: 10.24090/Jk.V4i1.2806
 - [7] N. F. Rahmah And S. Wibowo, "Pengaruh Promosi Social Media Instagram Dan Facebook
-

- Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Wisata Alam Gunung Papandayan Tahun 2020”
- [8] R. W. Arifin, “Peran Facebook Sebagai Media Promosi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif”
- [9] M. A. N. Islamy And I. Laksmiwati, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta,” *Nusant. - J. Inf. Libr. Stud.*, Vol. 3, No. 1, P. 75, Jun. 2020, Doi: 10.30999/N- Jils.V3i1.80
- [10] B. Sijabat, “Analisis Keputusan Membeli Berbasis Brand Awareness Sebagai Impak Google Ads Dan Facebook Ads (Kajian Pelanggan Lazada),” *Syntax Idea*, Vol. 3, No. 3, P. 444, Mar. 2021, Doi: 10.36418/Syntax- Idea.V3i3.1060