

## ABSTRACT

*Competition between educational institutions is an undeniable fact and the competition is getting tougher until now. If educational institutions want existence and sustainable development, educational institutions must respond to the competition that occurs with various anticipatory steps. The sustainability of private schools is highly dependent on the number of students. Therefore, private schools must have a diverse and sustainable promotion strategy.*

*Students become an important part in school promotion is a marketing communication strategy that has been carried out by many private schools. This was also carried out by the Harapan Indonesia 3 Health Vocational School in Tangerang City. The problem is that it is not easy to involve students in these promotional efforts during the Covid-19 pandemic, such as in 2021-2022. Apart from the threat of the Corona virus, it is also due to the strict health protocols that must be carried out.*

*The purpose of this study was to analyze the PPDB committee in building student participation in promotional activities to maintain its existence in the midst of fierce competition between educational institutions. This study uses the Social Exchange Theory developed by John Thibaut and Harold Kelley. While the approach used is a qualitative research approach with case study methods. Data collection techniques in the form of interviews, observations, literature studies, and documentation. The results showed that in building student participation in promotional activities, SMK HI emphasizes that all school members must have a high sense of belonging in advancing the school, build closeness with students, give rewards to students who engage and participate, provide understanding to students about the importance of participating in health education and school promotion activities, convey to students that participating in school activities can provide many benefits.*

*Keywords: Participation, Promotion, Social Exchange, Promotion*

## ABSTRAK

Persaingan antar lembaga pendidikan merupakan sebuah fakta yang tidak terbantahkan dan persaingan tersebut berlangsung semakin ketat hingga saat ini. Jika lembaga pendidikan menginginkan eksistensi dan pengembangan secara berkelanjutan, lembaga pendidikan harus menyikapi persaingan yang terjadi dengan berbagai langkah antisipatif. Keberlangsungan sekolah swasta itu sangat bergantung terhadap jumlah siswa. Oleh karena itu, sekolah swasta harus memiliki strategi promosi yang beragam dan berkesinambungan.

Siswa menjadi bagian penting dalam promosi sekolah adalah strategi komunikasi pemasaran yang sudah banyak dilakukan oleh berbagai sekolah swasta. Hal ini juga dilakukan oleh SMK Kesehatan Harapan Indonesia 3 di Kota Tangerang. Persoalannya tidak mudah melibatkan siswa dalam upaya promosi tersebut pada saat ada pandemi Covid-19, seperti pada tahun 2021-2022. Selain karena adanya ancaman virus Corona, juga karena ketatnya protokol kesehatan yang harus dijalankan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis panitia PPDB dalam membangun partisipasi siswa dalam kegiatan promosi untuk mempertahankan eksistensinya di tengah derasnya persaingan antar lembaga pendidikan. Penelitian ini menggunakan Teori Pertukaran Sosial yang dikembangkan oleh John Thibaut dan Harold Kelley. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, studi literatur, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membangun partisipasi siswa dalam kegiatan promosi, SMK HI menekankan bahwa semua warga sekolah harus mempunyai *sense of belonging* (rasa memiliki) yang tinggi dalam memajukan sekolah., Membangun kedekatan dengan siswa, memberikan penghargaan (*reward*) kepada siswa-siswi yang terlibat dan berpartisipasi, Memberikan pemahaman terhadap siswa tentang pentingnya mengikuti kegiatan penyuluhan kesehatan dan promosi sekolah, menyampaikan kepada siswa bahwa jika berpartisipasi pada kegiatan-kegiatan sekolah dapat memberikan manfaat yang banyak.

*Kata Kunci: Partisipasi, Promosi, Pertukaran Sosial, Promosi*