

Pemanfaatan Fasilitas *Kids Art Space* Sebagai Strategi Promosi Edukatif Sekolah PAUD Melalui Media Flayer

Utilization of Kids Art Space Facilities as an Educational Promotion Strategy for Early Childhood Education Schools Through Flyer Media

Icam Sutisna^{1*}, Yenti Juniari², Sri Indrawati Zakaria³, Nur Salsabila Amara⁴, Amelia Gani⁵

¹⁻⁵PGPAUD, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

Email: icamsutisna@ung.ac.id^{1*}, yenti@ung.ac.id², indrawatizakaria@ung.ac.id³,

nursalsabilaamara@gmail.com⁴, ameliaagani44@gmail.com⁵

*Penulis korespondensi: icamsutisna@ung.ac.id¹

Article History:

Naskah Masuk: 10 November 2025;

Revisi: 30 November 2025;

Diterima: 25 Desember 2025;

Terbit: 14 Januari 2026;

Keywords: Children's Creativity; Children's Room; Educational Promotion; Quality PAUD; School Flyer

Abstract: This community service activity aims to improve the promotional capabilities of early childhood education (PAUD) schools by utilizing the Kids Art Space facility as an educational medium featured in school flyers. Kids Art Space is a creative learning space that plays a crucial role in developing creativity, fine motor skills, and artistic expression in early childhood. However, this facility has not been optimally utilized as part of the educational institution's promotional strategy. The community service implementation method included initial observations of school facilities, assistance in designing promotional content, and simple training for PAUD teachers and administrators on creating informative and engaging flyers. The results showed that assistance in utilizing Kids Art Space in flyers improved PAUD administrators' understanding of educational promotional strategies and produced promotional media that concretely represented the quality of learning. Flyers featuring children's activities in the Kids Art Space were deemed more communicative and able to attract parents as potential users of educational services. Thus, this community service activity makes a significant contribution in helping PAUD schools optimize learning facilities as a promotional strategy that is not only commercial, but also educational and oriented towards child development.

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan promosi sekolah PAUD melalui pemanfaatan fasilitas Kids Art Space sebagai media edukatif yang ditampilkan dalam flyer sekolah. Kids Art Space merupakan ruang pembelajaran kreatif yang berperan penting dalam mengembangkan kreativitas, motorik halus, serta ekspresi seni anak usia dini. Namun, fasilitas tersebut belum dimanfaatkan secara optimal sebagai bagian dari strategi promosi lembaga pendidikan. Metode pelaksanaan pengabdian meliputi observasi awal terhadap fasilitas sekolah, pendampingan dalam perancangan konten promosi, serta pelatihan sederhana kepada guru dan pengelola PAUD mengenai penyusunan flyer yang informatif dan menarik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan pemanfaatan Kids Art Space dalam media flyer mampu meningkatkan pemahaman pengelola PAUD tentang strategi promosi edukatif, sekaligus menghasilkan media promosi yang merepresentasikan kualitas pembelajaran secara nyata. Flyer yang menampilkan aktivitas anak di Kids Art Space dinilai lebih komunikatif dan mampu menarik minat orang tua sebagai calon pengguna layanan pendidikan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam membantu sekolah PAUD mengoptimalkan fasilitas pembelajaran sebagai strategi promosi yang tidak hanya bersifat komersial, tetapi juga edukatif dan berorientasi pada perkembangan anak.

Kata Kunci: Kreativitas Anak; PAUD Berkualitas; Promosi Edukatif; Ruang Anak; Selebaran Sekolah

1. LATAR BELAKANG

Pendidikan adalah salah satu hal yang paling penting dalam kehidupan manusia karena dapat mempengaruhi kesejahteraan dan kebahagiaan manusia serta membentuk kepribadian mereka. Pendidikan juga membentuk kepribadian manusia. Pendidikan adalah proses yang berkelanjutan. Di sinilah pendidikan sepanjang hayat (long life education) dan pendidikan terus menerus (continuing education) muncul (Rendi, 2019; Sariani et al., 2023) (dalam Pujianti, 2024). Artikel ilmiah ini menguraikan strategi dan implementasi penyebaran media promosi untuk program Kids Art Space yang ditujukan bagi taman kanak-kanak non-formal yang bermitra dengan kami. Promosi ini khususnya berfokus pada pembagian selebaran (flyer) sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap program seni anak tersebut (Rinta et al., 2022). Pendekatan ini mengintegrasikan prinsip-prinsip bauran pemasaran pendidikan 7P untuk memaksimalkan jangkauan dan efektivitas kampanye promosi, dengan mempertimbangkan elemen-elemen seperti produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik (Asiah et al., 2022). Kids Art Space dapat menjadi daya tarik utama yang ditonjolkan dalam flyer promosi sekolah PAUD. Ruang seni ini menunjukkan bahwa sekolah memiliki fasilitas kreatif yang mendukung perkembangan anak secara menyeluruh, khususnya dalam aspek motorik halus, kreativitas, dan ekspresi diri. Ketika sekolah membagikan flyer, informasi tentang adanya Kids Art Space dapat menjadi nilai jual (selling point) yang membuat orang tua tertarik dan yakin bahwa sekolah memberikan pengalaman belajar yang lebih lengkap dan menyenangkan.

Selain sebagai fasilitas, Kids Art Space juga bisa menjadi contoh kegiatan unggulan yang dimasukkan ke dalam flyer. Di dalam flyer, sekolah dapat menampilkan foto atau penjelasan singkat tentang aktivitas seni yang dilakukan, seperti melukis, kolase, atau seni 3D. Hal ini membantu orang tua memahami kualitas pembelajaran dan suasana kreatif yang ditawarkan sekolah. Strategi ini dirancang untuk tidak hanya menginformasikan tetapi juga membangkitkan minat orang tua dan lembaga PAUD non-formal terhadap manfaat Kids Art Space dalam pengembangan kreatifitas anak. Dengan demikian, flyer tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai gambaran nyata tentang lingkungan bermain-belajar yang disediakan PAUD. Strategi ini dirancang untuk tidak hanya menginformasikan tetapi juga membangkitkan minat orang tua dan lembaga PAUD non-formal terhadap manfaat Kids Art Space dalam pengembangan kreatifitas anak (Rashid, 2024). Pendidikan tidak hanya terbatas pada ruang kelas formal, tetapi juga mencakup pendidikan non-formal yang berlangsung di luar institusi pendidikan resmi Haitami 2016, (Noviani et al. 2023) (dalam inayah 2024). Pendidikan non-formal, sebagaimana diatur dalam Undang-

Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, merupakan jalur pendidikan yang dirancang secara terencana dan sistematis namun tidak mengikuti struktur pendidikan formal. Ini termasuk berbagai bentuk kegiatan seperti Kursus Belajar, Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Taman Penitipan Anak (TPA), dan lembaga-lembaga lain yang memberikan pendidikan di luar sekolah formal (Indonesia 2003). Meskipun pendidikan non-formal memiliki potensi besar, sering kali ia dianggap kurang signifikan dibandingkan dengan pendidikan formal. Flyer menjadi alat untuk memperkenalkan fasilitas tersebut kepada masyarakat, sementara Kids Art Space menjadi konten yang memperkuat citra sekolah sebagai tempat yang mendukung kreativitas, eksplorasi, dan perkembangan anak secara optimal. Semakin menarik fasilitas yang ditampilkan, semakin besar peluang sekolah PAUD mendapatkan perhatian dan minat dari orang tua. pendidikan sepanjang hayat tidak hanya berfokus pada aspek akademik, tetapi juga melibatkan pengembangan kreativitas melalui kegiatan nonformal seperti seni, yang mendukung pembentukan kepribadian anak secara holistik. Studi ini menekankan bahwa PAUD nonformal, seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, memainkan peran krusial dalam menyediakan lingkungan belajar yang fleksibel, di mana Kids Art Space dapat menjadi sarana utama untuk menstimulasi imajinasi dan ekspresi diri anak. Sariani et al. (2023) menemukan bahwa promosi melalui flyer yang menampilkan fasilitas seni ini dapat meningkatkan partisipasi orang tua hingga 35%, karena flyer memfasilitasi pemahaman visual tentang manfaat pendidikan nonformal dalam konteks pendidikan berkelanjutan. Perkembangan anak usia dini sangat dipengaruhi oleh lingkungan belajar yang menyediakan kesempatan eksplorasi, kreativitas, dan pengalaman langsung. Salah satu fasilitas yang mampu mendukung proses tersebut adalah Kids Art Space, yaitu ruang khusus yang dirancang sebagai tempat anak berekspresi melalui berbagai kegiatan seni. Di era pendidikan modern, seni tidak lagi dipandang sebagai kegiatan sampingan, melainkan bagian penting dari pembelajaran yang dapat menstimulasi aspek kognitif, emosional, sosial, dan motorik anak. Seiring meningkatnya kesadaran orang tua terhadap pentingnya pendidikan holistik, sekolah PAUD dituntut untuk mampu menunjukkan keunggulannya secara jelas dan menarik. Oleh karena itu, Kids Art Space menjadi fasilitas yang sangat relevan untuk ditonjolkan dalam media promosi, khususnya melalui flyer yang dibagikan kepada masyarakat. Flyer berfungsi sebagai media informasi visual yang cepat dipahami, sehingga keberadaan Kids Art Space dapat menjadi poin utama yang memperkuat citra sekolah sebagai tempat belajar yang kreatif, ramah anak, dan mendukung tumbuh kembang secara menyeluruh. Dengan menggabungkan konsep Kids Art Space dan strategi promosi melalui flyer, sekolah dapat menunjukkan komitmen mereka dalam menyediakan

fasilitas terbaik bagi anak, sekaligus menarik perhatian orang tua yang sedang mencari sekolah PAUD berkualitas. Pendahuluan ini mengantarkan pembahasan mengenai hubungan keduanya serta manfaat yang diperoleh sekolah melalui pendekatan promosi tersebut.

2. METODE KEGIATAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam proses pembagian flyer Kids Art Space di sekolah-sekolah mitra. Data diperoleh melalui observasi langsung pada saat kegiatan pembagian flyer berlangsung serta dokumentasi berupa foto kegiatan dan arsip flyer yang digunakan. Kegiatan ini dilaksanakan pada sejumlah lembaga pendidikan nonformal yang berada di wilayah Gorontalo. Proses observasi dilakukan dalam rentang waktu Oktober hingga November 2025. Selanjutnya, kegiatan penyebaran dan promosi media brosur dilaksanakan pada 30 November 2025. Observasi dilakukan untuk melihat bagaimana mekanisme pembagian flyer di sekolah, pihak yang terlibat dalam pendistribusian, serta respons awal dari pihak sekolah. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil pengamatan. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis secara deskriptif dengan mengaitkan temuan lapangan dan kajian pustaka yang relevan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pengenalan sekolah PAUD kepada masyarakat, kami sebagai mahasiswa berperan langsung membagikan flyer yang berisi informasi mengenai fasilitas dan keunggulan sekolah, termasuk Kids Art Space. Flyer yang dibagikan dalam kegiatan ini secara khusus memuat informasi mengenai lembaga PAUD nonformal yang menyediakan layanan pendidikan anak usia dini berbasis kegiatan kreatif. Lembaga PAUD nonformal memiliki karakteristik yang berbeda dengan PAUD formal, baik dari segi pengelolaan, kurikulum, maupun fleksibilitas program pembelajaran. Oleh karena itu, strategi promosi yang digunakan perlu menonjolkan keunggulan khas yang dimiliki lembaga nonformal, salah satunya melalui penyediaan fasilitas Kids Art Space. Saat terjun ke lapangan, kami menjelaskan kepada orang tua bahwa Kids Art Space merupakan ruang kreatif tempat anak dapat melakukan berbagai aktivitas seni seperti menggambar, melukis, kolase, dan membuat karya dari bahan sederhana. Penjelasan ini kami sampaikan untuk memberikan gambaran bahwa sekolah PAUD yang kami promosikan tidak hanya menyediakan pembelajaran akademik, tetapi juga ruang eksplorasi yang penting untuk perkembangan kreativitas anak. Penyebaran media promosi merupakan

tahap krusial dalam memperkenalkan "Kids Art Space" kepada khalayak yang lebih luas, khususnya melalui sekolah-sekolah yang telah menjalin kerja sama (Afriadi et al., 2022).

Selama membagikan flyer, kami menerima berbagai tanggapan dari masyarakat. Banyak orang tua yang terlihat antusias setelah melihat foto-foto fasilitas Kids Art Space yang ditampilkan dalam flyer, karena mereka merasa kegiatan seni sangat penting untuk tumbuh kembang anak. Dalam proses ini, kami tidak hanya membagikan flyer, tetapi juga memberikan penjelasan tambahan mengenai manfaat Kids Art Space seperti melatih motorik halus, meningkatkan imajinasi, dan membantu anak mengekspresikan diri dengan bebas. Interaksi ini membuat informasi dalam flyer menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat. Pengalaman membagikan flyer juga memberi kami kesempatan untuk melihat langsung bagaimana fasilitas seperti Kids Art Space dapat menjadi daya tarik utama dalam promosi sekolah. Strategi promosi yang efektif sangat diperlukan untuk menarik minat calon peserta didik dan meningkatkan citra institusi di era digital saat ini (Harini et al., 2023; Mudin et al., 2023). Teknologi website, misalnya, dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi, terutama bagi institusi yang belum memiliki media digital serupa (Wijayanto et al., 2023). Masyarakat lebih tertarik ketika kami menunjukkan bahwa ruang seni tersebut benar-benar digunakan dalam kegiatan belajar anak. Dengan demikian, kegiatan promosi ini tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga bentuk edukasi kepada orang tua mengenai pentingnya lingkungan belajar yang kreatif dan ramah anak di PAUD. Promosi Kids Art Space melalui flyer memberikan implikasi positif bagi keberlangsungan lembaga PAUD nonformal. Dengan meningkatnya minat dan kepercayaan orang tua, peluang lembaga untuk mendapatkan peserta didik baru menjadi lebih besar. Hal ini penting bagi PAUD nonformal yang sangat bergantung pada partisipasi masyarakat. Bagi lembaga PAUD nonformal, flyer merupakan media promosi yang relatif sederhana, ekonomis, dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Flyer memungkinkan lembaga menyampaikan informasi penting seperti program unggulan, fasilitas, dan kelebihan lembaga secara singkat dan jelas. Dalam kegiatan ini, flyer berfungsi sebagai media utama untuk memperkenalkan Kids Art Space sebagai fasilitas unggulan PAUD nonformal. Penggunaan flyer dinilai efektif karena dapat dibagikan langsung kepada orang tua di lingkungan sekitar lembaga. Selain itu, tampilan visual Kids Art Space dalam flyer mampu menarik perhatian dan menimbulkan rasa ingin tahu masyarakat. Dengan demikian, flyer tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun citra lembaga PAUD nonformal yang kreatif dan inovatif.

Keberadaan Kids Art Space dalam lembaga PAUD nonformal juga dapat dipahami sebagai upaya menciptakan lingkungan belajar yang mendukung kebutuhan perkembangan anak usia dini secara menyeluruh. Anak usia dini memiliki karakteristik belajar yang menekankan pada aktivitas langsung, eksplorasi, dan pengalaman konkret. Oleh karena itu, penyediaan ruang seni menjadi sarana yang relevan untuk menyalurkan rasa ingin tahu anak sekaligus mengembangkan kemampuan berpikir kreatif. Melalui kegiatan seni, anak tidak hanya menghasilkan karya, tetapi juga belajar tentang proses, ketekunan, serta keberanian dalam mencoba hal baru. Dalam praktiknya, aktivitas yang dilakukan di Kids Art Space memberikan ruang bagi anak untuk mengekspresikan ide dan perasaan tanpa tekanan. Kondisi ini penting karena anak usia dini masih berada pada tahap perkembangan emosional yang membutuhkan lingkungan aman dan supportif. Ketika anak diberi kesempatan untuk mengekspresikan diri melalui gambar atau karya seni, anak akan merasa dihargai dan dipercaya. Hal tersebut berdampak positif terhadap pembentukan rasa percaya diri dan kemampuan sosial anak dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Dari sudut pandang lembaga PAUD nonformal, keberadaan fasilitas seperti Kids Art Space juga mencerminkan komitmen lembaga dalam menyediakan layanan pendidikan yang berkualitas. PAUD nonformal sering kali dipandang sebelah mata dibandingkan PAUD formal, sehingga diperlukan strategi khusus untuk menunjukkan keunggulan lembaga kepada masyarakat. Dengan menampilkan Kids Art Space sebagai fasilitas unggulan dalam flyer, lembaga dapat memperlihatkan bahwa pembelajaran yang diterapkan tidak kalah bermutu dan bahkan lebih fleksibel dalam mengakomodasi kebutuhan anak.

Selain itu, penggunaan flyer yang disertai penjelasan langsung kepada orang tua terbukti membantu memperjelas informasi yang disampaikan. Orang tua tidak hanya membaca informasi tertulis, tetapi juga memperoleh penjelasan mengenai manfaat dan tujuan dari fasilitas yang ditawarkan. Komunikasi langsung ini memungkinkan terjadinya pemahaman yang lebih mendalam, sehingga orang tua tidak sekadar tertarik pada tampilan visual, tetapi juga memahami nilai edukatif yang terkandung di dalamnya. Pembahasan ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang efektif tidak selalu harus menggunakan media yang kompleks atau berbasis teknologi tinggi. Media sederhana seperti flyer tetap memiliki peran penting, terutama jika digunakan secara tepat dan didukung oleh interaksi langsung. Bagi PAUD nonformal, pendekatan ini menjadi pilihan yang realistik dan sesuai dengan kondisi masyarakat sekitar lembaga. Secara keseluruhan, promosi Kids Art Space melalui flyer tidak hanya berfungsi sebagai sarana pengenalan lembaga, tetapi juga sebagai upaya membangun pemahaman masyarakat mengenai pentingnya lingkungan belajar yang kreatif bagi anak usia

dini. Apabila strategi ini dilakukan secara berkelanjutan dan diiringi dengan kualitas pembelajaran yang konsisten, maka PAUD nonformal memiliki peluang besar untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat serta menjaga keberlangsungan lembaga dalam jangka panjang.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Pemahaman mendalam mengenai dampak flayer terhadap peningkatan pendaftaran peserta didik dan persepsi mereka akan diuraikan secara komprehensif, mengintegrasikan data dari observasi lapangan dan umpan balik dari pihak sekolah (Ulfah & Apriliana, 2021). Pendekatan ini juga akan membandingkan hasil temuan dengan teori pemasaran dan penelitian sejenis untuk memberikan pemaknaan yang lebih mendalam mengenai efikasi metode promosi yang diterapkan (Dina dkk, 2023). Strategi promosi jasa pendidikan kini menghadapi tantangan persaingan yang meningkat di era globalisasi dan digitalisasi, sehingga membutuhkan pengelolaan program komunikasi, teknik komunikasi alternatif, desain promosi, publikasi pemasaran, dan periklanan layanan pendidikan yang tepat (Cindy et al., 2025). Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan strategi promosi yang inovatif dan relevan, termasuk pemanfaatan media sosial dan platform digital, untuk menjangkau calon peserta didik secara lebih luas dan efektif (Utomo, 2025). Kids Art Space merupakan fasilitas penting yang mendukung perkembangan kreatif anak usia dini. Ketika fasilitas ini dimasukkan dalam flyer promosi sekolah PAUD, nilai keunggulannya menjadi lebih terlihat dan mudah dipahami oleh masyarakat. Penggabungan antara ruang seni yang berkualitas dan strategi promosi yang tepat melalui flyer dapat meningkatkan daya tarik sekolah serta memperkenalkan pendekatan pembelajaran kreatif yang ditawarkan.

Disarankan agar sekolah PAUD dapat lebih mengoptimalkan penggunaan Kids Art Space sebagai bagian dari identitas dan keunggulan lembaga, baik dalam kegiatan pembelajaran maupun dalam media promosi. Selain itu, strategi promosi melalui flyer dapat dikembangkan dengan desain yang lebih menarik serta dikombinasikan dengan media digital agar jangkauan informasi menjadi lebih luas. Bagi mahasiswa atau pihak yang terlibat dalam kegiatan promosi, diharapkan dapat terus meningkatkan kemampuan komunikasi edukatif kepada masyarakat sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami secara jelas dan memberikan dampak positif bagi citra sekolah. Dengan demikian, Kids Art Space tidak hanya bermanfaat bagi anak, tetapi juga mendukung sekolah dalam memperluas jangkauan promosi secara efektif.

DAFTAR REFERENSI

- Afriadi, P., Simbolon, N., & Rozi, F. (2022). Pengembangan media pembelajaran seni budaya di sekolah dasar berbasis MIT App Inventor professional dalam team based project prototype curriculum. *School Education Journal*. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/school>
- Anwar, K., & Pratiwi, D. A. (2023). Strategi branding sekolah dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan anak usia dini. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 15(2), 112–123.
- Asiah, N. S., Soe'oed, R., & Sjamsir, H. (2022). The implementation of 7Ps education marketing mix in early childhood education institution. *Educational Studies: Conference Series*, 2(2). <https://doi.org/10.30872/escs.v2i2.1570>
- Cindy, Nurfitia, S. A., & Ifendi, M. (2025). Strategi promosi dan komunikasi jasa pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(1). <https://doi.org/10.54259/diajar.v4i1.3740>
- Dina, dkk. (2023). Asesmen perkembangan sosial emosional pada anak usia 4–5 tahun. *EDUKIDS: Jurnal Pertumbuhan, Perkembangan, dan Pendidikan Anak Usia Dini*, 20(2), 181–192. <https://doi.org/10.17509/edukids.v20i2>
- Fitriyani, L., & Suyadi. (2022). Manajemen pemasaran pendidikan pada lembaga PAUD berbasis masyarakat. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(4), 3211–3221. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i4.2456>
- Harini, H., Wahyuningtyas, P. D., Sutrisno, S., Wanof, I. M., & Ausat, A. M. A. (2023). Marketing strategy for early childhood education (ECE) schools in the digital age. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(3). <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i3.4454>
- Hidayat, R., & Nugraheni, T. (2021). Peran media digital dalam promosi lembaga pendidikan anak usia dini. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 5(1), 45–56.
- Kurniawan, A., & Lestari, S. (2024). Implementasi bauran pemasaran jasa pendidikan pada PAUD swasta. *Jurnal Pendidikan Anak*, 13(1), 67–78.
- Nurhasanah, E., & Mulyani, S. (2023). Pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap kepuasan orang tua di PAUD. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Anak Usia Dini*, 4(2), 98–109.
- Pujianti, Y., Sulastini, R., Aminah, S., & Nuryati, E. (2024). Implementasi manajemen kurikulum di PAUD nonformal SPS Sedap Malam 5 sebagai sekolah penggerak. *Jambura Early Childhood Education Journal*, 6(1), 41–57. <https://doi.org/10.37411/jecej.v6i1.2320>
- Rinta, S. A., Febriana, D., & Wulandari, R. (2022). Strategi pengelolaan pemasaran pendidikan anak usia dini. *Jurnal Multidisiplin Bharasumba*, 1(1).
- Sariani, S., Widodo, R., & Kusuma, L. (2023). Pendidikan sepanjang hayat dan pengembangan kepribadian melalui PAUD nonformal. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini Indonesia*, 15(3), 78–92. <https://doi.org/10.3456/jpaudi.v15i3.789>
- Sutanto, H., & Wibowo, A. (2022). Strategi komunikasi pemasaran sekolah berbasis digital di era society 5.0. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 134–146.
- Ulfah, Z., & Apriliana, M. (2021). Hubungan antara perkembangan sosial emosional dengan kreativitas anak usia dini. *Jurnal Tarbiyah & Ilmu Keguruan (JTIK) Borneo*, 2(2).

Utomo, R. R. (2025). Optimalisasi komunikasi pemasaran digital BINUS University pada konten media sosial Instagram dan YouTube. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 7(2). <https://doi.org/10.24076/pikma.v7i2.2005>

Wijayanto, H., Remawati, D., & Fitriani, N. A. P. (2023). Rancang bangun web profil sekolah SD IT Al-Hikam berbasis WordPress sebagai bentuk media promosi. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2). <https://doi.org/10.30591/japhb.v6i2.4148>