

ABSTRAK

Pendidikan di Indonesia adalah salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi setiap anak bangsa. Saat ini, isu tentang pendidikan di sekolah maupun perguruan tinggi sedang gencar diperbincangkan dan terus diperbaharui dalam rangka untuk peningkatan kualitas lulusan. Diharapkan para lulusan siap kerja sesuai tuntutan dunia kerja yang semakin kompleks seiring dengan perkembangan teknologi.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah pemilik atau manajer Ruang Bimbingan Indonesia dan hasil observasi dari kegiatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang bersifat induktif, yaitu suatu analisis data berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu. Adapun langkah-langkah yang harus dilalui dalam analisis data ini adalah reduksi data, *display* data, dan penarikan kesimpulan (*coclusion drawing* atau *verification*).

Hasil dalam penelitian ini adalah bahwa untuk menyebarkan *brand awareness* dalam jasa bimbingan belajar yang mulai dari sekolah dasar sampai perguruan tinggi harus mengambil hati orang yang sedang mengejar pendidikan. Dengan memasarkan jasa secara *offline* seperti menyebarkan brosur dan poster pada sekolah sekolah dan universitas akan lebih mudah diingat oleh siswa atau orang tua dan mahasiswa yang menerima atau melihat brosur dan poster tersebut. Dalam edukasi pemasaran yang digunakan dapat meningkatkan *brand awareness* Ruang Bimbingan Indonesia dan mendapatkan respon positif dari masyarakat, tetapi belum meningkatkan nilai jual Ruang Bimbingan Indonesia.

Kata Kunci: Edukasi Pemasaran, *brand awareness*, pemasaran digital.