

Strategi *Public Relations Highscope* Bintaro dalam Membangun *Brand Awareness* melalui *Learning Journey System*

Titiek Surya Ningsih^{1*}, Bagus Ridwan²

¹⁻²Universitas Tama Jagakarsa, Indonesia

*Penulis Korespondensi: titiek.anwar@gmail.com

Abstract. *Public Relations HighScope Indonesia Bintaro unit, in Building Brand Awareness school through learning is a journey, not a race. A new learning system that is present in the middle of the community requires a deep introduction, so that people know what we are using. Bintaro unit HighScope Indonesia School, by carrying out the learning system with the philosophy of learning is a journey not a race requires a public relations strategy so that people are aware of the learning system used. This study uses a descriptive qualitative methodology with a written translation with the results of interviews of predetermined speakers, by analyzing the problem using a SWOT analysis. From the results of research the community is still in the stage of brand recognitions of the learning system at HighScope schools, and the need for persuasive approaches is carried out continuously so that the community remembers the learning system at the HighScope Indonesia school, Bintaro unit.*

Keywords: *Brand Awareness; HighScope; Learning System; Public Relations Strategy; SWOT Analisis.*

Abstrak. *Public Relations HighScope Indonesia Bintaro unit, dalam Membangun Brand Awareness sekolah melalui filosofi pembelajaran "adalah sebuah perjalanan, bukan perlombaan", memiliki tantangan tersendiri. Sistem pembelajaran yang baru ini, yang masih relatif asing di tengah masyarakat, memerlukan pengenalan yang mendalam agar masyarakat dapat memahami dan mengenal apa yang ditawarkan oleh sekolah. HighScope Indonesia Bintaro unit, dengan pendekatan yang mengedepankan konsep pembelajaran yang berfokus pada perjalanan pendidikan dan bukan pada perlombaan atau persaingan semata, membutuhkan sebuah strategi public relations yang terarah agar masyarakat lebih sadar dan mengerti sistem pembelajaran yang digunakan di sekolah tersebut. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif, yang mengandalkan wawancara dengan narasumber yang telah ditentukan sebelumnya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Bintaro masih berada pada tahap pengenalan merek atau *brand recognition* terhadap sistem pembelajaran yang diterapkan di sekolah HighScope. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan persuasif yang dilakukan secara terus-menerus dan konsisten agar masyarakat dapat lebih mengenal dan mengingat sistem pembelajaran yang diterapkan, serta meningkatkan kesadaran tentang keunggulan pendekatan ini dalam dunia pendidikan.*

Kata kunci: Analisis SWOT; Kesadaran Merek; Pendekatan Pembelajaran; Sistem Pembelajaran; Strategi Hubungan Masyarakat.

1. LATAR BELAKANG

Indonesia termasuk negara yang mempunyai tingkat kelahiran yang tinggi di mana generasi muda adalah sebagai harapan bangsa ini untuk terus memajukan negara ini, dan tentunya harapannya setiap anak bangsa ingin meraih pendidikan setinggi-tingginya. Di era globalisasi yang semakin terus berkembang telah mengubah cara berpikir masyarakat, yang cenderung meninggalkan budaya ketimuran. Pada saat inilah pendidikan formal menjadi hal yang penting. Pendidikan formal merupakan salah satu faktor fundamental kewibawaan bangsa dan menjadi standar mutu sebuah negara. Dengan pendidikan yang baik tentunya akan menciptakan generasi penerus bangsa yang handal, berdaya saing, cerdas dan unggul dalam bidangnya. Dengan demikian kondisi bangsa akan terus mengalami perbaikan dengan adanya

para penerus generasi bangsa yang mumpuni dalam berbagai bidang. Kemajuan teknologi di era globalisasi serta perubahan yang terjadi memberikan kesadaran baru bahwa Indonesia tidak lagi berdiri sendiri. Indonesia berada di antara dunia yang baru, dunia yang terbuka sehingga orang lain bebas membandingkan dengan negara lain. Hal ini seharusnya dapat turut meningkatkan sumber daya manusia Indonesia agar tidak kalah bersaing dengan sumber daya manusia di negara-negara lain.

Saat ini Indonesia diharapkan terus mengembangkan sistem pendidikan yang lebih baik lagi untuk mencerdaskan anak bangsa demi lahirnya sumber daya manusia yang unggul, tidak hanya pandai diberbagai bidang namun, juga memiliki karakter. Melalui lembaga pendidikan formal anak-anak di Indonesia dapat mengenyam pendidikan wajib belajar mulai dari Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Sekolah Dasar (SD) hingga Sekolah Menengah Atas (SMA). Sekolah HighScope Indonesia hadir diantara ribuan lembaga pendidikan yang ada di Indonesia. Menghadirkan konsep sistem pendidikan berbasis kreativitas yang menjadi pembeda diantara lembaga pendidikan formal lainnya.

Berdiri di Indonesia sejak tahun 1996, yang sudah berkembang menjadi 11 unit di berbagai daerah, dan telah mendapatkan lisensi dari HighScope Amerika Serikat pada tahun 2000. HighScope Indonesia hadir dengan memasukkan konsep pembelajaran laboratorium kehidupan, yaitu menanamkan konsep pada anak-anak tentang menghargai perbedaan. Cara ini agar mencegah adanya senioritas dan mengurangi tindakan perundungan (*bullying*). Dengan konsep ini, sistem pendidikan di kelas pun berbeda. Salah satunya adalah *multi age class*. Dalam satu kelas tidak ada perbedaan usia atau kemampuan anak. Di sekolah, ini juga pendidikan tidak hanya teori tapi juga praktik.

Hal yang paling mendasar dalam melakukan perubahan sistem pendidikan HighScope menerapkan sistem "*Learning is a Journey, Not a Race*" (Belajar adalah sebuah petualangan, bukan sebuah perlombaan) tidak ada siapa yang lebih lebih pintar di antara lain, semua murid dapat menikmati belajar di HighScope. Menghadirkan sebuah konsep baru di tengah sistem yang sudah berjalan lebih dahulu memang tidak mudah, apalagi sekolah yang ada di Indonesia pada umumnya banyak memberi metode konvensional yang lebih menitikberatkan teori. Persaingan yang ketat antar lembaga pendidikan di Indonesia tentunya memerlukan strategi khusus agar konsep pendidikan yang diberikan Sekolah HighScope Indonesia dapat tetap eksis dan dapat diterima masyarakat, khususnya dapat membangun kesadaran masyarakat terhadap konsep pendidikan berbasis *Learning is a Journey, Not a Race*. Berdasarkan fenomena tersebut, dengan ini penulis bermaksud ingin meneliti mengenai implementasi strategi *Public*

Relations HighScope Indonesia unit Bintaro dalam membangun *Brand Awareness* sekolah melalui sistem belajar “*Learning is a Journey, Not a Race*”.

2. KAJIAN TEORITIS

Sebagai dasar kajian penelitian ini maka penulis terlebih dahulu menjelaskan kajian teori sesuai dengan permasalahan yang terdapat didalamnya, semua penelitian bersifat ilmiah, oleh karena itu semua penelitian harus berbekal teori. Kerangka teoritis merupakan dasar berpikir untuk mengkaji dan menjelaskan teori-teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini penulis akan mengkaji menggunakan teori ilmu komunikasi, bagaimana proses penyampaian pesan itu disampaikan hingga sampai ke khalayak, dan dampak apa yang didapat dari proses komunikasi tersebut. Selain itu, akan dikaji mengenai strategi SWOT dalam membangun *Brand Awareness* khususnya untuk sekolah.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan proses mengumpulkan data, sedangkan teknik penulisan menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu memberikan gambaran terhadap subjek dan objek penelitian. Subjek penelitian ini adalah sekolah HighScope Indonesia, unit Bintaro, divisi *Public Relations* dan Marketing.

Sedangkan objek dari penelitian ini adalah Strategi yang digunakan *public relations* dalam membangun *Brand Awareness* yang dilakukan Sekolah Highscope Indonesia Bintaro. Penelitian ini difokuskan pada Strategi *Public Relations* HighScope dalam membangun *Brand Awareness* sekolah melalui sistem belajar *learning ia a journey not a race*. Penentuan *Informan* dan *Key Informan* penelitian ini meliputi tiga macam, yaitu:

- a. *Informan* kunci (*key informan*), yaitu yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Dalam hal ini Kepala Divisi *Public Relations* dan Marketing HighSchope Indonesia, unit Bintaro, Ibu Karmela, S.I.kom yang menjadi *key informan*.
- b. *Informan* utama, adalah mereka yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Dalam hal ini Guru Sekolah HighSchope Indonesia, unit Bintaro, Ibu Kandhi, S.Si yang menjadi *informan* utama.
- c. *Informan* tambahan, adalah mereka yang bisa memberikan informasi walaupun tidak langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti. Dalam hal ini sebagai *informan* tambahan orang tua murid Ibu Retna Widyastuti, orang tua dari Siswi bernama Mira, kelas

6-7C (grade 7), dan Ibu Intan Prawesti, orang tua dari Siswa bernama Raindra, kelas 4-5C (grade 5) mereka yang akan di wawancarai sebagai pemberi informasi tambahan mengenai penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, mengenai filosofi sistem belajar *learning is a journey not a race* dengan konsep pembelajaran laboratorium, serta proses belajar mengajar berbasis *student learning center*, sekolah HighScope Indonesia, unit Bintaro, adalah untuk memudahkan penggunaan pendekatan HighScope yang sangat efektif secara nasional. Kehadiran HighScope juga merupakan respon terhadap meningkatnya kesadaran dan kebutuhan masyarakat akan sistem pendidikan yang memandang akademis maupun pendidikan karakter sebagai dua hal yang sama pentingnya. Filosofi sistem belajar HighScope Indonesia, unit Bintaro adalah *Learning is a Journey Not a Race* dapat diartikan belajar adalah sebuah petualangan, bukan sebuah ajang perlombaan. Berbasis konsep pembelajaran laboratorium kehidupan dengan ini bertujuan menanamkan konsep pada anak-anak tentang menghargai perbedaan, cara ini juga agar mencegah adanya senioritas dan mengurangi tindakan *bully* terhadap anak-anak peserta didik.

Student Centered Learning menurut Harsono dalam Kurdi (2009:110) “merupakan pendekatan dalam pembelajaran, yang memfasilitasi peserta didik dalam proses pengalaman belajar (*Experiential Learning*)”. Sedangkan menurut Karsen (2008:14) “Pusat pembelajaran yang berpusat pada peserta didik, maka siswa memperoleh kesempatan untuk dapat membangun sendiri pengetahuannya sehingga mereka akan memperoleh pemahaman yang mendalam”.

Adapun kelebihan pembelajaran dengan sistem *student centered learning*, menurut Sudjana (2005:38-39) adalah sebagai berikut:

- a. Peserta didik akan dapat merasakan bahwa pembelajaran menjadi miliknya sendiri, karena diberi kesempatan yang luas untuk berpartisipasi.
- b. Peserta didik memiliki motivasi yang kuat untuk mengikuti pembelajaran.
- c. Tumbuhnya suasana demokratis dalam pembelajaran, sehingga terjadi dialog dan diskusi antar siswa untuk saling belajar.
- d. Dapat menambah wawasan, pikiran dan pengetahuan bagi guru karena sesuatu yang disampaikan oleh peserta didik mungkin belum dialami oleh guru.
- e. Mengaktifkan peserta didik didalam proses belajar.
- f. Mendorong peserta didik menguasai pengetahuan.

- g. Mengenalkan hubungan antara pengetahuan dan dunia nyata.
- h. Mendorong pembelajaran secara aktif dan berpikir kritis.
- i. Mengenalkan berbagai macam gaya belajar.
- j. Memperhatikan kebutuhan dan latar belakang pembelajar.
- k. Memberi kesempatan pengembangan berbagai strategi *assessment*.

Kekurangan dari sistem belajar *student centered learning*, antara lain:

- a. Sulit diterapkan pada kelas besar dengan jumlah peserta didik banyak.
- b. Memerlukan waktu lebih.

Sistem pembelajaran berbasis *student centered learning* merupakan pendekatan pembelajaran kurikulum 2013, saat ini sudah mulai dikenal luas oleh masyarakat di Indonesia, sistem pendekatan pembelajaran ini tertuang di peraturan Permendikbud no. 81A. Saat ini terbukti pada pembelajaran anak usia dini (PAUD) sudah mulai menerapkan basis sistem tersebut. Namun, basis sistem pembelajaran ini belum cukup efektif diterapkan disekolah yang jumlah peserta didik pada setiap kelas memiliki jumlah yang banyak, seperti sekolah negeri yang ada di Indonesia.

Sekolah HighScope Indonesia, unit Bintaro dalam menyosialisasikan filosofi belajar *learning is a journey not a race*, konsep pembelajaran laboratorium kehidupan menggunakan strategi pendekatan persuasif, hal ini seperti pendapat yang disampaikan oleh *Key Informan* menjelaskan kepada masyarakat mengenai sebuah sistem tidak cukup dijelaskan hanya dengan sebuah gambar, tulisan pada *banner*. Semua dilakukan dengan cara *personal* atau langsung.

Cara atau strategi yang dilakukan oleh HighScope Indonesia, unit Bintaro adalah dengan mengadakan *event* khusus, seperti *open house*, *coffee morning*, dan melakukan kerjasama dengan komunitas-komunitas, seperti komunitas KALCare yang bergerak dibidang *parenting* dan kesehatan anak dengan menggelar kegiatan *whorkshop*. Pihak yang bertanggung jawab terhadap acara kegiatan, penyedia informasi, dan penyedia bahan material yang digunakan adalah sepenuhnya tanggung jawab PR dan Marketing.

Faktor kekuatan yang dimiliki sekolah HighScope Indonesia unit Bintaro selain kurikulum, dan sistem pembelajaran yang berbeda dari sekolah pada umumnya adalah sarana dan prasarana seperti *playground* yang lebih besar dari sekolah *kindergarten* pada umumnya yang biasanya hanya dilakukan didalam rumah dan hanya memiliki taman bermain anak .

Selain kurikulum, sarana dan prasana yang menjadi kelebihan dari sekolah HighScope Indonesia, unit Bintaro berdasarkan observasi penulis adalah akses menuju sekolah sangat mudah dijangkau, hal ini dikarenakan sekolah ini dekat dengan akses tol Jakarta-Serpong dan

stasiun kereta api sudimara, tidak lebih dari satu kilometer untuk dapat sampai ke sekolah dari stasiun dan pintu keluar masuk tol.

Dari segi biaya sekolah HighScope Indonesia, unit Bintaro dibandingkan dengan sekolah HighScope pusat di Jl. TB Simatupang dan sekolah bertaraf internasional di wilayah Bintaro, sekolah HighScope unit Bintaro menawarkan harga kompetitif dengan harga lebih murah dibanding sekolah internasional disekitar wilayah Bintaro khususnya. Kelebihan yang dimiliki sekolah HighScope unit Bintaro ini menjadi daya tarik tersendiri untuk menentukan strategi perusahaan untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap sekolah HighScope Indonesia, unit Bintaro ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan menggambarkan jawaban dari hipotesis dan/atau tujuan penelitian atau temuan yang diperoleh. Kesimpulan bukan berisi perulangan dari hasil dan pembahasan, tetapi lebih kepada ringkasan hasil temuan seperti yang diharapkan di tujuan atau hipotesis. Saran menyajikan hal-hal yang akan dilakukan terkait dengan gagasan selanjutnya dari penelitian tersebut. Penelitian yang dilakukan di sekolah HighScope Indonesia, unit Bintaro dengan mengangkat tema “strategi *Public Relations* HighScope Indonesia, unit Bintaro dalam membangun *Brand Awareness* melalui sistem belajar *learning is a journey not a race*” dapat disimpulkan sebagai berikut:

Menghadirkan sebuah sistem pembelajaran yang baru di tengah-tengah sistem pembelajaran yang telah lebih dulu hadir memang tidak mudah. Dibutuhkan strategi pengembangan agar sistem pembelajaran yang dimiliki dapat dikenal sebanyak mungkin masyarakat, agar tujuan-tujuan sekolah HighScope Indonesia unit Bintaro menjadi *part of educations* bagi masyarakat dapat tercapai.

Secara *brand* sekolah HighScope Indonesia sebagai sekolah asing memang sudah cukup dikenal masyarakat luas, namun secara kurikulum yang digunakan dalam sistem belajar mengajar perpaduan antara kurikulum HighScope Amerika dan kurikulum nasional dengan pengembangan akademik dan karakter anak belum dikenal secara luas. Masyarakat masih menganggap bahwa sekolah asing hanya menggunakan kurikulum asing *Cambridge* atau *International Baccalaureate (IB)*.

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa tingkatan *brand awareness* masyarakat terhadap sistem belajar yang diterapkan di sekolah HighScope Indonesia unit Bintaro masih dalam tahap *brand recognition*. Perlu pendekatan persuasive secara terus menerus agar masyarakat paham mengenai sistem belajar mengajar di sekolah HighScope Indonesia, unit Bintaro.

Sistem belajar mengajar dengan filosofi *learning is a journey not a race* yang berbeda, dapat dijadikan sebagai kelebihan sekolah HighScope Indonesia unit Bintaro, dibandingkan dengan sekolah-sekolah lain pada umumnya.

Pada kekurangan yang dimiliki sekolah HighScope Indonesia unit Bintaro adalah *building* yang tidak nampak baru, serta fasilitas pendukung kegiatan belajar mengajar, seperti material dan peralatan laboratorium. Strategi *Public Relations* sekolah HighScope dalam memperkenalkan sistem belajar sekolah HighScope Indonesia dengan cara melakukan *event*. Ada *event* rutin yang dilakukan mulai dari *event open house*, *coffee morning*, hingga *event parent gathering* semua dilakukan pihak sekolah HighScope Indonesia unit Bintaro dengan tujuan tercapainya *brand awareness* samapai level *top of mind*. Selain dengan mengadakan *event* yang diadakan rutin, sekolah HighScope Indonesia unit Bintaro juga melakukan *community involment*, kerjasama dengan komunitas ini digunakan sebagai pendekatan personal dengan masyarakat, dan mengurangi masalah yang dirasa selama ini. Dengan strategi yang dilakukan sekolah HighScope Indonesia unit Bintaro terbukti bahwa orang tua murid mengerti dengan sistem pembelajaran yang digunakan di sekolah. Sehingga tercipta rasa kekeluargaan antara pihak sekolah dan orang tua murid, dan para orang tua murid merasa nyaman dan aman dengan menyekolahkan anak mereka di sekolah HighScope Indonesia unit Bintaro.

DAFTAR REFERENSI

- Abdurachman, O. (2001). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Arni, M. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bagong, S. (2005). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bunging, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Canggara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Durianto, S., & Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Durianto, S. (2005). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Elvinaro, A., & Soemirat, S. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graham Ilmu.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: PT Raka Grafindo Persada.
- Komala, L. (2009). *Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1, Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Nurjaman, K., & Umam, K. (2012). *Komunikasi & Public Relations*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2010). *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, K. (2012). *Studi dan Penerapan Public Relations*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Suprpto, T. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Ujang, S. (2011). *Perilaku Konsumen dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Umi, N. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Widjaja, H. A. W. (2008). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yulianita, N. (2000). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Alga Print.
- Yulianita, N. (2005). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas (P2U)
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (n.d.). *Indeks Pembangunan Manusia*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/subject/26/indeks-pembangunan-manusia.html>
- HighScope Indonesia. (n.d.). *SHI Bintaro*. Diakses dari <http://www.highscope.or.id/page/SHI-Bintaro>

HighScope Indonesia [@highcsopeindo]. (n.d.). *Instagram profile*. Diakses dari <http://www.instagram.com/highcsopeindo/>

HighScope Bintaro [@highcsopebintaro]. (n.d.). *Instagram profile*. Diakses dari <http://www.instagram.com/highcsopebintaro/>

United Nations Development Programme. (n.d.). *UNDP: Development content*. Diakses dari <https://www.undp.org/content/>

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (n.d.). *Statistik pendidikan*. Diakses dari <http://statistik.data.kemdikbud.go.id/>