



Pendampingan Desain Media Digital Promosi Sebagai Strategi Peningkatan School Branding Pada Kelompok Guru Tk Dan Paud Pusat Kegiatan Gugus (PKG) Delima Kabupaten Bireuen

Riska Imanda¹⁾, Sri Setiawaty²⁾, Chairul Bariah³⁾, Hendra Miranda⁴⁾, Husnul Ridho Matondang⁵⁾

^{1,2,4,5}Pendidikan Kimia, FKIP Universitas Malikussaleh

³Ekonomi Management, FE Universitas Islam Kebangsaan Indonesia

Keywords :

Desain;
Media;
Promosi;
PKG.

Correspondensi Author

Email: riska.imanda07@aunimal.ac.id

History Artikel

Received: 09-10-2024

Reviewed: 12-10-2024

Revised: 01-11-2024

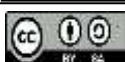
Accepted: 01-11-2024

Published: 01-12-2024

DOI:

10.52622/mejuajujabdimas.v4i2.175

Abstrak. Pengabdian ini bertujuan untuk melakukan pendampingan tentang Media Digital untuk promosi sekolah sebagai upaya Peningkatan *School Branding*. Latar belakang kegiatan ini yaitu: Memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan media digital secara efektif untuk membangun identitas dan *branding* sekolah. Kesadaran dalam membangun identitas yang kuat dan menciptakan *brand* masing sangat rendah; 2) Memiliki kendala dalam menciptakan konten secara digital yang relevan dan menarik bagi *audiens*. Pengabdian ini dilakukan mulai bulan juli sampai dengan desember 2024. Sampel dalam kegiatan ini yaitu kelompok dalam PKG delima yang diikuti oleh 30 peserta dari 18 TK dan PAUD Kecamatan Kuta Blang. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini: 1) Survey kondisi di PKG Kecamatan Kuta Blang untuk menganalisis pelatihan yang dibutuhkan; 2) Melakukan *Focus Group Discussion* di Universitas Malikussaleh dengan mengundang pihak terkait, dan meminta saran-saran pihak terkait untuk perbaikan rencana pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan; 3) Melakukan pendampingan sebanyak 10 pertemuan terkait pembuatan media promosi digital dengan menggunakan *canva pro*, dan *kindmaster*. Dari hasil kegiatan tersebut dapat disimpulkan bahwa: 1) Para peserta yang sebelumnya belum memahami materi digital marketing menjadi tertarik untuk belajar materi tersebut; dapat menguasai teknik pengeditan gambar dan video sesuai kebutuhan dan *software* yang digunakan dan Peserta sudah mampu melakukan editing foto serta memberi *layout* yang dapat digunakan untuk sarana promosi melalui media sosial.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution
4.0 International License

Pendahuluan

Kelompok guru TK dan PAUD pada Pusat Kegiatan Gugus (PKG) Delima Kabupaten Bireuen merupakan komunitas atau kelompok kegiatan profesional bagi guru TK dan PAUD yang masih berada dalam satu gugus/Kecamatan Kutablang. Tujuan utama PKG yaitu menjadi wadah untuk

melaksanakan kegiatan pembinaan, meningkatkan kompetensi, serta peningkatanskill guru. Saat ini PKG Delima di ketua oleh Ibu Mutia, S.Pd. Kegiatan ini dilakukan di salahsatu TK Negeri di daerah tersebut yang beralamat di Desa Geulanggang Meunjee Kecamatan Kuta Blang Kabupaten Bireuen yaitu TK Negeri Pembina. Jumlah pengurus pada kelompok PKG tersebut yaitu sebanyak 8 (delapan) orang pengurus, dalam kegiatannya PKG diikuti oleh 30 peserta dari 18 TK dan PAUD Kecamatan Kuta Blang.

Dewasa ini, di era digital yang semakin berkembang membuat pemanfaatan media digital menjadi sangat penting untuk media promosi agar suatu badan usaha atau lembaga untuk dapat bertahan dan berkembang sehingga diperlukan kepakaran dalam menggunakan dan memanfaatkan media digital sebagai strategi promosi (SDGs-9). Salah satu usaha atau lembaga yang dapat mengaplikasikan hal tersebut adalah lembaga Pendidikan yaitu sekolah. Melalui PKG Delima guru-guru TK dan PAUD Kecamatan Kuta Blang terus berbenah dengan menyiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) dan infrastruktur yang berkualitas dan dapat mendukung semua aspek dalam pembangunan sekolah. Acara PKG Delima ini dilaksanakan 1 bulan 2 kali setiap bulannya pada hari sabtu, kegiatan PKG ini mengundang berbagai pemateriahli sesuai kebutuhannya. Selain fokus pada kegiatan pembelajaran, kegiatan PKG ini juga membahas tentang hal-hal lain yang di anggap penting untuk perkembangan *brand* sekolah. Salah satu diantaranya yaitu media untuk mempromosikan sekolah (SDGs-4). Karena pada hakikatnya promosi berguna untuk membangun identitas yang kuat, menciptakan *brand* sekolah, serta efektif untuk menarik minat calon siswa dan orang tua sesuai dengan target dan tujuan sekolah [1]. Ketua PKG Delima berharap dengan adanya promosi sekolah dapat menghasilkan *feedback* yang sangat baik terhadap sekolah karena citra sekolah dengan mudah dikenali oleh masyarakat luas. Dalam era digital ini, identitas digital dan *branding* menjadi kunci sukses dalam memperkuat citra dan reputasi sekolah [1]. menampilkan keunggulan dan potensi yang dimiliki sekolah secara lebih luas dan interaktif hal yang sangat penting untuk diperhatikan terkait pengelolaan media dan konten didalamnya [2]. Dalam perjalanannya, mediapromosi digital menjadi jembatan penyampai informasi keberadaan dan keberlangsungan suatu sekolah atau *brand* suatu sekolah [3]. Penggunaan media digital sebagai strategi promosi digital akan sangat membantu tersampainya pesan komunikasi yang diharapkan [4]. Dalam hal ini Ketua PKG Delima kecamatan Kutablang berharap guru-guru di forum tersebut dapat memanfaatkan media digital dan berbagai aplikasi serta dapat menerapkan berbagai macam konten, visualisasi yang berbasis foto dan video serta bahasa yang menarik, disebabkan hal tersebut merupakan salah satu dasar yang harus dikuasai oleh SDM yang ada agar mampu menembus pasaran yang lebih luas. Namun berdasarkan hasil wawancara ketua PKG Delima diperoleh bahwa ada beberapa permasalahan yang ditemui dalam melakukan promosi sekolah secara digital. Tim pengabdian dan ketua PKG berkoordinasi dan sepakat untuk melakukan *scanning* terkait permasalahan yang dihadapi guru saat melakukan promosi sekolah secara digital. Beberapa permasalahan yang ditemukan di PKG Delima adalah:

1. Memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan mediadigital secara efektif untuk membangun identitas dan *branding* sekolah. Kesadaran dalam membangun identitas yang kuat dan menciptakan *brand* masing sangat rendah. Hal ini mempengaruhi citra sekolah tidak mudah dikenali oleh masyarakat luas dan juga berdampak pada pencapaian target jumlah peserta didik yang mendaftar (SDGs-4).
2. Memiliki kendala dalam menciptakan konten secara digital yang relevan dan menarik bagi audiens, dimana sulit untuk mengidentifikasi dan mengomunikasikan keunggulan sekolah, prestasi siswa, program akademik, dan kegiatan ekstrakurikuler yang menarik minat calon siswa dan orang tua (SDGs-4) dan (SDGs-9).
3. Memiliki keterbatasan sumber daya Manusia (SDGs-5)
4. Masih kurangnya sarana dan prasarana untuk mendukung proses promosi digital (SDGs-4).

Sehingga promosi digital pada TK dan PAUD di Kecamatan Kuta Blang masih kurang untuk semua sekolah. Hal ini berdampak pada penyampai informasi keberadaan dan keberlangsungansuatu sekolah atau *brand* suatu sekolah pada masyarakat luas. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Rustandi (2018) Eksplorasi ragam media promosi perlu terus dioptimalkan dengan tujuan meningkatkan *brand awareness* masyarakat atas keberadaan sekolah [5]. Pemanfaatan teknologi website sebagai sarana untuk membangun identitas digital yang kuat dan melaksanakan strategi *branding* yang efektif [6].

Berdasarkan beberapa permasalahan di atas tim pengabdian memutuskan untuk melakukan pendampingan kepada kelompok guru PKG delima dalam mendesain Media Digital dalam untuk promosi sekolah sebagai upaya Peningkatan School Branding. Kegiatan pendampingan ini akan dilakukan terjadwal sebanyak 10 kali pendampingan. Adapun bentuk pendampingan adalah: pendampingan guru dalam mendesain media promosi sekolah berbasis digital dalam berbagai bentuk aplikasi atau software, yaitu Lisensi software canva pro, dan kindmaster (SDGs-9) dan (SDGs-4). Promosi dilakukan dengan menggunakan website yaitu GoDaddy. Adapun pada setiap pendampingan akan dihasilkan cuplikan – cuplikan dari video promosi masing-masing sekolah dengan menggunakan beberapa software yang pada akhir akan menghasilkan sebuah video utuh yang akan menjadi rujukan untuk pembuatan video berikutnya. Kegiatan ini akan diikuti oleh seluruh guru TK dan PAUD Kecamatan Kuta Blang. Sembilan puluh persen guru-guru dalam PKG Delima ini beranggapan bahwa pendampingan ini sangat diperlukan. Guru menerima dengan baik rencana kegiatan ini dan mereka berharap pendampingan ini dapat meningkatkan kemampuan dan produktivitas Desain Media Digital Promosi Sebagai Strategi Peningkatan School Branding. Adapun peran mitra dalam kegiatan ini yaitu:

1. Mengakomodir aspirasi masyarakat dan stakeholder,
2. Melaksanakan perubahan yang lebih kreatif dan inovatif dalam proses pembelajaran,
3. Sebagai mitra kerja Dinas Pendidikan dalam menyebarkan informasi kebijakan pendidikan,
4. *Supporting agency* dalam inovasi manajemen sekolah,
5. *Evaluator* dan *develover school reform* dalam konteks manajemen peningkatan mutu berbasis sekolah. Lebih lanjut, Ketua PKG Delima menyampaikan bahwa selama ini belum ada pendampingan yang intensif kepada guru terkait dengan hal ini, sehingga kemampuan guru-guru dalam membuat media Digital Promosi Sebagai Strategi Peningkatan *School Branding* digital masih terbatas

Metode

Adapun tahapan yang akan dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat adalah:

1. Survey kondisi di PKG Kecamatan Kuta Blang untuk menganalisis pelatihan yang dibutuhkan, dimana pada survey tersebut Tim melakukan diskusi dengan guru-guru dan ketua PKG terkait kebutuhannya.
2. Melakukan *Focus Group Discussion* di Universitas Malikussaleh dengan mengundang pihak terkait, dan meminta saran-saran pihak terkait untuk perbaikan rencana pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan.
3. Melakukan pendampingan sebanyak 10 pertemuan terkait pembuatan media promosi digital yaitu: a) Pengenalan video-video promosi dengan di beberapa website maupun fitur-fitur digital lainnya; b) Evaluasi video/ konten orisinal yang dibuat oleh guru dan merevisi video/ konten orisinal tersebut. Luaran dari kegiatan ini adalah video/ konten orisinal. c) Proses editing video dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan media menggunakan *Software Kine Mast*. Luaran dari kegiatan ini berupa video dengan penambahan beberapa fitur animasi; d) Evaluasi video/ konten yang dibuat oleh guru tersebut. Luaran dari kegiatan ini adalah produk video/ konten menggunakan aplikasi *Software Kine Mast*; e) Proses editing video menggunakan *Software Canva*. Luaran dari kegiatan ini editing beberapa gambar pendukung yang dengan video/ konten yang telah di buat dengan menambahkan beberapa animasi sesuai konten; f) Evaluasi dan merevisi proses editing gambar menggunakan aplikasi *Canva*; g) Proses editing video akhir menggunakan *Software Kine Mast*; h) Evaluasi video konten yang dibuat oleh guru dan merevisi kembali sesuai. Luaran dari kegiatan ini adalah produk akhir video konten; i) Pengenalan dan dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan promosi secara digital pada beberapa akun media sosial; j) evaluasi video promosi.

Kegiatan ini dilakukan di TK Negeri Pembina yang berada di Desa Geulanggang Meunjee, Kecamatan Kuta Blang, Kabupaten Bireuen sebagai lokasi PKG Kecamatan Kuta Blang. Kegiatan ini diikuti oleh 30 s/d 60 peserta yang berasal dari 18 TK dan PAUD Kecamatan Kuta Blang. Kegiatan ini dilakukan mulai bulan Juli 2024 sampai dengan Oktober 2024.

Kegiatan ini mengharapakan semua guru memiliki video konten yang dikembangkan sesuai dengan kondisi dan karakteristik sekolah. Hasil evaluasi diberikan kepada ketua gugus sekolah sebagai

pertimbangan kinerja guru dalam PKG Delima. Selain itu, tim pengabdian juga melakukan evaluasi terhadap kehadiran dan keaktifan dari guru yang ikut pelatihan. Kemudian, pada setiap pertemuan tim juga meminta *feedback* dari guru terkait kegiatan yang sudah dilakukan. Setelah program pendampingan ini selesai dilakukan, guru diharapkan dapat mendesain mediadigital promosi yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing sekolah. Guru dapat media digital promosi menggunakan salah satu dari aplikasi di atas. Dengan demikian, kegiatan ini berdampak jangka panjang untuk guru dan sekolah dalam rangka peningkatan kualitas pembelajaran secara berkelanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan dan pendampingan dengan materi digital marketing dan pemanfaatan media sosial untuk sarana promosi terdapat beberapa tahapan yang dilakukan. Tahap pertama yaitu persiapan pengabdian dan kemudian tahap pelaksanaan pengabdian. Pada tahap persiapan, mitra berkoordinasi dengan pengabdian untuk mempersiapkan alokasi waktu, persiapan anggaran, serta persiapan ruang yang akan digunakan saat pelaksanaan pengabdian. Untuk tahap pelaksanaan pengabdian, dapat dirinci sebagai berikut:

1. Pengabdian bersama mitra melakukan pembagian peserta agar pelaksanaan dapat berjalan tertib dan prosedur kesehatan tetap dapat dijalankan
2. Melakukan penjadwalan dimana jadwal para siswa tidak berbarengan dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian.
3. Pengabdian melaksanakan kegiatan dengan didampingi oleh wali kelas dan guru yang ditugaskan oleh mitra (pihak sekolah).
4. Pengabdian menyusun laporan akhir kegiatan pembekalan dan pelatihan yang bertemakan digital marketing dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi [12].

Melalui kegiatan ini peserta mendapatkan wawasan tentang data pengguna internet dunia dan Indonesia dan bagaimana saat ini terdapat perubahan besar di dunia pendidikan. Peserta juga diajak berdiskusi membahas kelebihan digital marketing dibandingkan dengan conventional marketing. Sesi ini juga menekankan pemahaman guru terhadap pentingnya merubah mindset keterampilan digital marketing. Sesi berikutnya adalah pengenalan dan penggunaan beberapa media sosial sebagai langkah promosi terutama untuk membangun branding sekolah, Peserta diperkenalkan digital marketing dalam konteks promosi.



Gambar 1. Materi Presentasi tentang Digital Marketing.

Kegiatan selanjutnya adalah pembuatan konten digital marketing sekolah. Guru diarahkan secara berkelompok untuk menentukan konten berupa gambar dan tulisan yang akan diunggah di Instagram. Guru dapat mengambil foto tentang keadaan sekolah di galeri handphone mereka dan meramunya menjadi sebuah tulisan. Selanjutnya, copy di media sosial yang dibuat dalam

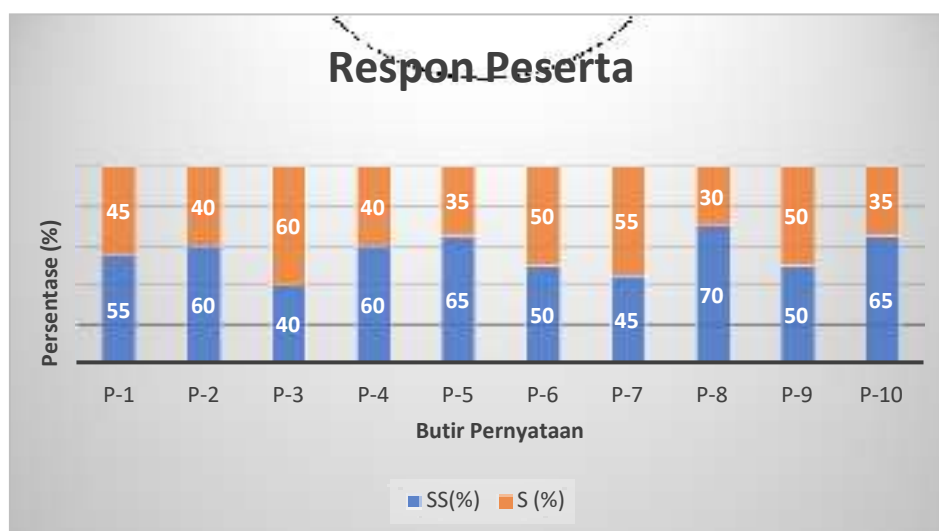
3 tahap, yakni cerita, call to action atau kalimat ajakan, dan informasi (Whatsapp dan Instagram). Tim pemateri membantu menentukan tagar atau hashtag untuk memudahkan pencarian di akun Instagram lainnya. Tagar ini juga merupakan cara untuk memudahkan wali murid untuk mencari informasi sekolah di Instagram. Selain gambar dan kalimat ajakan dalam pelatihan ini juga di ajarkan cara membuat konten video menarik, Dimana kegiatan ini dilakukan di Pantai dalam

rangka lomba mewarnai peserta didik yang di angkat sebagai salah satu kegiatan peserta didik dalam membangun brand sekolah nya masing-masing [11].



Gambar 2. Kegiatan pembuatan konten dipantai

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini telah mengidentifikasi tingkat pemahaman dan keterampilan peserta dalam penggunaan Media Digital untuk promosi sekolah sebagai upaya Peningkatan School Branding. Gambar 3 Berikut merupakan hasil respon guru setelah kegiatan ini di laksanakan.



Gambar 3. Hasil Respon Guru

Secara umum, kegiatan ini telah berlangsung dengan baik dengan tercapainya tujuan yang diharapkan yakni guru telah memiliki mindset akan pentingnya digital marketing dan juga peningkatan keterampilan digital marketing. Guru juga telah dapat menggunakan sosial media yang mereka miliki sebagai sarana promosi guna membangun branding sekolah mereka. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada para peserta, diperoleh data bahwa pelatihan ini merupakan kegiatan bermanfaat dan tepat sasaran akan kebutuhan sekolah. “Saya senang

bisa mengikuti pelatihan ini. Saya belajar membuat sosial media menjadi lebih bermanfaat untuk promosi sekolah.” (guru A) “Saya mendapat ilmu baru tentang bagaimana menulis caption untuk keperluan promosi.” (guru B).

Kelompok guru pada PKG Delima sangat terbuka dengan kegiatan pengabdian yang akan tim pengabdian lakukan. Ketua PKG menyatakan bahwa pengabdian ini sangat dibutuhkan oleh guru-guru TK dan PAUD. Dengan harapan dapat meningkatkan school branding melalui pendampingan desain media digital promosi. Peran PKG diantaranya adalah untuk menyediakan tempat, listrik, dan jaringan internet selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Selain itu, ketua PKG juga

membantu menguatkan terkait evaluasi yang akan dilakukan, karena akan dikaitkan dengan peningkatan school branding. Guru ditargetkan akan mengembangkan dapat desain media digital sebagai bahan promosi untuk semua sekolah yang ada di Kecamatan Kuta Blang [9] [10].

Simpulan dan Saran

Pelaksanaan kegiatan pengabdian telah berjalan dengan baik dan lancar. Secara terperinci kegiatan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Para peserta yang sebelumnya belum memahami materi digital marketing menjadi tertarik untuk belajar materi tersebut.
2. Peserta dapat menguasai teknik pengeditan gambar dan video sesuai kebutuhan dan software yang digunakan dan
3. Peserta sudah mampu melakukan editing foto serta memberi layout yang dapat digunakan untuk sarana promosi melalui media sosial.

Saran untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat berikutnya yaitu diharapkan dapat melanjutkan pelatihan mengenai promosi menggunakan website dan media – media promosi lainnya dan membuat video promosi yang lebih menarik lagi dengan berbagai aplikasi lainnya. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini didanai oleh DRTPM RISTEKDIKTI. Kontribusi dan Dana yang diberikan telah memberikan peran penting dalam mewujudkan program pengembangan Pendidikan yang berkelanjutan. Selanjutnya terima kasih kepada mitra yaitu kelompok guru pada PKG Delima yang telah sudi kiranya bekerja sama dalam keberhasilan kegiatan ini.

Referensi

1. Fischer M, Imgrund F, Janiesch C, Winkelmann A. Strategy archetypes for digital transformation: Defining meta objectives using business process management. *Information & Management*. 2020; 57(5):103262.
2. [2] Indajang K, Jufrizen J, Juliandi A. Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kompetensi Dan Kinerja Guru Pada Yayasan Perguruan Sultan Agung P. 2020.
3. Irawan Y, Susanti N, Triyanto WA. Analisa dan perancangan sistem informasi sekolah berbasis website untuk penyampaian informasi sekolah dan media promosi kepada masyarakat. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*. 2016; 7(1):257-262.
4. Ningsih FW, Dyatmika T. Pengembangan Potensi Sumber Daya Manusia Melalui Teknologi Komunikasi Media Sosial di Era Milenial Desa Kampil. *JKPMI*. 2021; 2(4):313- 320.
5. Oktaviani F, Rustandi, D. Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *PROfesi Humas*. 2018; 3(1): 1-20.
6. Silmina E, Hardiani T. Pelatihan MySimpleShow pada Guru SMK Muhammadiyah 1 Yogyakarta. *Ilmu Komputer untuk Masyarakat*. 2022; 3(1): 1-7.
7. Roziqin Z, Rozaq H. Menggagas Competitive Advantage Melalui Branding Image Di Madrasah Aliyah Nurul Jadid Paiton Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Didaktika: Media Ilmiah Pendidikan Dan Pengajaran*. (2018); 18(2): 225-244.
8. Mukaromah, Yanuarsari DH, Pratiwi MR. Pengelolaan Desain Dan Pesan Persuasif Pada Media Promosi Sekolah. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2021; 4(2).
9. Ningsih, F. W., & Dyatmika, T. Pengembangan Potensi Sumber Daya Manusia Melalui Teknologi Komunikasi Media Sosial di Era Milenial Desa Kampil. *JKPMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, (2021); 2(4), 313-320.
10. Mukaromah, Yanuarsari, D.H, Pratiwi.M.R. Pengelolaan Desain Dan Pesan Persuasif Pada Media Promosi Sekolah. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2021; 4(2) .
11. Hutami, Meyda Setyana. Implementasi Strategi Branding PAUD Dalam Meningkatkan Image Sekolah. *Jurnal Pelita PAUD*, 2020; 4(2):242–46. doi: 10.33222/pelitapaud.v4i2.988.
12. Nugraheny, D., Pujiastuti, A., Sudaryanto, S., Wintolo, H., Agustian, H., Aryanto, S., Indrianingsih, Y., & Honggowibowo, A. S. Pendampingan dan pelatihan cara pengambilan foto produk UMKM untuk pemasaran di media sosial. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2022; 5(1), 23–30. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1017>