



This is an open article under the
CC-BY-SA license

Digital Marketing dalam Penguatan Branding Sekolah bagi Pengelola Sekolah Dasar (SD) Muhammadiyah 7 Surabaya

Waode Hamsia¹, Radius Setiyawan², Siti Uswatun Khasanah³, Riska Rahayu Roisiah⁴, Akhlis Nastainul Firdaus⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Muhammadiyah Surabaya

hamsiawaode@yahoo.com¹, radius@ums-surabaya.ac.id²,

Uswatunkhasanah1012@Gmail.com³, riskarahayurois@gmail.com⁴, Akhlisfirdaus6@gmail.com⁵

Submitted : 31 Juli 2023

Accepted : 22 Desember 2023

Published : 31 Desember 2023

Abstrak Program Kemitraan Masyarakat digital marketing dalam dilaksanakan di SD Muhammadiyah 7 Surabaya. Di balik usianya yang setengah abad masih sangat butuh dukungan dalam membranding sebuah institusi tersebut. Berdasarkan data media social Instagram hanya 453 postingan 878 pengikut dan 1.055 yang diikuti. Tidak hanya itu, dalam tampilan website isikonten masih tergolong minim dan belum mampu menggait publik, hal tersebut dibuktikan dengan minimnya jumlah pengunjung pada website Selain itu publikasi dalam media masa masih tergolong minim dibandingkan dengan sekolah Muhammadiyah lainnya sehingga sentuhan publikasi media masaa sangat penting dilakukan agar SD ini lebih dikenal dan menjadi sekolah rujukan para orang tua. Identifikasi masalah yang ditemui dilapangan adalah belum adanya system promosi online yang efektif dan integrative. Design visual yang masih kurang menarik. Kemampuan pengelolaan sosialmedia yang terbatas. Guru yang tidak bisa menulis berita kegiatan dalam bentuk release dan terbatasnya akun promosi media sosial. Solusi yang ditawarkan yaitu membangun kesadaran pentingnya memahami digital marketing media sosial sebagai bahan promosi. Pembelajaran ini akan dilakukan secara berkala. Bentuk kegiatan yang akan ditawarkan dalam PKM ini adalah : (1) Workshop (2) Pelatihan dan Pengelolaan (3) Keberhasilan penelitian ini terlihat dalam jumlah feed IG yang semakin beragam dengan tampilan feed yang lebih menarik dengan jumlah tiga postingan setiap harinya serta keberhasilan penulisan berita sekolah pada website dan media online lainnya.

Kata Kunci: digital marketing, branding, media sosial, sd muhamadiyah

1. PENDAHULUAN

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) digital marketing dalam penguatan branding ini dilaksanakan di SD Muhammadiyah 7 Surabaya. SD Muhammadiyah 7 Surabaya merupakan salah satu Lembaga Pendidikan Dasar Islam yang berdiri sejak tahun 1.966. Artinya sudah 56 tahun SD

Muhammadiyah 7 berdiri dan melakukan syiar dakwah Pendidikan.

Di balik usianya yang setengah abad SD Muhammadiyah 7 Surabaya memiliki akreditasi sekolah Baik (Baik) dengan total jumlah siswa laki-laki (57) dan siswi perempuan 47. Jika ditotal jumlahnya hanya mencapai angka 104.

Terletak di pusat kota Jl. Jagir Sidomukti VI D No.5 Surabaya Jagir Kecamatan Wonokromo Surabaya. Berdasarkan data media social Instagram SD Muhammadiyah 7 memiliki 453 postingan 878 pengikut dan 1.055 yang diikuti, tentunya ini masih sanga butuh dukungan dalam membranding sebuah institusi. Tidak hanya itu, dalam tampilan website resmi SD Muhammadiyah 7 Surabaya juga masih sangat memperhatikan mengingat website adalah gerbang utama ketika seseorang mencari sebuah institusi. Selain itu publikasi dalam media masaa SD Muhammadiyah 7 Surabaya masih tergolong minim dibandingkan dengan sekolah Muhammadiyah lainnya sehingga sentuhan publikasi media masaa sangat penting dilakukan agar SD ini lebih dikenal dan menjadi sekolah rujukan para orang tua.

SD Muhammadiyah 7 Surabaya memiliki visi menjadi sekolah inovatif untuk mewujudkan generasi muslim yang unggul dan 4 misi pertama menyelenggarakan pembelajaran berbasis nilai-nilai Al-Quran yang religius dan ekologis. Kedua menyiapkan lingkungan belajar yang kondusif dan adaptif terhadap kebutuhan siswa dan masa depan. Ketiga

menyelenggarakan pembelajaran yang inovatif, menyenangkan, bermakna dan mengembangkan potensi segenap warga sekolah. Keempat membangun manajemen sekolah berbasis IT dan berkelanjutan.

Untuk mencapai misi dan visi tersebut tentunya penguatan digital marketing dalam branding sangat penting dilakukan agar tujuan dari misi bisa tercapai khususnya misi pada poin ke 4. Pencitraan sekolah atau branding harus dilakukan oleh sekolah Muhammadiyah, hal ini merupakan sebuah cara untuk membedakan sekolah Muhammadiyah dengan sekolah yang lainnya. Branding dalam sekolah Muhammadiyah akan mudah diketahui melalui citra visual sehingga sekolah SD Muhammadiyah mudah direkam dalam memori khalayak.

Permasalahan yang dihadapi SD Muhammadiyah 7 Surabaya adalah belum terbangunnya kesadaran branding melalui digital marketing melalui media social seperti Instagram, Youtube, Facebook, Twitter, Website, Tiktok dan pemberitaan sekolah melalui media masaa online ataupun cetak. Hal ini terlihat dengan belum masifnya akun media social yang dimiliki hingga hari ini. Padahal tidak menutup kemungki nan

HUMANISM

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/HMN>

menginjak kelas 3-6 siswa SD sudah sangat aktif dengan penggunaan media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Kehadiran media sosial pada kalangan anak muda harus menjadi sesuatu hal yang positif dan memiliki imbal yang baik bagi sekolah. Semakin banyaknya sekolah tersebut memproduksi konten pasti akan berdampak pada interaksi siswa ataupun masyarakat yang lain.

Berdasarkan hasil observasi, permasalahan yang dialami SD Muhammadiyah 7 adalah minimnya kesadaran terkait pengoptimalan media sosial sebagai modal promosi sekolah sehingga diperlukan upaya serius untuk meningkatkan digital marketing. Berdasarkan analisis situasi sekolah SD Muhammadiyah 7 juga masih minim Sumber Daya Manusia (SDM) dan fasilitas dalam sekolah ini masih dalam tahap pengembangan sehingga membutuhkan dukungan banyak pihak agar kreatifitas dalam membranding sekolah bisa terwujud.

Pada dewasa ini lembaga pendidikan khususnya sekolah dasar yang ada di Indonesia semakin berkembang. Hasil tersebut dirilis oleh Badan Pusat Statistik (2021) yang menyebutkan setidaknya tercatat 217.283 sekolah yang ada di Indonesia.

Jumlah tersebut akan membuat orang tua berpikir untuk menentukan dimana anak mereka di sekolahkan. Semakin baik sekolah membangun sebuah branding, semakin besar pula peluang sekolah itu dikenal dan diakui dan semakin mudah pula mendapatkan siswa.

Tingginya jumlah sekolah dasar di Surabaya mengharuskan sekolah Muhammadiyah khususnya SD Muhammadiyah 7 harus melakukan strategi branding yang baik agar mampu menarik minat orang tua dan siswa sehingga orang tua dan siswa memutuskan memilih sekolah tersebut menjadi pilihan dalam melakukan proses pembelajaran.

Media online sebagai upaya branding sekolah harusnya menjadi alternatif sekolah dalam melaksanakan pemasaran di era pandemi. Hia et al., (2020) menyebutkan bahwasannya sekolah harus memanfaatkan teknologi terutama internet dan website dalam melakukan pemasaran sekolah ataupun branding sekolah, hal tersebut disebabkan kedepan teknologi internet makin canggih dan mampu memudahkan sekolah menyebarkan informasi dengan menarik dan memudahkan masyarakat memperoleh informasi tersebut. Hal tersebut juga didukung dengan data yang

disajikan oleh Wibowo et al., (2019) yang menyebutkan bahwasannya terdapat peningkatan penggunaan website untuk sekolah di Indonesia terutama di Jawa Timur, namun berdasarkan parameter yang digunakan dalam penelitian ini, masih banyak ditemukan sekolah-sekolah yang belum mengoptimalkan website yang dimilikinya.. Solusi yang ditawarkan melalui PKM Digital Marketing dalam Penguatan Branding ini yang pertama fokus kepada guru-guru agar memiliki kesadaran pentingnya memahami digital marketing media sosial sebagai bahan promosi. Memberikan pemahaman kepada guru baik dari golongan tua hingga golongan muda bahwa branding melalui media sosial hari ini adalah menjadi tanggung jawab siapa saja, bukan hanya tanggung jawab anak muda.

Selain melakukan pendampingan guru akan diajari memiliki akun media sosial seperti Instagram, tiktok, upload reels, youtube, facebook, dan twitter. Pembealajaran ini akan dilakukan secara bertahap agar tidak unsur paksaan dan berbasis kesadaran. Setelah hal ini berlangsung dan menjadi sebuah pola tentunya akan sangat mudah bagi mereka untuk mempromosikan sekolah melalui akun media sosial masing-masing.

Penelitian sebelumnya mengenai branding sekolah pernah dilakukan oleh Akmalia (2020) dengan judul pemanfaatan digital marketing dalam penguatan branding sekolah dasar Muhammadiyah Purwodiningratan. Dari penelitian tersebut dibuktikan bahwa branding terbukti menjadi strategi sekolah sehingga jumlah peningkatan siswa mengalami peningkatan secara signifikan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Branding dalam teori yang disampaikan oleh Philip (2002) dalam bukunya menjelaskan bahwa “the set of beliefs consumers hold about a particular brand” atau bisa diartikan sebagai kepercayaan yang diyakini oleh masyarakat terkait brand tertentu atau dalam hal ini ialah sekolah. Artinya jika didefinisikan pengertian dari branding sekolah ialah usaha untuk meningkatkan kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat terhadap kualitas dari sekolah itu sendiri.

Branding sekolah sendiri tidak hanya berperan untuk meningkatkan kuantitas siswa, akan tetapi juga kualitas siswa. Strategi branding menjadi sangat penting bagi sekolah-sekolah terutama bagi sekolah swasta (Karsono et.,al

2021). Dengan semakin banyaknya orang yang mengenal dan berminat untuk memilih sekolah tersebut, maka kemungkinan pendaftar yang memiliki kualitas yang baik untuk mendaftar disekolah semakin banyak pula.

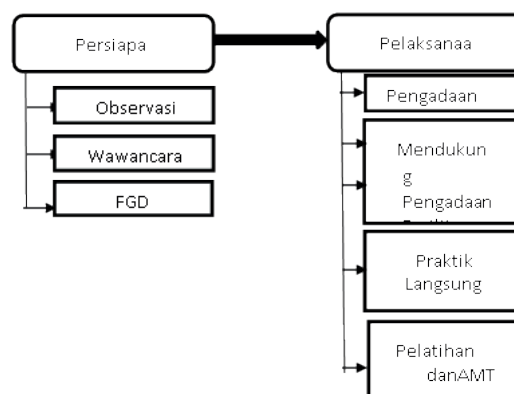
Strategi dalam mem-branding sekolah biasanya dilakukan dengan beberapa hal : pertama, dengan mempromosikan melalui media cetak seperti halnya brosur, banner, pamflet dan lain sebagainya. Kedua, dengan melalui kegiatan tatap muka yang menarik perhatian seperti pameran, bakti sosial, atau kunjungan ke sekolah-sekolah yang memiliki jenjang pendidikan dibawahnya. Ketiga dengan melalui promosi online dengan optimalisasi sosial media, website dan lain sebagainya.

Media online sebagai upaya branding sekolah harusnya menjadi alternatif sekolah dalam melaksanakan pemasaran di era pandemi. Hia et al., (2020) menyebutkan bahwasannya sekolah harus memanfaatkan teknologi terutama internet dan website dalam melakukan pemasaran sekolah ataupun branding sekolah, hal tersebut disebabkan kedepan teknologi internet makin canggih dan mampu memudahkan sekolah menyebarkan informasi dengan

menarik dan memudahkan masyarakat memperoleh informasi tersebut. Hal tersebut juga didukung dengan data yang disajikan oleh Wibowo et al., (2019) yang menyebutkan bahwasannya terdapat peningkatan penggunaan website untuk sekolah di Indonesia terutama di Jawa Timur, namun berdasarkan parameter yang digunakan dalam penelitian ini, masih banyak ditemukan sekolah-sekolah yang belum mengoptimalkan website yang dimilikinya.

3. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Sekolah Dasar Muhammadiyah Purwodiningratan dilakukan dalam beberapa tahapan. Tahapan-tahapan tersebut disajikan pada bagan 2 berikut



Tabel 1. Tahap tahap penelitian

Sebelum melaksanakan program pengabdian masyarakat, kelompok pengabdian melakukan persiapan

terlebih dahulu. Pada tahap persiapan, tim melakukan observasi langsung ke SD Muhammadiyah 7 Surabaya. Tim juga mewawancarai direktur SD Muhammadiyah 7 Surabaya dan beberapa guru. Tim kemudian melakukan focus group discussion (FGD) bersama beberapa guru dan kepala sekolah, di mana rencana program yang akan dilaksanakan dijelaskan dan didiskusikan.

Setelah dilakukan pembahasan dan kesepakatan program pengabdian yang akan dilaksanakan, maka rencana program pengabdian dilaksanakan. Pada tahap implementasi, dilaksanakan beberapa program sesuai hasil FGD yang disepakati bersama. Langkah-langkah yang diambil dalam fase implementasi adalah pengadaan alat untuk mendukung aktivitas periklanan digital, akuisisi tempat (studio in-house) dan pelatihan, dan dukungan AMT. Sasaran kegiatan ini adalah SD Muhammadiyah 7 Kota Surabaya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsikan Kegiatan pelatihan digital marketing dalam penguatan branding bagi pengelola Sekolah Dasar (SD) dilaksanakan di SD Muhammadiyah 7 Surabaya yang melibatkan seluruh guru-

guru di sekolah dengan hasil dan pembahsan sebagai berikut ini.

4.1 Pelatihan Pembuatan Desain Instagram dan Pengelolaan Feed

Melakukan promosi melalui media digital seperti Instagram di era sekarang merupakan suatu komunikasi pemasaran melalui online, yang artinya aktivitas ini berusaha untuk menyebarkan informasi, membujuk atau mempengaruhi seseorang agar tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan atau lembaga yang bersangkutan melalui media online dan jaringan internet. (Novianti & Mulyana, 2018). Alfaqih (2018) menyatakan bahwa sistem pembelajaran digital menuntut keberadaan infrastruktur dan teknologi yang mendukung seperti komputer, akses internet, server, televisi, video interaktif, dan sebagainya. Begitu pula dengan kegiatan promosi digital yang tentunya membutuhkan dukungan peralatan digital sekaligus tampilan yang menarik.

Kepala sekolah SD Muhammadiyah 7 Surabaya Zainuri Arif menyadari pentingnya promosi melalui media sosial, seperti Tik Tok, Instagram, Telegram, Facebook, Twitter ataupun WhasApp Story, ataupun melalui situs

web tentu dengan tampilan yang menarik dipandang mata dan mengikuti selera konsumen, namun yang menjadi fokus pada pengabdian ini adalah fokus pada media sosial Instagram dan website. Hal tersebut sesuai dengan hasil observasi dan paparan kepala sekolah terkait kebutuhan promosi sekolah dan tampilan desain feed Instagram yang masih belum tertata dengan rapi, sehingga hal tersebut menjadi suatu prioritas permasalahan yang harus diselesaikan.

Pemberian pelatihan desain untuk para tenaga pengajar di sekolah tentu sangat bermanfaat dalam mendukung promosi digital sekolah, khususnya media sosial Instagram. Hal tersebut dibuktikan dengan perubahan yang signifikan terkait feed Ig sekolah sebelum mendapatkan pelatihan dan sesudah mendapatkan pelatihan dari tim pengabdian.

Berikut foto kegiatan pelatihan desain untuk para guru SD Muhammadiyah 7 Surabaya oleh Tim Pengabdian Risetmu:



Gambar 1. pelatihan desain



Gambar.2 Tampilan Feed IG Sebelum Mendapatkan Pelatihan Pengabdian Tim Risetmu

Berikut Tampilan Feed IG SD Muhammadiyah 7 Setelah Mendapatkan Pelatihan Pengabdian Tim Risetmu:



Gambar 3. Tampilan Feed IG SD Muhammadiyah 7 Setelah Mendapatkan Pelatihan Pengabdian Tim Risetmu menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro.

4.2 Memberikan Pelatihan Pembuatan Rilis Berita

Pemberitaan melalui media digital terkait aktivitas sekolah baik itu prestasi capaian siswa, kegiatan indoor atau outdoor menjadi sebuah tuntutan untuk meningkatkan promosi sekoalah secara halus. Pemberitaan terkait kegiatan sekoalah yang aktif menjadi bukti kualitas dan profesionalisme sekolah khususnya humas dalam menyampaikan informasi kepada public. Kepala Sekolah SD Muhammadiyah 7 Surabaya

memiliki komitmen agar setiap guru di sekolah memiliki kemampuan menulis berita yang baik, sehingga setiap kegiatan yang dilakukan oleh siswa bisa tersampaikan dengan baik kepada walimurid dan masyarakat.

Lembaga-lembaga sekolah pendidikan perlu dikelola secara profesional dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen mutakhir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lokal, nasional, serta internasional. Lembaga pendidikan perlu proaktif untuk berubah ke arah yang lebih baik, tidak hanya dalam meningkatkan mutu proses dan hasil pendidikan, tetapi juga dalam memasarkan pendidikan itu sendiri (Rahmani, 2017).

Dalam kegiatan pelatihan penulisan release berita yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Risetmu UM Surabaya, para guru mendapatkan pelatihan dalam menulis berita straight news sekaligus bagaimana mencari angle berita yang menarik sehingga memiliki nilai dan bisa diterima oleh media lokal maupun nasional. Keberhasilan pelatihan ini dibuktikan dengan berhasilnya tulisan-tulisan yang terpublish di media cetak di Jawa Timur seperti Surya, Kumparan, PWMU, Kompasiana dan lainnya.

Berikut berita-berita SDM 7 di media-media local Jawa Timur.

- Ilmuwan Cilik SD Muhammadiyah 7 Jagir Surabaya Belajar Mendeteksi Cuaca - Surya.co.id (tribunnews.com)
- Wisuda Purna Siswa SD Muhammadiyah 7 Surabaya Diwarnai Apresiasi Prestasi | Harian Bhirawa Online
- Siswa Sekolah Inovatif SD Muhammadiyah 7 Jagir Surabaya Belajar Deteksi Hewan Tanda Lingkungan Kotor - Surya.co.id (tribunnews.com)

Berikut Foto Kegiatan Pelatihan Pembuatan Release oleh Jurnalis UM Surabaya:



Program Kemitraan Masyarakat (Workshop & Pendampingan) - Digital marketing dalam penguatan branding sekolah bagi pengelola Sekolah Dasar, SD Muhammadiyah 7 Surabaya.

SD Muhammadiyah 7 Surabaya, Jawa Timur

Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Release oleh Jurnalis UM Surabaya



Program Kemitraan Masyarakat (Workshop & Pendampingan) - Digital marketing dalam penguatan branding sekolah bagi pengelola Sekolah Dasar, SD Muhammadiyah 7 Surabaya.

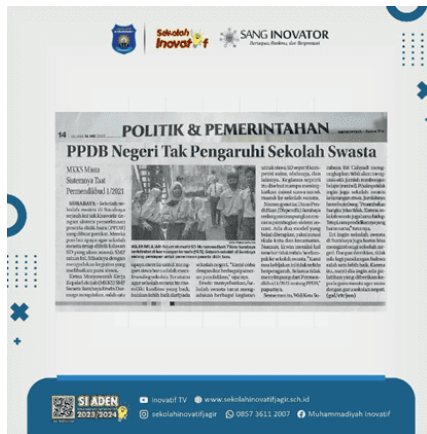
SD Muhammadiyah 7 Surabaya, Jawa Timur

Gambar 5. Pelatihan Pembuatan Release oleh Jurnalis UM Surabaya

Berikut Kegiatan yang Berhasil Terpublikasi di Media Cetak Setelah Pelatihan Pendampingan Pembuatan Release Berita:



Gambar 6. Publikasi di Media Cetak Pelatihan



Gambar 7. Terpublikasi di Media Cetak Setelah Pelatihan Pendampingan Pembuatan Release Berita

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Sekolah Dasar Muhammadiyah 7 Surabaya telah berjalan lancar. Melalui program pengabdian ini khalayak sasaran telah merasakan manfaat dari program pengabdian masyarakat yang dilakukan. Beberapa hal yang dapat diwujudkan antara lain: (1) mengetahui pembuatan media sosial, konsep digital marketing dan dasar-dasar marketing (2) mampu mengelola media sosial secara tepat (3) mampu menulis release berita capaian siswa (4) mampu membuat design yang memiliki nilai seni yang tinggi (5) memahami cara membuat website dasar SEO Algoritma Google, Page Speed dan Crawl Budget. (6) guru SD Muhammadiyah 7 Surabaya telah termotivasi untuk melakukan promosi

sekolah serta memahami strategi branding sekolah; (6) jumlah siswa pendaftar mengalami peningkatan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Jika perlu berterima kasih kepada pihak tertentu, misalnya mitra pengabdian, hindari pernyataan terimakasih yang berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Mahedy, K. S. (2016). Pelatihan Pemanfaatan Media Online Sebagai Sarana Pemasaran Hasil Produksi Bagi Asosiasi Pengrajin Industri Kecil (APIK) Kabupaten. 389–398.
- Noviana, N. (2017). 5 Marketplace Pertanian yang Bisa Digunakan Petani untuk Menjual Produk Secara Online. -.
- Latief, A., Syardiansah, S., & Yakob, M. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis E-Marketing Pada Kelompok Usaha Perempuan Anyaman Tikar Di Gampong Matang Gleum Kecamatan Peureulak Kabupaten Aceh Timur. *Pelita Masyarakat*, 2(1), 17–26.
- Rebecca. (2016). 10 Manfaat Digital Marketing untuk Bisnis. -.