

# Promosi Sekolah dengan Pemanfaatan Brand Journalism di Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi Sleman

**Fajar Junaedi, Filosa Gita Sukmono, Erwan Sudiwijaya, Budi Dwi Arifianto**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
 Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183  
 Email: fajarjun@umy.ac.id1, filosa@umy.ac.id2, erwansudiwijaya@umy.ac.id3 budi\_arifianto@umy.ac.id4  
 DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.52.1027>

## Abstrak

*Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi Gamping Sleman menghadapi persoalan dalam penerimaan siswa baru di masa pandemi. Jumlah siswa yang biasanya 70 orang setiap angkatan merosot menjadi 45 siswa pada tahun ajaran 2021/2022. Kemosotannya ini disebabkan oleh ketidakmampuan sekolah dalam melakukan promosi di media digital. Di masa normal, promosi sekolah umumnya dilakukan melalui media luar ruang. Pandemi menjadikan metode promosi luar ruang menjadi tidak lagi efektif. Untuk mengatasi persoalan ini maka dilakukan program peningkatan kemampuan sekolah dalam promosi sekolah dengan memanfaatkan advertorial sebagai bentuk brand journalism di media massa yang memiliki platform user generated content. Kegiatan dilakukan dengan workshop dan pendampingan. Kegiatan ini berhasil dilakukan dengan indikator dari kegiatan ini adalah guru bisa menulis dan mempublikasikan advertorial tentang Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi sebanyak 30 berita yang menjadi bentuk brand journalism. Keberlanjutan dari program ini adalah guru bisa terus melakukan publikasi advertorial.*

*Kata kunci : brand journalism, user generated content, Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi*

## Abstract

*Muhammadiyah Elementary School Mlangi Gamping Sleman is facing problems in accepting new students during the pandemic. The number of students which is usually 70 people per batch has decreased to 45 students in the 2021/2022 school year. This decline was caused by the inability of schools to promote in digital media. In normal times, school promotions are generally done through outdoor media. The pandemic makes outdoor promotion methods no longer effective. To overcome this problem, a program to increase the ability of schools in school promotion is carried out by utilizing advertorials as a form of brand journalism in the mass media that has a user generated content platform. Activities are carried out with workshops and mentoring. This activity was successfully carried out with the indicator of this activity being the teacher being able to write and publish 30 news advertorials about the Muhammadiyah Mlangi Elementary School which became a form of brand journalism. The sustainability of this program is that teachers can continue to publish advertorials.*

*Keywords: brand journalism, user generated content, Muhammadiyah Mlangi Elementary School*

## Pendahuluan

Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi berada di kawasan yang banyak sekolah dasar di sekitarnya. Dalam radius 5 kilometer dari sekolah, setidaknya terdapat 6 sekolah dasar. Hal ini menyebabkan kompetisi untuk mendapatkan siswa baru sangat ketat. Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi menghadapi persoalan dalam penerimaan siswa baru di masa pandemi. Jumlah siswa yang biasanya 70 orang setiap angkatan merosot menjadi 45 orang pada tahun ajaran 2021/2022. Kemosotannya ini disebabkan oleh ketidakmampuan sekolah dalam melakukan promosi di media digital. Di masa normal, promosi sekolah umumnya dilakukan melalui media luar ruang. Pandemi menyebabkan metode promosi luar ruang menjadi tidak lagi efektif.

Unit gedung Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi sebenarnya sudah layak, demikian pula prestasi siswa yang cukup baik. Namun sayangnya keduanya tidak terpublikasikan di media massa. Ketika memasukan kata “Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi” di Google, belum muncul konten tentang Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi kecuali hanya data dapodik saja.

Strategi promosi menjadi hal yang penting untuk melakukan promosi sekolah. Promosi sekolah atau promosi jasa pendidikan merupakan alat pemasaran jasa pendidikan yang dapat berfungsi untuk memasarkan dunia pendidikan. Tujuan dari promosi adalah untuk menginformasikan tentang keberadaan produk baru, membujuk untuk menjadikan produk sebagai

pilihan konsumen, dan mengingatkan pembeli bahwa produk dibutuhkan dalam waktu dekat (Tyagita, 2016). Strategi pemasaran lembaga pendidikan sebagai arahan organisasi dalam jangka yang panjang dan bertujuan untuk mencapai keunggulan organisasi melalui sumber daya dalam lingkungan yang berubah ubah untuk memenuhi kebutuhan pasar dan harapan konsumen (Lisnawati dkk, 2018). Mengingat sekolah adalah wadah dari pendidikan yang menjadi tanggung jawab bersama dan menyangkut kehidupan masyarakat, maka daya saing dan daya jual jasa sekolah harus dikelola dengan baik. Manajemen pemasaran jasa sekolah harus diterapkan untuk mengenalkan sekolah tersebut kepada masyarakat (Mukmin, 2020).

Solusi dari persoalan yang dihadapi mitra adalah dengan meningkatkan promosi sekolah menggunakan advertorial. *Brand journalism* dalam bentuk advertorial merupakan sebuah bentuk iklan gaya jurnalistik di media massa dan sering muncul di media, seperti majalah, surat kabar atau situs web. Dengan demikian, tujuan utama dari pengabdian ini adalah untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk, layanan, atau aktivitas SD Muhammadiyah Mlangi kepada audiensnya. Advertorial berupaya menemani, menerjemahkan, dan menafsirkan iklan yang terdapat di media massa. Untuk suatu produk, pemasar menggunakannya untuk mendidik pelanggan potensial tentang fitur atau atributnya. Dengan demikian advertorial sangat cocok untuk promosi sekolah.

### **Metode Pelaksanaan**

Metode pengabdian dilakukan dengan sebagai berikut :

1. Workshop penulisan advertorial untuk guru di Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi. Kegiatan dilakukan di Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi dengan peserta para guru. Indikatornya adalah guru bisa menulis advertorial.
2. Workshop pemanfaatan teknologi *user generated content*. Kegiatan dilakukan di Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi dengan peserta para guru. Indikatornya adalah guru bisa menguasai *user generated content*.
3. Pendampingan penulisan advertorial. Kegiatan diikuti para guru dengan indikator awal adalah adanya 10 advetorial tentang Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi.

### **Hasil dan Pembahasan**

Program pengabdian ini dilakukan dengan dibantu oleh tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) UMY. Adapun proses pelaksanaan dapat digambarkan sebagai berikut. Pertama, tim pengabdian melakukan diskusi grup terarah dengan kepala sekolah dan perwakilan guru SD Muhammadiyah Mlangi. Kegiatan ini dilakukan pada pertengahan bulan Februari 2022. Hasil dari kegiatan ini adalah diketahuinya problem kemerosotan siswa SD Muhammadiyah Mlangi. Kurangnya promosi di media digital merupakan faktor dari kemerosotan ini. Dari sini kemudian dibuat rencana tindak lanjut berupa workshop dan pendampingan bagi Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi Tema utamanya adalah publikasi promosi sekolah dengan pendekatan *brand journalism*.

Rencana tindak lanjut di atas diwujudkan dalam workshop penulisan advertorial untuk guru di Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi. Workshop diikuti oleh para guru, fasilitatornya adalah tim pengabdian bersama mahasiswa KKN UMY. Para mahasiswa KKN sebelum workshop mengikuti *training for trainer*. Kegiatan dilakukan di Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi dengan peserta para guru. Materi yang diberikan adalah jenis berita, format piramida terbalik dalam berita,

penulisan kutipan dalam berita, nilai berita dan unsur berita. Tim pengabdian menyediakan modul bagi peserta untuk memudahkan proses workshop. Kegiatan ini berhasil dilakukan dengan indikator para guru bisa menulis berita.

Kedua adalah workshop pemanfaatan teknologi *user generated content*. Kegiatan dilakukan di Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi dengan peserta para guru. Indikatornya adalah guru bisa menguasai *user generated content* di media massa digital Kumparan. Tim pengabdian menyediakan modul bagi peserta untuk memudahkan proses workshop. Kegiatan ini berhasil dilakukan dengan indikator para guru bisa unggah konten di Kumparan. Pendampingan penulisan berita untuk promosi sekolah. Kegiatan diikuti para guru dengan indikator awal adanya 10 berita tentang Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi. Indikator ini terlampaui 3 kali lipat, dengan berhasil terbitnya 30 berita tentang Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi di Kumparan. Berita bisa dilihat di <https://kumparan.com/sdmuhammadiyahmlangi>.

**Tabel 1. Kondisi Sebelum dan Sesudah Pengabdian**

Sebelum Program Pengabdian	Setelah Program Pengabdian
Guru belum mengenal <i>brand journalism</i>	Guru belum menguasai <i>brand journalism</i>
Guru belum mengenal <i>user generated content</i>	Guru telah menguasai <i>user generated content</i>
Belum ada berita tentang Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi di Kumparan	Ada 30 berita tentang Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi di Kumparan



**Gambar 1. Workshop jurnalisme di Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi.**



Gambar 2. Foto bersama pasca workshop jurnalisme di Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi.

### Simpulan

Program pengabdian ini telah berhasil memfasilitasi Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi dalam publikasi di media massa digital Kumbaran. Berhasil terbitnya 30 (tiga puluh) berita sebagai *brand journalism* di Kumbaran dan telah meningkatkan *search engine optimization* Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi. Hal ini menjadi modal Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi dalam promosi dan kembali meningkatkan jumlah siswa.

### Daftar Pustaka

- [1]. Tyagita, Brigitta Putri Atika (2016). Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama Di Kabupaten Semarang. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Volume: 3, No. 1, Januari-Juni 2016
- [2]. Lisnawati, Aat dkk (2020) Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Di Sekolah Dasar Dharma Mulia Dusun Banaran Getasan, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol. 17, No. 2
- [3]. Margareta, Ririn Tius Eka (2018) Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model. *Kelola Jurnal Manajemen Pendidikan*, Volume: 5, No. 1, Januari-Juni 2018
- [4]. Mukmin Baba (2018).) Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu, *Jurnal Isema* Vol. 5 No. 1