

# Pengembangan Promosi SD Muhammadiyah Ambarketawang Melalui Iklan Luar Ruang dan Media Sosial

**Filosa Gita Sukmono, Adinda Putri Surya Kencana**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
 Jl Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183, Indonesia, (0274) 387655  
 Email: filosa@umy.ac.id, kencanaadinda14@gmail.com  
 DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.52.1048>

## Abstrak

*SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 berada dibawah naungan Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah, Pimpinan Cabang Muhammadiyah Gamping yang terus melakukan pembenahan dan perkembangan melayani umat. Posisi sekolah yang cukup strategis khususnya di daerah Gamping seharusnya dapat memudahkan calon orang tua maupun masyarakat umum untuk menemukan lokasi ataupun promosi sekolah disekitar jalan Wates atau daerah Ambarketawang. Hal inilah yang menjadi kendala utama yang dihadapi sekolah yaitu tidak adanya petunjuk arah untuk menuju ke SD Muhammadiyah Ambarketawang 1, masih minimnya papan informasi dan promosi sekolah. Hal ini sangat memprihatinkan karena persaingan sekolah hari ini dibutuhkan promosi yang progresif, khususnya melalui iklan luar ruang. Selain itu orang tua siswa mengetahui keberadaan sebuah sekolah dari iklan dan papan informasi sekolah yang terpampang di jalan maupun di tempat-tempat terbuka lainnya. Bahkan kebanggaan dan kepercayaan calon orang tua murid ataupun wali murid yang sudah menyekolahkan anaknya juga ketika banyak informasi sekolah di area publik. Berangkat dari persoalan tersebut, maka program pengabdian ini akan difokuskan pada peningkatan promosi sekolah melalui iklan luar ruang. Metode yang dilakukan adalah dengan mengadakan workshop bersama guru sekolah kemudian dilanjutkan pendampingan secara intensif kepada pihak sekolah selama satu bulan agar keberlanjutan setelah pengabdian bisa terjaga. Luaran pengabdian ini nantinya adalah pengadaan iklan luar ruang dan petunjuk arah untuk sekolah serta kemampuan guru untuk terus membuat konten promosi menarik dari iklan luar ruang, papan informasi yang sudah terpasang dan media sosial.*

*Kata kunci: Media Promosi, Iklan Luar Ruang, Media Sosial, SD Muhammadiyah Ambarketawang 1*

## Abstract

*SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 is under the auspices of the Elementary and Secondary Education Council, Muhammadiyah Gamping Branch Manager continues to make improvements and developments in serving the people. The strategic position of the school, especially in the Gamping area, should be able to make it easier for prospective parents and the general public to find the location or promotion of schools around Jalan Wates or the Ambarketawang area. This is the main obstacle faced by the schools, namely the absence of directions to get to SD Muhammadiyah Ambarketawang 1, the lack of information boards, and school promotions. This is very concerning because today's school competition requires progressive promotion, especially through outdoor advertising. In addition, parents of students know the existence of a school from advertisements and school information boards posted on the road and in other open places. Even the pride and trust of prospective parents or guardians of students who have sent their children to school is also when there is a lot of school information in the public area. Departing from these problems, this service program will focus on increasing school promotion through outdoor advertising. The method used is to hold a workshop with school teachers and then continue with intensive assistance to the school for one month so that sustainability after service can be maintained. The output of this service will be the provision of outdoor advertisements and directions for schools as well as the ability of teachers to continue to create interesting promotional content from outdoor advertisements or information boards that have been installed and social media.*

*Keyword: Promotion Media, Outdoor Advertising, Social Media, Ambarketawang 1 Muhammadiyah Primary School*

## Pendahuluan

SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 merupakan salah satu sekolah dasar swasta yang terletak di Kelurahan Ambarketawang, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 memiliki ruang kantor guru, ruang perpustakaan, ruang UKS, ruang dapur dan ruang kelas sebanyak 7 kelas. Selama pandemi SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 melaksanakan kegiatan belajar mengajar dengan media pembelajaran secara luring dan daring. Pembelajaran secara luring dilaksanakan secara tatap muka dengan sistem pergantian kelas dan pembagian setiap sesi. Pembelajaran secara daring dilaksanakan secara online dengan menggunakan aplikasi pembelajaran seperti *zoom* dan *google meet*.

SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 berada di bawah naungan Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah, Pimpinan Cabang Muhammadiyah Gamping selama pandemi terus melakukan

adaptasi dan beradaptasi dalam melayani umat. Di daerah Gamping sekolah memiliki posisi yang cukup strategis, seharusnya memudahkan calon orang tua maupun masyarakat umum dalam menemukan lokasi ataupun promosi sekolah disekitar jalan Wates atau daerah Ambarketawang. Hal inilah yang menjadi kendala utama sekolah yaitu tidak adanya petunjuk arah menuju kearah SD Muhammadiyah Ambarketawang 1, masih minimnya papan informasi dan promosi sekolah. Hal ini sangat memprihatinkan karena melihat persaingan sekolah saat ini sangat dibutuhkan promosi yang progresif, khususnya melalui iklan luar ruang.

Fenomena saat ini calon wali murid mengetahui keberadaan sebuah sekolah dari iklan dan papan informasi sekolah yang terpampang di jalan maupun ditempat-tempat umum lainnya. Bahkan kebanggaan tersendiri dan kepercayaan wali murid yang sudah menyekolahkan anaknya ketika sekolah tempat putra-putrinya mengenyam pendidikan memiliki banyak informasi di area publik. Berbicara mengenai promosi yang merupakan bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk mengkomunikasikan dengan pasar yang menggunakan komposisi bauran promosi (*promotional mix*). Kegiatan promosi tidak hanya sampai memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhi konsumen agar tertarik bahkan bertindak untuk membeli barang atau jasa tersebut. Alat-alat baruan promosi dikelompokkan menjadi 4 bagian yaitu, 1. Periklanan (*advertising*) 2. Membujuk atau mempengaruhi, 3. Menciptakan kesan, dan 4. Memuaskan keinginan [1].

Promosi sekolah sangat penting dilakukan karena dengan adanya promosi dari sekolah menjadi sumber informasi yang dapat mempengaruhi keputusan siswa maupun orang tua. Promosi akan memberikan informasi mengenai rincian detail sekolah dengan memperlihatkan melalui gambar dan keterangan [2]. Cara promosi sekolah antara lain seperti memberikan informasi prestasi sekolah tersebut, aktivitas, sistem pendidikan, staf pengajar maupun kegiatan lain yang menjadikan nama sekolah tersebut dikenal baik oleh banyak orang [3].

Promosi juga tidak terlepas dari Iklan, dalam kegiatan ini pendekatan melalui Iklan Luar Ruang sebagai pendekatan yang mudah dalam meningkatkan promosi SD Muhammadiyah Ambarketawang 1. Iklan secara umum sebagai bentuk komunikasi yang menjadi salah satu ujung tombak pada promosi ataupun pemasaran. Setiap iklan membutuhkan tempat dan ruang untuk menjangkau pendengarnya yaitu media [4]. Iklan luar ruang dapat berbentuk seperti baliho, spanduk, poster, *sign system*, dan sebagainya. Media iklan luar ruang menjadi salah satu media promosi yang diletakkan di luar ruangan yang memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan suatu produk atau jasa. Peletakkan iklan luar ruang biasanya dipasang di pinggir jalan, di pusat keramaian atau tempat-tempat khusus lain [5].

Selain itu produksi Iklan Luar Ruang melalui media sosial juga perlu untuk diperhatikan, hal tersebut dikarenakan perkembangan media informatika semakin membuat iklan menjadi lebih bervariasi. Media sosial dipilih sebagai sarana promosi (iklan) karena murah, efektif, dan dapat memberikan dampak yang besar. Watie (2016) mengatakan bahwa Perkembangan iklan yang banyak di media sosial memiliki kekuatan besar untuk mempengaruhi minat ataupun keinginan masyarakat. Dari zaman media lama yang hanya mempromosikan produk atau jasa melalui mulut ke mulut, koran, televisi, dan lainnya kini telah berubah dan berkembang pesat. Saat ini banyak yang menggunakan atau mempromosikan produk atau jasanya melalui media baru yaitu media sosial [6].

Berdasarkan analisis situasi maka tim pengabdian dan mitra sepakat untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu belum adanya promosi sekolah melalui Iklan luar ruang yang memanfaatkan media sosial. Solusi dari permasalahan yang dihadapi di SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 adalah sebagai berikut, pertama, pengenalan promosi dengan Iklan Luar Ruang sebagai pendekatan yang mudah dalam meningkatkan promosi sekolah. Luaran dari pengenalan promosi berikut adalah guru di SD Muhammadiyah Ambarketawang 1, memahami pentingnya promosi Iklan Luar Ruang. Indikator, guru memahami berbagai aspek promosi sekolah dan berbagai konten Iklan Luar Ruang. Indikator diukur dengan *pre test* dan *post test*. Kedua, produksi konten Iklan Luar Ruang. Luaran dari pengabdian ini adalah guru dapat memproduksi konten menarik serta kreatif. Indikator solusi ini adalah produksi konten Iklan yang berkelanjutan. Pada program pengabdian ini terdapat dua program yaitu program pokok dan juga program bantuan.

### Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan sebagai berikut. Pertama, Workshop pengenalan promosi yang efektif. Dalam workshop ini, fasilitator akan membagikan modul promosi terpadu dengan media Iklan Luar Ruang. Kedua, Pendampingan produksi konten Iklan Luar Ruang, pendampingan diberikan agar program dan media Iklan Luar Ruang dapat diproduksi secara menarik dan kreatif serta dapat terus berlanjut dan berkembang. Semua kegiatan melibatkan Guru dan karyawan SD Muhammadiyah Ambarketawang 1.

### Hasil Dan Pembahasan

Program pengabdian yang terkait promosi sekolah dan Iklan Luar Ruang ini merupakan hasil dari diskusi dan kesepakatan pengusul dengan mitra pengabdian yaitu majelis Pendidikan dasar dan menengah selaku koordinator sekolah-sekolah yang ada di PCM Gamping termasuk kepala sekolah SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 yang begitu antusias Ketika menyampaikan permasalahan yang dihadapi oleh sekolahnya (<https://kumparan.com/ilkomumy/kolaborasi-dosen-ilmu-komunikasi-umy-dan-majelis-dikdasmem-pcm-gamping-sleman-1x16hVvYDtK> ).



Gambar 1. Kesepakatan program prioritas bersama Sekretaris PCM Gamping, Ketua Dikdasmem, dan para Kepala Sekolah Muhammadiyah di daerah Gamping termasuk kepala sekolah SD Muhammadiyah Ambarketawang 1

Kegiatan Program pengabdian tak lepas dari program kerja yang akan dijalani, pelaksanaan program kerja adalah suatu aktivitas yang saling menyesuaikan dan memahami suatu program untuk dapat mencapai sasaran dan tujuan yang diinginkan. Sejalan dengan itu, menurut Nurdin (2004) pelaksanaan program kerja sebagai aktivitas yang saling menyesuaikan dan tepat sasaran yang diinginkan serta tepat waktu. Selanjutnya Nugroho (2003) menjelaskan bahwa pelaksanaan program kerja pada prinsipnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya (tidak lebih dan tidak kurang) [7].

Program pokok pengabdian di SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 adalah pembuatan Iklan Luar Ruang yang berbentuk *running text*. Pemasangan *running text* diharapkan sekolah dapat menambah daya dari khususnya kepada wali murid, selain itu juga dapat memberikan informasi yang ada di sekolah. Sandi (2015) mengatakan bahwa, *running text* atau tulisan lampu berjalan adalah media elektronik yang memudahkan untuk menyampaikan informasi. *Running text* berupa led-LED yang disambung dan dirangkai menjadi deretan led ataupun berupa *dot matrix*. Saat ini *running text* dijadikan salah satu media informasi yang banyak dipakai karena memiliki tampilan yang unik dan menarik [8].



Gambar 2. *Running text* di depan pintu masuk SD Muhammadiyah Ambarketawang 1

Pemasangan Iklan Luar Ruang juga tidak akan cukup jika tidak melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram dan YouTube melihat banyaknya masyarakat yang sering menggunakan media sosial tersebut. Media sosial merupakan platform media yang dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antara pengguna dan ikatan sosial. Fatmawati (2017) menekankan bahwa kelebihan dari media sosial yakni sangat mudah digunakan (*friendly user*), dapat menciptakan interaksi dengan pengguna lain secara luas, mempunyai jangkauan luas, berbagi informasi dengan cepat dan dapat mengukur efektivitas informasi yang diterima [9]. Sebelumnya pihak dari sekolah tidak mempunyai akun media sosial Instagram sehingga belum memiliki postingan konten yang menarik. Oleh karena itu salah satu luaran dari pengabdian ini adalah pembuatan media sosial Instagram resmi SD Muhammadiyah Ambarketawang 1. Untuk media sosial tim pengabdian telah mempublikasikan konten kegiatan yang ada di sekolah termasuk reels video gerakan 3M. Akun Instagram dapat diakses melalui [www.instagram.com/sdmuhibar1](https://www.instagram.com/sdmuhibar1).



Gambar 2. Akun Instagram SD Muhammadiyah Ambarketawang 1

Selain Akun Instagram, tim pengabdian juga memposting video Gerakan 3M, video *profile* sekolah, video pengenalan guru dan karyawan, video ekstrakurikuler, video pembelajaran dari kelas 1 sampai kelas 6, dan juga video podcast pembelajaran dengan tema-tema yang menarik seputar materi pembelajaran pada akun YouTube SD Muhammadiyah Ambarketawang 1. Akun YouTube dapat ditemukan dengan mengetik “SD Muhammadiyah Ambarketawang 1” pada kolom pencarian YouTube.



Gambar 3. Akun YouTube SD Muhammadiyah Ambarketawang 1

Setelah pembuatan media sosial Instagram dan YouTube, program selanjutnya adalah pelatihan *Digital Marketing* yang berisi tentang pelatihan Kumparan dan Canva. Manfaat pelatihan canva untuk membantu dalam membuat desain dan membuat konten yang menarik, video pembelajaran yang tidak membosankan, dan membuat slide presentasi menjadi lebih menarik dan interaktif. Sedangkan pelatihan kumparan untuk membantu SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 membuat dan mempublikasikan berita. Pelatihan ini dilaksanakan pada Jum’at, 18 Februari 2022 pukul 08.00 – 10.00 bertepatan di ruang kelas SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 dengan

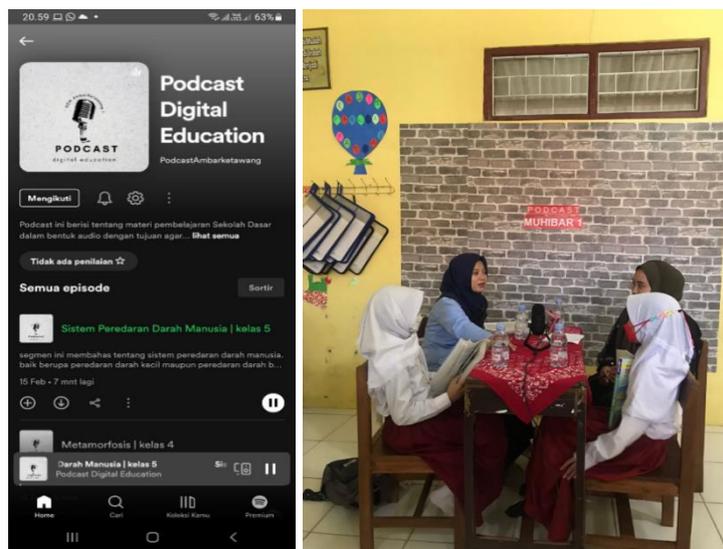
pemateri mahasiswi alumni Ilmu Komunikasi UMY yaitu Adinda Putri Surya Kencana dan tim pengabdian.



Gambar 4. Program Pelatihan *Digital Marketing Canva* dan Kumparan

Program selanjutnya adalah kegiatan podcast edukasi berisi mengenai informasi sekolah dan materi pembelajaran yang dikemas melalui podcast, dengan nama “Muhibar 1 Podcast”. Proses pembuatan podcast melalui aplikasi Anchor kemudian masuk ke Spotify dengan berbentuk audio, sedangkan video pembuatan podcast diunggah pada akun YouTube SD Muhammadiyah Ambarketawang 1. Tema konten podcast Muhibar 1 ini berisi mengenai profil sekolah, materi pembelajaran dari kelas 1 sampai kelas 6, *sharing-sharing* bersama siswa/i berprestasi, *sharing* motivasi kesan-pesan serta minat dan bakat dari siswa/i SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 hingga konten ngobrol asik bersama guru seputar pembelajaran.

Tujuan dari program pengabdian pembuatan podcast ini sebagai pembelajaran baru untuk menarik perhatian siswa, peningkatan promosi sekolah, salah satu sumber informasi yang kreatif, meningkatkan hubungan dengan pembelajaran, dan menstimulasi kemampuan berpikir kreatif bagi guru-karyawan hingga siswa/i SD Muhammadiyah Ambarketawang 1. Harapannya guru-karyawan sekolah dapat melaksanakan dan meneruskan kegiatan podcast edukasi ini supaya lebih berkembang nantinya.



Gambar 5. Akun Spotify dan proses Podcast SD Muhammadiyah Ambarketawang 1

Pengabdian ini juga memiliki program bantu, yaitu mengadakan kegiatan lomba mewarnai untuk kelas 1 SD Muhammadiyah Ambarketawang 1. Harapannya adanya program kerja bantu ini siswa/i dapat meningkatkan minat dan bakat dalam berseni dan berkreaitifitas. Program ini diselenggarakan pada Selasa, 15 Februari 2022. Selain lomba mewarnai, program bantu selanjutnya yaitu membantu mengajar TPA dan melakukan pengecekan suhu. Kegiatan mengajar TPA untuk kelas 1 dan kelas 2 dilakukan setiap hari Senin, Rabu, dan Jumat, kemudian untuk kegiatan pengecekan suhu dilakukan setiap hari sewaktu jam masuk sekolah. Program bantu ini sebagai kontribusi tim pengabdian kepada SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 karena telah memberikan Kerjasama untuk melakukan kegiatan program pengabdian.



Gambar 7. Kegiatan lomba mewarnai kelas 1 SD Muhammadiyah Ambarketawang 1



Gambar 8. Kegiatan mengajar TPA SD Muhammadiyah Ambarketawang 1

Program pengabdian ini telah membawa perubahan bagi SD Muhammadiyah Ambarketawang 1, hal tersebut dapat dilihat dari sudah adanya iklan di media sosial dengan pembuatan akun resmi sekolah untuk media promosi. Program pokok dan program bantuan untuk SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 dirasa cukup efisien, pemilihan pemasangan *running text* menjadi salah satu bentuk dari Iklan Luar Ruang. *Running text* dan pemanfaatan media sosial termasuk dalam *Information Communication and Tecnology (ICT)*, dengan demikian promosi sekolah bisa dilakukan secara mudah, dengan pemanfaatan ICT ini juga bisa mengenalkan kualitas sekolah dengan cara efektif dan efisien [10].

## Simpulan

SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 memiliki peluang untuk meningkatkan promosinya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Persoalan yang dihadapi oleh SD Muhammadiyah Ambarketawang agar dapat lebih dikenal adalah kurangnya promosi Iklan Luar Ruang dan telah terpecahkan melalui program pengabdian ini. Program yang telah dilakukan yaitu program utama dan program bantu. Program utama pada pengabdian ini yaitu pemasangan Iklan Luar Ruang dan pendampingan produksi konten Iklan Luar Ruang, sedangkan program bantu yaitu pelaksanaan lomba mewarnai dan juga pendampingan mengajar TPA SD Muhammadiyah Ambarketawang 1. Semoga dengan adanya pengabdian ini dapat bermanfaat bagi SD Muhammadiyah Ambarketawang 1, promosi yang dilakukan juga dapat lebih berkembang dengan memanfaatkan apa yang sudah tim pengabdian bantu untuk alat dan saluran produksinya.

## Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami haturkan kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan Kepala LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk dukungannya dalam program pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada SD Muhammadiyah Ambarketawang 1 yang telah menjadi mitra yang sangat kooperatif dalam pelaksanaan program pengabdian ini.

## Daftar Pustaka

- [1] Ramsiah Tasruddin, "Strategi Promosi Periklanan yang Efektif," *J. Al-Khitabah*, vol. 11, no. 1, pp. 107–116, 2015.
- [2] R. Gusdiandika and K. Sinduwiatmo, "Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Dalam Pemilihan Smk Sepuluh Nopember Sidoarjo," *KANAL J. Ilmu Komun.*, vol. 1, no. 1, p. 27, 2016, doi: 10.21070/kanal.v1i1.326.
- [3] S. Sukirman, M. M. R. Putra, and A. J. Kusumawati, "Pemanfaatan Facebook Page Sebagai Media Promosi Sekolah Muhammadiyah di Kecamatan Tanon Sragen," *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdaya Masyarakat)*, vol. 5, no. 2, p. 227, 2021, doi: 10.30595/jppm.v5i2.7403.
- [4] G. Aripahara, "Kajian Analisis Identifikasi Iklan Luar Ruang Wall Painting," *Visualita*, vol. 4, no. 1, pp. 1–24, 2012, doi: 10.33375/vslt.v4i1.1108.
- [5] P. W. Harsanto, D. K. Visual, and F. S. Rupa, "YOGYAKARTA DALAM KEPUNGAN IKLAN ( Sebuah Kajian tentang Estetika Lingkungan )," vol. 7, no. 2, pp. 45–55, 2014.
- [6] C. H. P. Hendi Handoko, Monika Irene Simanjorang, Lenny Stephani, Gusti Bagus Yudistira, "DAMPAK IKLAN DI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN MAHASISWA," *Proceeding SINTAK 2019*, no. 1, pp. 352–360, 2019.
- [7] D. Amrizal, Y. Yusriati, and A. Perlaya, "Membangun Minat Belajar Melalui Program Bantuan Siswa Miskin Di Smp Negeri 1 Simpang Empat Kabupaten Asahan," *Scenar. (Seminar Soc. Sci. Eng. Humaniora)*, no. 2001, pp. 436–440, 2021.
- [8] M. F. H. Ahmad, A. Samad, and S. Turuy, "Rancang Bangun Papan Informasi Akademi Ilmu Komputer (Aikom) Ternate Berbasis Arduino Uno," *J. Ilm. Ilk. Ilmu Komput. dan Inform.*, vol. 2, no. 2, pp. 88–95, 2019.

- [9] P. Syiami Ramadina, Taufik, and 'Akil, "Strategi Marketing Pendidikan Melalui Media Sosial Di Sekolah," *PeTeKa J. Penelit. Tindakan Kelas dan Pengemb. Belajar*, vol. 4, no. 1, pp. 367-376, 2021.
- [10] N. S. Fajri and N. A. Wiyani, "Manajemen Marketing Sekolah Berbasis Information and Communication Technology," *JMPI (Jurnal Manaj. Pendidik. Islam.)*, vol. 4, no. 2, p. 107, 2019, doi: 10.18860/jmpi.v4i2.7857.