

# Pemanfaatan *Digital Marketing* Dalam Penguatan *Branding* Sekolah Dasar Muhammadiyah Purwodiningratan

**Alien Akmalia<sup>1\*</sup>, Gita Danupranata<sup>2</sup>, Luluk Iswanti<sup>3</sup>**

1,2,3. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomid dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183 Hp. 082138170869

Email: alien\_akmalia@umy.ac.id

DOI: 10.18196/ppm.35.73

## Abstrak

*Kegiatan pengabdian ini dilatarbelakangi dengan adanya permasalahan yang dihadapi oleh Sekolah Muhammadiyah Purwodiningratan, Ngampilan, Yogyakarta. Khalayak sasaran memerlukan dukungan dari sisi sarana prasarana maupun sumber daya manusia dalam penguatan branding sekolah melalui promosi digital. Permasalahan yang dihadapi khalayak sasaran adalah masih belum lengkapnya sarana dan prasarana sekolah dalam melakukan promosi digital serta sumber daya manusia yang belum siap. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk membantu khalayak sasaran dalam melakukan penguatan branding sekolah melalui promosi digital. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan metode praktik langsung, pelatihan, dan pendampingan. Hasil kegiatan pengabdian ini yaitu: (1) memiliki peralatan yang mendukung kegiatan promosi melalui media digital, (2) khalayak sasaran memiliki studio indoor yang layak, (3) khalayak sasaran bisa membuat brosur digital untuk promosi dan penguatan branding sekolah, (4) memiliki skill dalam pengoperasian peralatan digital, (5) guru-guru memiliki motivasi dan wawasan tentang strategi branding sekolah serta termotivasi untuk mempromosikan sekolah, (6) jumlah pendaftar meningkat.*

*Kata Kunci: promosi digital, media sosial, branding sekolah*

## Pendahuluan

Kelompok sasaran yang dituju dalam program KKN-PPM ini adalah guru-guru Sekolah Dasar Muhammadiyah Purwodiningratan, Yogyakarta. Sekolah Dasar Muhammadiyah Purwodiningratan berdiri pada 1969, beralamat di Purwodiningratan NG I / 902 d, Kelurahan Ngampilan, Kecamatan Ngampilan, Kota Yogyakarta, Provinsi DIY, Kode Pos: 55261, No Telp: ( 0274 ) 518139. Nomor statistik sekolah: 102046007008, Nomor induk sekolah: 100060, NSPN: 20404155. Status sekolah dasar ini merupakan sekolah swasta yang dibangun di atas tanah seluas 606 m<sup>2</sup>, dengan luas bangunan 1046 m<sup>2</sup>, dengan status tanah milik sendiri. SD Muhammadiyah Purwodiningratan dikepalai oleh Bapak Gintoro, S.I.P. sejak Januari 2019, dengan nomor SK Kepala Sekolah: 51/KEP/III.0/D/2016.

Sekolah Dasar Purwodiningratan memiliki visi “Unggul Dalam Prestasi, Berakhlakul Karimah, Mencintai Lingkungan, dan Berwawasan Teknologi”. Berangkat dari visi tersebut, dalam komunikasi langsung dengan Bapak Gintoro selaku kepala sekolah, beliau memaparkan bahwa sekarang ini SD Muhammadiyah Purwodiningratan sedang ingin menggencarkan promosi sekolah melalui media digital. Menurut Purwana, Rahmi, & Aditya (2017), istilah pemasaran berbasis digital (*digital marketing*) telah mengalami evolusi dari yang awalnya kegiatan pemasaran barang dan jasa yang menggunakan saluran digital hingga pengertian yang lebih luas, yaitu proses memperoleh konsumen, membangun preferensi konsumen, mempromosikan merek, memelihara konsumen, dan meningkatkan penjualan.

Prioritas masalah yang akan diselesaikan dalam kegiatan pengabdian ini antara lain: memberikan bantuan perlengkapan digital untuk mendukung kegiatan promosi sekolah, memberikan dukungan fasilitas untuk

membuat studio *indoor*, pelatihan pembuatan brosur digital untuk penguatan *branding* sekolah, memberikan pelatihan bagi staf yang bertugas mengoperasikan peralatan digital tentang penggunaan alat dan mempraktikkannya, Achievement Motivation Training (AMT) bagi guru di SDM Purwodiningratan.

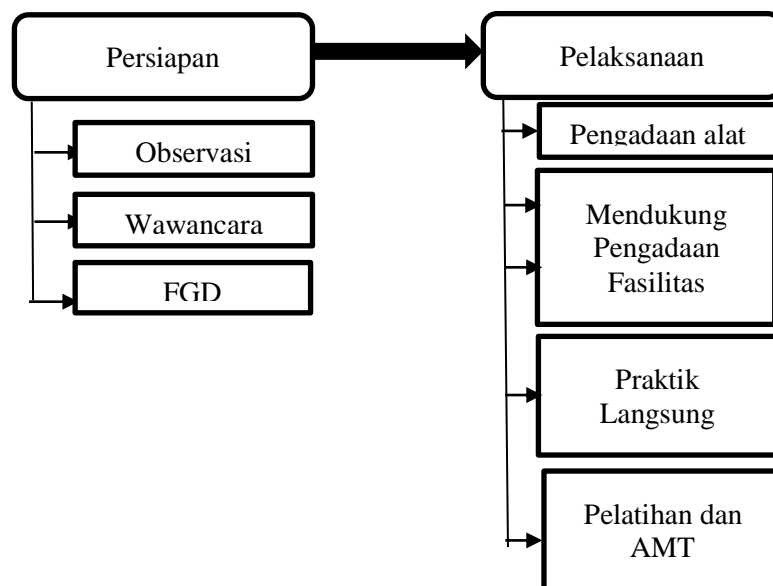


Bagan 1. Kerangka Teoretis

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk membantu dan mendukung SDM Purwodiningratan untuk melakukan promosi sekolah dengan menggunakan media digital dalam rangka penguatan *branding* sekolah. Khalayak sasaran akan diberikan beberapa kegiatan sebagaimana yang tersaji pada bagan 1.

### Metode Pelaksanaan

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



Bagan 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Sebelum menuju pelaksanaan program pengabdian masyarakat, tim pengabdian masyarakat melakukan persiapan terlebih dahulu. Pada tahap persiapan, tim melakukan observasi langsung ke Sekolah Dasar Muhammadiyah Purwodiningratan. Tim juga melakukan wawancara dengan kepala sekolah SD Purwodiningratan (Bapak Gintoro) serta beberapa

guru. Setelah itu, tim bersama beberapa guru dan kepala sekolah melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menyampaikan dan mendiskusikan rencana program yang akan dijalankan.

Setelah terjadi diskusi dan kesepakatan tentang program pengabdian yang akan dijalankan, rencana program pengabdian direalisasikan. Pada tahap pelaksanaan, terdapat beberapa program yang dilaksanakan sesuai dengan hasil FGD yang telah disepakati bersama. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan pada tahap pelaksanaan antara lain: pengadaan alat untuk mendukung kegiatan promosi digital, mendukung pengadaan fasilitas (*studio indoor*), dan pelatihan serta AMT. Khalayak sasaran dalam kegiatan ini yaitu Sekolah Dasar Muhammadiyah Purwodiningratan, Kota Yogyakarta. Khalayak sasaran yang dipilih adalah para guru SDM Purwodiningratan.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Memberikan bantuan perlengkapan yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan dokumentasi siswa berbakat untuk keperluan promosi

Promosi media digital merupakan suatu komunikasi pemasaran melalui *online*, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan melalui 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.

Kepala sekolah dan para guru SD Muhammadiyah Purwodiningratan telah menyadari pentingnya promosi melalui sosial media, baik melalui Instagram, Facebook, maupun unggahan siswa berbakat maupun prestasi sekolah melalui WhatsApp Story, Instagram Story ataupun melalui situs web. Oleh karena itu, ketika melakukan observasi, kepala sekolah mengutarakan kebutuhan akan perlengkapan untuk dokumentasi siswa berbakat, pembuatan promosi sekolah sebagai prioritas.



Gambar 1. Penyerahan secara simbolis perlengkapan dokumentasi siswa berbakat & pendukung pembuatan media pembelajaran daring selama pandemi kepada Ketua Komite Sekolah

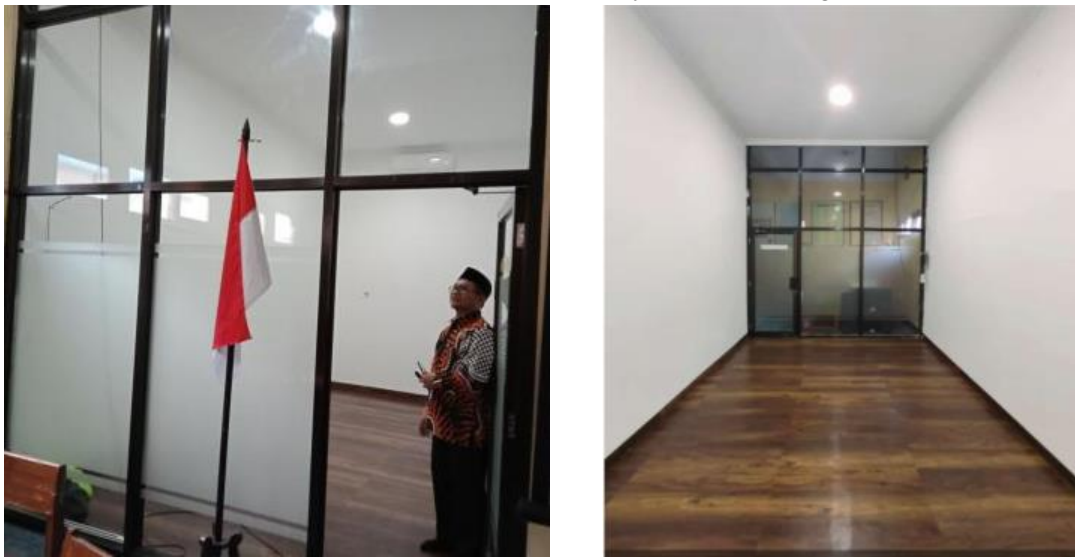
Pemberian bantuan perlengkapan ini sangat bermanfaat dalam mendukung kegiatan promosi digital sekolah. Dengan peralatan yang diserahkan kepada sekolah telah diproduksi banyak video pembelajaran, video siswa berbakat, serta leaflet. Selain itu, dokumentasi kegiatan siswa berbakat juga dapat dilakukan dengan baik. Bantuan peralatan dari kegiatan pengabdian ini juga turut memperlancar proses pembelajaran daring selama siswa belajar dari rumah terkait pandemic Covid-19.

## 2. Pembuatan studio *indoor* di sekolah

Lembaga-lembaga 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).

Keberadaan studio *indoor* menjadi sebuah tuntutan untuk meningkatkan kepuasan pengguna jasa pendidikan. Adanya sarana dan prasarana yang memadai juga mencerminkan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah. Bapak Gintoro selaku kepala sekolah memiliki komitmen tinggi untuk memajukan SD Purwodiningratan dengan membuat lompatan “*Go Digital*”, sehingga beliau menyampaikan membutuhkan studio *indoor* untuk pengambilan video siswa berbakat. Selain itu, adanya pandemi membuat kebutuhan akan studio *indoor* semakin mendesak untuk memperlancar proses pembelajaran daring.

Berikut ini adalah foto studio *indoor* di SD Muhammadiyah Purwodiningratan:



Gambar 2. Pembuatan studio mini untuk keperluan pembuatan video pembelajaran para guru SD Purwodiningratan.

Pihak sekolah telah menyediakan satu ruangan yang awalnya belum difungsikan dengan baik. Tim pengabdian masyarakat membantu untuk mendesain dan menjadikan ruangan tersebut menjadi layak untuk sebuah studio *indoor*.

## 3. Pembuatan brosur digital dalam rangka penguatan *branding* sekolah

Pembuatan leaflet/brosur cetak untuk mempromosikan sekolah sudah tidak lagi efektif. Selain tidak efektif, cara tersebut juga menghabiskan banyak biaya. Oleh karena itu, khalayak sasaran diberikan pelatihan pembuatan brosur *online* yang lebih murah dengan jangkauan lebih luas.



Gambar 3. Contoh brosur digital untuk penguatan *branding* sekolah

Brosur Digital dengan konten yang menarik akan membuat banyak orang dengan sukanya membagikan kembali brosur tersebut di akun media sosial mereka ataupun di WhatsApp story atau media lainnya. Hal ini menjadikan promosi gratis dan dapat memperkuat *branding* Sekolah Dasar Muhammadiyah Purwodiningratan yang memiliki tagline "*Smart & Qur'ani*" ini.

#### 4. Memberikan *skill* bagi SDM yang menangani masalah dokumentasi siswa berbakat tentang penggunaan alat-alat untuk dokumentasi sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal

Pemberian pengetahuan dan keterampilan penggunaan alat untuk dokumentasi telah terlaksana dan langsung dipraktikkan oleh guru yang diberi tanggung jawab untuk menangani hal ini. Alhamdulillah semua berjalan lancar. Hal ini dapat dibuktikan dengan kualitas hasil video pembelajaran yang telah dibuat oleh Bapak/Ibu Guru.



Gambar 4. SDM yang telah diberikan skill pengoperasian berbagai peralatan digital sedang melakukan pengambilan video perkenalan guru-guru secara outdoor kepada siswa baru saat pandemi

**5. Memberikan AMT kepada guru-guru untuk meng-upgrade ilmu dan menumbuhkan kembali semangat mengenalkan sekolah kepada calon siswa-siswanya sehingga dapat meningkatkan *willingness* pendaftar di sekolah ini**

Achievement Motivation Training (AMT) merupakan suatu pelatihan yang berorientasi pada peningkatan motivasi untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan individu berdasarkan kemampuan yang dimilikinya (Andhini, 2013). Kegiatan AMT ini dilakukan untuk meningkatkan motivasi kepada guru SD Muhammadiyah Purwodiningratan untuk dapat berkinerja dan berkomitmen tinggi untuk sekolah sehingga bisa menjadikan kualitas pendidikan sebagai *branding* sekolah. Guru juga merupakan agen untuk dapat mempromosikan sekolah. Para guru juga perlu diberikan pemahaman bahwa setiap guru juga memiliki tugas untuk dapat mempromosikan sekolah. Oleh karena itu, dalam agenda ini juga disampaikan strategi *branding* sekolah.





Gambar 5. Kegiatan AMT dengan narasumber Bapak Gita Danupranata, S.E., M.M. yang dihadiri oleh guru dan komite sekolah

Guru dalam hal ini memiliki tugas sebagai pemasar. Berdasarkan Nurhadi (2003), tugas pemasar adalah mengidentifikasi setiap proses yang dilalui calon konsumen dan membangun suatu bentuk komunikasi yang mendorong calon konsumen menuju proses selanjutnya. Pelaku pemasaran harus dapat mencari dan mengembangkan bentuk komunikasi yang ideal sehingga dapat memperoleh perhatian, menarik minat, membangkitkan keinginan, dan menghasilkan tindakan. Oleh karena itu, pemberian AMT bagi guru-guru tentang promosi sekolah untuk meningkatkan *willingness* pendaftar menjadi salah satu hal penting yang perlu dilaksanakan. Kegiatan ini telah berlangsung dengan lancar yang diikuti oleh seluruh guru SD Purwodiningrtan, Kepala Sekolah dan Komite Sekolah. Narasumber kegiatan ini disampaikan langsung oleh Bapak Gita Danupranata, S.E., M.M. Partisipasi sangat antusias mengikuti kegiatan AMT dengan tema “Strategi Branding Sekolah” sampai selesai.

## Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Sekolah Dasar Muhammadiyah Purwodiningratan 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) khalayak sasaran memiliki peralatan digital yang diperlukan untuk mendukung promosi digital dan proses pembuatan video pembelajaran daring selama pandemi; (2) memiliki studio *indoor* yang layak untuk digunakan pengambilan gambar atau video untuk promosi sekolah melalui pembuatan video siswa berbakat dan lainnya serta dapat digunakan untuk pengambilan video pembelajaran daring; (3) pelatihan pembuatan brosur digital; (4) SDM yang menangani dokumentasi siswa berbakat telah memiliki kemampuan yang memadai dalam pengoperasian perlengkapan pengambilan gambar; (5) guru-guru SD Muhammadiyah Purwodiningratan telah termotivasi untuk melakukan promosi sekolah serta memahami strategi *branding* sekolah; (6) jumlah siswa pendaftar mengalami peningkatan.

## Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. LP3M UMY yang telah mendanai program pengabdian, dengan No. SK Kepala LP3M: 031/PEN-LP3M/I/2020,
2. Kepala Sekolah SD Muhammadiyah Purwodiningratan,

3. Semua pihak yang telah membantu terlaksananya program pengabdian ini.

### **Daftar Pustaka**

- Alfaqih, M. 2018. *Strategi Pemasaran Produk Pembelajaran Digital Mahasiswa Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan pada Marketplace*. Semarang: UNNES.
- Andhini, L. R. 2013. *Pelatihan AMT (Achievement Motivation Training) untuk Meningkatkan Motivasi Berprestasi pada Member Perusahaan MLM (Multi Level Marketing)*. Surabaya: Jurnal Ubaya.
- Novianti, R., & Mulyana, M. 2018. *Pengaruh Promosi Media Digital dan Social Media Marketing terhadap Customer Engagement Studi Kasus Pada Teh Botol Sosro*. Bogor: Sekolah Tinggi Ilmu Kesatuan.
- Nurhadi. 2003. Pentingnya Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kelangsungan Hidup Lembaga Penjual Jasa. *Efisiensi*, 121-131.
- Purwana, D. E., Rahmi, & Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1-17.
- Rahmani, M. H. 2017. *Manajemen Pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SMP IT Al Ghazali Palangkaraya*. Palangkaraya: IAIN Palangkaraya.