

**PELATIHAN DIGITAL MARKETING GURU SDI AISYIAH JATINOM
BLITAR GUNA PENGUATAN BRANDING SEKOLAH**

**LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
KARYA SENI**



Pengusul:

Roudlotul Jannati Rochnadia Noorva Yudhitya, S.E., M.M.

199011072022032004 / 0607119002

Anggota:

Citra Dewi Utami, S.Sn., M.A.	198109072006042002
Diana Safinda Asran, S.I.Kom., M.A	199012042022032006
Dikho Pradiva Putra Dira	221481003
Anike Dzun Nuraini	221481064

Dibiayai DIPA ISI Surakarta Nomor: SP DIPA-023.17.2.677542/2023

Tanggal 30 November 2022

Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi,

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi

Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Karya Seni

Nomor: 8355/IT6.4/PP/2023

INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA

OKTOBER 2023

ABSTRAK

Salah satu fokus PKM ISI Surakarta adalah seni untuk masyarakat. Peningkatan kompetensi di bidang seni audio visual diharapkan mampu mendinamisasi kehidupan dan menyelesaikan permasalahan. Sekolah swasta dituntut untuk terus berinovasi dalam upaya mendatangkan peserta didik baru, tak terkecuali SDI Aisyiyah Jatinom Kota Blitar yang memiliki keunggulan dalam pembelajaran *life skill education*. Calon peserta didik dapat dianalogikan sebagai konsumen potensialnya. Pada hal ini, guru tidak hanya dituntut untuk dapat memfasilitasi pembelajaran namun juga mampu berperan lebih sebagai agen pemasaran melalui penyebaran proses dan hasil belajar yang telah dijalkannya. Permasalahan yang teridentifikasi adalah belum dikuasainya kompetensi *digital marketing* oleh para guru. Situasi tersebut menjadi latar belakang pengusulan program PKM ini. Tujuan dari PKM ini adalah pengenalan digital marketing kepada para guru serta pendampingan dalam pembuatan konten audio visual sebagai materi promosi keunggulan sekolah. Marketing 5.0 adalah teknologi yang dioptimalkan untuk menciptakan pengalaman bagi konsumen di era digital saat ini. Para guru sebagai pelaku pembelajaran menjadi subyek potensial dalam penyebaran pengalaman tersebut. Program ini ditargetkan dapat menghasilkan karya seni audio visual yang diajukan KI untuk mendukung indikator kinerja utama (IKU) institusi. Pelatihan digital marketing dan pendampingan pembuatan konten audio visual terpilih sebagai metode dalam PKM ini. Karya seni yang dihasilkan akan diunggah melalui media sosial masing-masing guru sebagai bentuk pemanfaatan luaran Tri Dharma oleh masyarakat. Keberlanjutan program ini ditandai dengan semakin banyaknya konten-konten yang diunggah oleh mitra. Luaran dari PKM ini adalah karya seni, publikasi media masa, artikel ilmiah yang dipublikasikan melalui jurnal berkala dan forum ilmiah.

Kata Kunci: *Audio Visual, Branding, Karya Seni, Pemasaran Digital, Sekolah*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga laporan akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Karya Seni yang berjudul “**Pelatihan Digital Marketing Guru SDI Aisyiyah Jatinom Blitar Guna Penguatan Branding Sekolah**” ini diajukan untuk melengkapi dokumen pertanggungjawaban penulis sebagai penerima dana DIPA Institut Seni Indonesia Surakarta.

Tidak bisa dipungkiri, bahwa dengan melesatnya proses digitalisasi di hampir seluruh aspek kehidupan, peran media sosial dalam membangun branding sekolah menjadi semakin signifikan. Kekuatan media sosial sebagai alat komunikasi tidak dapat diabaikan, dan potensinya untuk memengaruhi persepsi, melibatkan komunitas, dan mempromosikan identitas sekolah adalah hal yang tak terbantahkan. Dengan munculnya era digital, para pendidik, khususnya di sektor sekolah swasta, terus-menerus dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan metode-metode baru dan inovatif dalam berkomunikasi dengan para *stakeholder* sekolah. Dengan mengidentifikasi kebutuhan akan inovasi ini, maka dikonsepsikanlah sebuah pelatihan pemasaran media sosial untuk guru SDI Aisyiyah Jatinom, Blitar.

Laporan pengabdian kepada masyarakat ini mengupas gambaran rinci tentang tujuan, metodologi, temuan, dan wawasan yang diperoleh dari pelatihan pemasaran media sosial yang dirancang khusus untuk guru-guru sekolah dasar. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah memberdayakan pendidik dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan potensi media sosial dalam konteks membangun *branding* sekolah. Dengan menciptakan *online presence* yang dinamis dan strategi keterlibatan yang efektif, guru-guru dapat memainkan peran kunci dalam meningkatkan visibilitas sekolah, reputasi, hingga gerakan komunitasnya.

Laporan ini akan mengulas pentingnya pemasaran media sosial bagi guru-guru sekolah dasar, kerangka kerja dan konten pelatihan, pendekatan pedagogis yang digunakan, serta hasil yang diamati melalui umpan balik peserta dan implementasi praktis. Melalui eksplorasi studi kasus, praktik terbaik, dan tren terkini dalam bidang ini,

laporan ini bertujuan untuk memberikan pandangan komprehensif tentang dampak pemasaran media sosial dalam konteks pendidikan dasar.

Laporan ini tidak akan mungkin terwujud tanpa dedikasi dan antusiasme para pendidik yang berpartisipasi dalam pelatihan ini, serta dukungan dari lembaga-lembaga dan individu-individu yang memfasilitasi program pengabdian ini. Secara khusus, penulis dan Tim PKM Karya Seni menyampaikan ucapan terima kasih mendalam kepada:

1. Dr. I Nyoman Sukerna, S.Kar., M.Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Surakarta,
2. Dr. Sunardi, S.Sn, M.Sn., selaku ketua LP2MP3M Institut Seni Indonesia, Surakarta.
3. Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia, Surakarta
4. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah berkontribusi pada kesuksesan program pengabdian ini, dan kami berharap bahwa wawasan yang terkandung di dalamnya akan menginspirasi munculnya inovasi lebih lanjut dalam bidang pendidikan dan pemasaran media sosial. Selanjutnya, penulis juga menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Kritik dan saran dari semua pihak juga kami harapkan demi kesempurnaan laporan dan pengabdian ini. Semoga tulisan ini dapat memberikan banyak manfaat bagi para pembacanya, baik dari sisi akademis maupun praktis.

Surakarta, 27 Oktober 2023

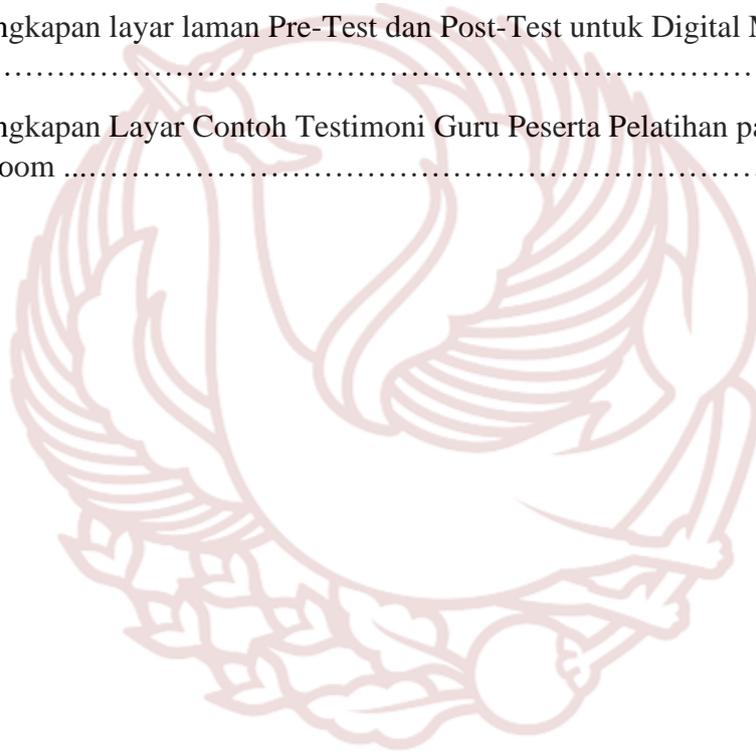
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	<i>i</i>
HALAMAN PENGESAHAN	<i>ii</i>
ABSTRAK	<i>iv</i>
KATA PENGANTAR	<i>v</i>
DAFTAR ISI	<i>vii</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>viii</i>
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Analisis Situasi	1
B. Permasalahan Mitra	4
BAB II. METODOLOGI	7
A. Solusi yang Ditawarkan	7
B. Target Luaran	9
BAB III. PELAKSANAAN PROGRAM	10
A. Persiapan dan Pelaksanaan	10
B. Proses Pendampingan	13
C. Rencana Evaluasi	14
BAB IV. PENUTUP	16
A. Kesimpulan	16
B. Saran	17
DAFTAR PUSTAKA	18
LAMPIRAN	19

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Foto Bangunan SDI Aisyiyah Jatinom	1
Gambar 2. Peta Arah Lokasi Menuju SDI Aisyiyah Jatinom, Blitar	2
Gambar 3. Kunjungan Trial Class SDI Aisyiyah Jatinom ke Taman Kanak-Kanak	3
Gambar 4. Profil Instagram SDI Aisyiyah Jatinom	6
Gambar 5. Proses pelatihan digital marketing secara luring di SDI Aisyiyah Jatinom	10
Gambar 6. Contoh sampel karya audio visual oleh Guru SDI Aisyiyah Jatinom	12
Gambar 7. Tangkapan layar laman Classroom (Digital Marketing Workshop) untuk pendampingan dan diskusi lanjut	13
Gambar 8. Tangkapan layar laman Pre-Test dan Post-Test untuk Digital Marketing Workshop	15
Gambar 9. Tangkapan Layar Contoh Testimoni Guru Peserta Pelatihan pada Laman Google Classroom	16



BAB I

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Berdiri sejak tahun 2005, SDI Aisyiyah Jatinom merupakan sebuah sekolah dasar swasta yang berbasis aspek-aspek keislaman. Dengan dasar syariat Islam sebagai pondasinya, membuat SDI Aisyiyah Jatinom memiliki banyak program keislaman, yang dengan antusias diikuti oleh seluruh peserta didiknya. Meskipun dengan peserta didik yang memiliki latar belakang keagamaan homogen, siswa SDI Aisyiyah Jatinom memiliki siswa-siswi dengan keragaman latar belakang sosial dan budaya, sehingga kurikulum yang diterapkan juga mengakomodasi adanya sejumlah perbedaan tersebut.



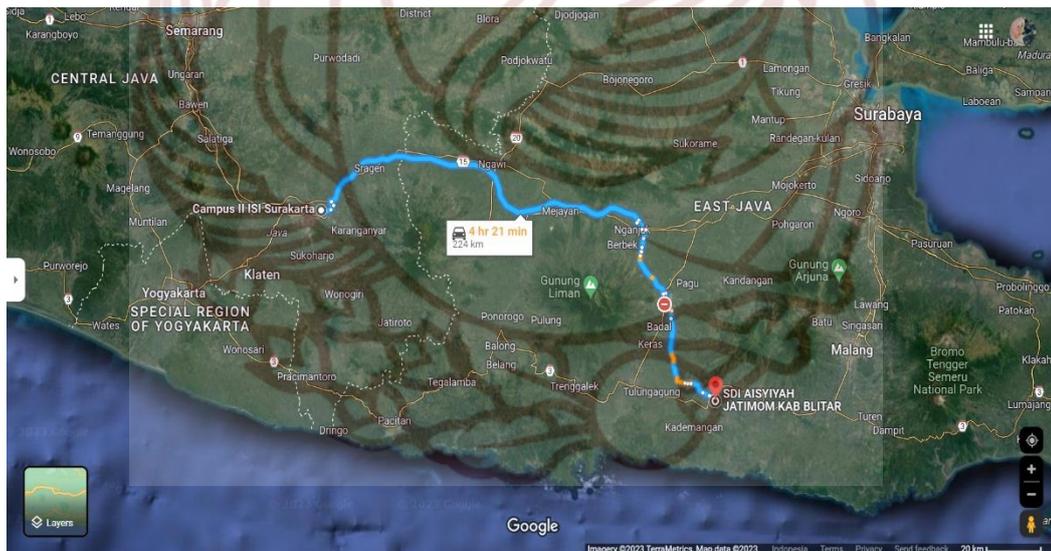
Gambar 1. Foto Bangunan SDI Aisyiyah Jatinom

SDI Aisyiyah Jatinom menjadi penyelenggara pendidikan dasar dibawah naungan Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah (Disdakmen) Muhammadiyah di wilayah Kanogoro. Dalam lingkup organisasi Muhammadiyah, tugas dan fungsi Majelis Disdakmen adalah sebagai pelaksana amal usaha, program, dan kegiatan bidang pendidikan dasar dan menengah, yang dijalankan sesuai kebijakan persyarikatan (Disdakmen PP Muhammadiyah, 2023). Oleh karena itu, SDI Aisyiyah Jatinom dihadirkan ke masyarakat untuk menumbuhkan karakter siswa melalui pembiasaan *akhlakul karimah* sekaligus mengembangkan kapasitas dan potensi kewirausahaan.

Tercatat sebagai Sekolah Dasar dengan nilai akreditasi Unggul (Nilai A), SDI Aisyiyah Jatinom mengimplementasikan model pembelajaran “*Finland Education*

System”, yang merupakan suatu praktik yang diadopsi dari negara Finlandia. Teknik pembelajaran ini lalu diintegrasikan dengan Kurikulum Merdeka dan Kurikulum Darurat, sehingga terdapat muatan *life skill education* yang dapat mencetak lulusan yang tidak hanya memiliki kecakapan secara teoritis dan literasi, namun juga benar-benar kompeten dalam praktiknya di dunia nyata. Hal ini terkandung dalam proses pembelajaran di SDI Aisyiyah Jatinom, baik dalam kegiatan intrakurikuler maupun ekstrakurikuler.

Selanjutnya, tenaga pendidik di SDI Aisyiyah Jatinom berasal dari regional Jawa Timur, yang tersebar dari wilayah Blitar dan Tulungagung. Berdasarkan hasil observasi awal tim penulis, sekolah dasar ini memiliki sejumlah sembilan guru dan sebelas tenaga kependidikan yang masih berada dalam rentang usia produktif. Hal ini menjadikan sumber daya manusia yang ada mempunyai karakter yang bersemangat dan menyukai tantangan. Para tenaga pendidik ini juga memiliki kualifikasi dan kompetensi yang sesuai dengan kurikulum yang diadopsi oleh sekolah.



Gambar 2. Peta Arah Lokasi Menuju SDI Aisyiyah Jatinom, Blitar

Ditinjau dari segi geografisnya, SDI Aisyiyah Jatinom terletak di Jl. Maluku RT 1 RW 4, Kelurahan Kuningan, Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur. Pada Gambar 2 menunjukkan bahwa lokasi tersebut berada sejauh 224 km dari Institut Seni Indonesia Surakarta, dimana tim peneliti bertugas. Lokasi ini dapat dengan mudah dijangkau dengan alat transportasi darat, baik melalui jalan bebas hambatan maupun melalui perjalanan lalu lintas biasa.

Hingga tulisan ini dibuat, SDI Aisyiyah Jatinom memiliki sebanyak 144 siswa, yang terdiri dari 70 siswa perempuan dan 74 siswa laki-laki. Angka ini tersebar merata di enam tingkat sekolah dasar di SDI Aisyiyah Jatinom. Adapun pada Tahun Ajaran 2022 jumlah siswa baru yang diterima adalah sebanyak 23 siswa. Jumlah ini relatif rendah dibandingkan rata-rata jumlah penerimaan siswa baru sekolah dasar di wilayah Jawa Timur yaitu pada angka 30 – 40 siswa (Sampurno, 2022). Hal ini dapat dikarenakan bentuk lembaga yang merupakan sekolah swasta islami yang memiliki cakupan pasar potensial yang tersegmentasi. Untuk menyasar isu tersebut, saat ini salah satu upaya yang dilakukan SDI Aisyiyah Jatinom adalah melalui agenda *trial class* (Gambar 3), dimana calon siswa baru akan diperlihatkan program belajar di SDI Aisyiyah Jatinom sehingga dapat merasakan suasana kelas yang sebenarnya ketika nanti memasuki sekolah. Melalui program ini, orang tua atau wali murid juga dapat melihat antusiasme siswa dan kecocokan karakter siswa dengan sekolah yang ingin dituju.



Gambar 3. Kunjungan Trial Class SDI Aisyiyah Jatinom ke Taman Kanak-Kanak

Meskipun demikian, berdasarkan hasil observasi dan wawancara tim peneliti, SDI Aisyiyah Jatinom saat ini belum dapat mengoptimalkan agenda pemasarannya. Walaupun telah memiliki laman web dan media sosial sekolah, *engagement* diterima masih cukup rendah. Oleh karena itu, pengusul bersama Tim PKM Karya Seni menjalankan intervensi berupa kolaborasi antara tim PKM dan sekolah untuk mengatasi permasalahan ini. Melalui luaran karya audio visual yang dihasilkan dari

kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dijalankan oleh tim kerja pengabdian, harapannya keberlangsungan dan daya saing SDI Aisyiyah Jatinom sebagai penyelenggara pendidikan dasar di wilayah Jawa Timur dapat segera teroptimalkan.

B. Permasalahan Mitra

Bagi sebuah institusi pendidikan, siswa merupakan pengguna utama (*end user*) dari layanan pendidikan yang ditawarkan sekolah. Sedangkan orang tua atau wali murid merupakan konsumen pengambil keputusan (*decision maker*) dalam proses konsumsi layanan pendidikan. Pada kasus sekolah swasta yang sepenuhnya mengandalkan modal pribadi dan tidak bergantung pada dana dari pemerintah, jumlah siswa menjadi indikator esensial dari keberhasilan institusi tersebut.

SDI Aisyiyah Jatinom merupakan sekolah dasar swasta berbasis islami yang berada di Kabupaten Blitar. Sesuai dengan namanya, sekolah ini menggunakan dasar syariat islam yang disinergikan dalam proses belajar mengajar dan kental terasa pada atmosfer sekolah. Hal ini membuat SDI Aisyiyah Jatinom memiliki pangsa pasar yang terbatas, dengan target pengguna utama adalah anak-anak usia sekolah yang menganut agama Islam. Terlebih lagi, sebagai sekolah swasta, SDI Aisyiyah Jatinom harus bersaing dengan sekolah negeri yang saat ini masih mendominasi penyelenggaraan pendidikan di Indonesia.

Hasil *pilot study* melalui wawancara dengan penyelenggara sekolah yang dilakukan tim pengabdian masyarakat menemukan, bahwa tren jumlah penerimaan siswa baru di SDI Aisyiyah Jatinom saat ini cenderung fluktuatif dan belum dapat mencapai target optimal. Tercatat penerimaan siswa baru di tahun 2022 adalah sebanyak 23 siswa. Jumlah ini menurun sekitar 23 % dibandingkan tahun sebelumnya, dimana ada 30 siswa baru yang diterima. Sementara pada tahun 2020, terdaftar ada 15 siswa baru di SDI Aisyiyah Jatinom.

Sebuah penelitian oleh Sudiwijaya dan Amalia (2021) mengungkap bahwa adanya fenomena penurunan jumlah pendaftar sekolah terjadi karena dampak pandemi, dimana orang tua siswa sempat menahan putra-putrinya untuk memasuki bangku sekolah karena wabah Covid-19. Namun, untuk kedepannya sekolah perlu mengantisipasi agar hal semacam ini tidak terlalu mengancam eksistensi dan keberlangsungan organisasinya.

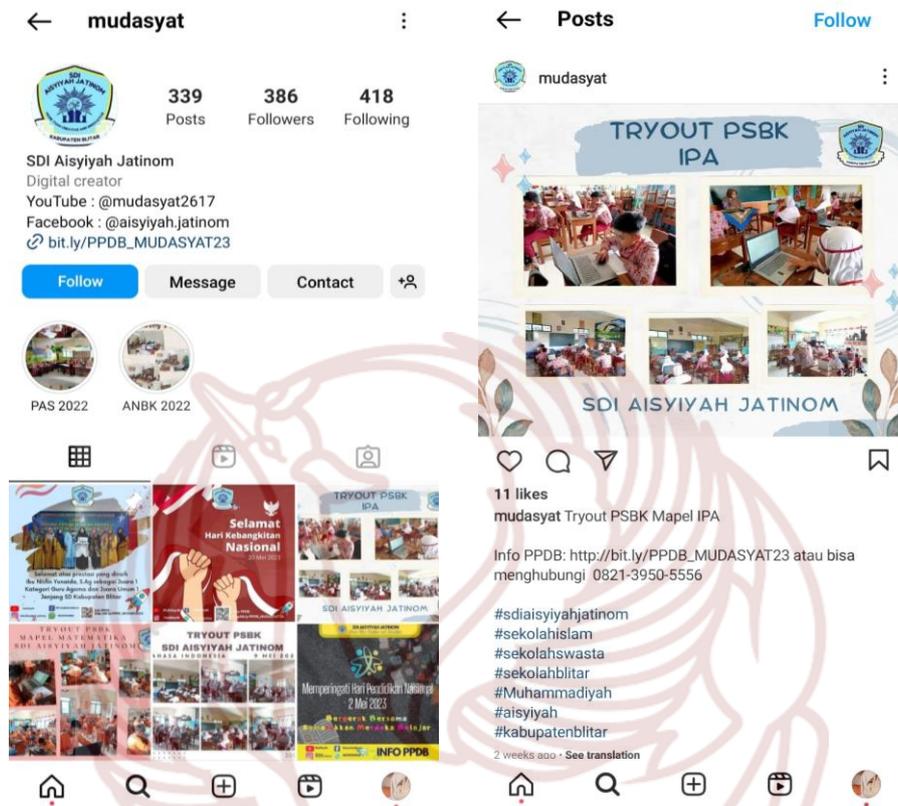
Berada di dalam entitas penyedia pendidikan swasta, menjadikan peran guru di SDI Aisyiyah Jatinom bukan lagi hanya sebagai tenaga pendidik, melainkan juga sebagai perpanjangan tangan sekolah kepada masyarakat luas, terutama calon konsumen. Maka dari itu, guru-guru di sekolah swasta saat ini menghadapi tantangan yang lebih berat. Selain harus memiliki keahlian sesuai bidang ilmunya, mereka juga perlu dibekali dengan keterampilan pemasaran. Terlebih lagi, dengan ada percepatan digital, saat ini agenda dan kampanye pemasaran semakin digalakkan pada media berbasis daring (*online platform*).

Berdasarkan observasi awal tim pengabdian, permasalahan utama yang ditemukan adalah minimnya penguasaan keterampilan *digital marketing* oleh para guru. Padahal keterampilan ini penting untuk membangun identitas bagi sekolah (Suprayogi dkk., 2022). Kampanye pemasaran dengan metode digital atau *digital marketing* merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang dapat diupayakan oleh suatu organisasi dalam meraih konsumen yang lebih luas dengan biaya yang lebih terjangkau.

Sebagai tambahan, Asih dan Kristaung (2022) menemukan bahwa praktik digital marketing melalui sosial media dapat meningkatkan daya saing sebuah *brand* (organisasi maupun individu) dan memperkuat *awareness* konsumen potensial akan keberadaan *brand* tersebut. Maka penting bagi sebuah organisasi, yang dalam hal ini adalah sekolah swasta, untuk memiliki *digital presence* yang kuat.

Digital presence atau eksistensi digital mengacu pada bagaimana suatu entitas muncul dan nampak bagi masyarakat umum secara daring. Bagi sebuah organisasi, hal ini dapat mencakup bentuk pemasaran digital, konten situs web, dan entri (*post*) di platform daring lainnya yang dapat meningkatkan kesadaran publik akan organisasi tersebut (Kromidha dan Robson, 2021). Saat ini, SDI Aisyiyah Jatinom sudah memiliki laman web dan media sosial pada platform Facebook dan Instagram. Akan tetapi, *digital presence* ini masih belum cukup kuat. Gambar 4 menyajikan tangkapan layar pada akun Instagram SDI Aisyiyah Jatinom. Meskipun sudah dibuat sejak Juli 2018, akun ini masih memiliki jumlah pengikut sebanyak 386 profil pengikut. Jumlah ini relatif rendah bagi sebuah akun Instagram bisnis yang *established* lebih dari tiga tahun. Sementara itu, eksistensi SDI Aisyiyah pada media sosial Facebook juga terhenti di tahun 2021. Lebih lanjut lagi, konten yang terdapat pada media daring

tersebut kebanyakan merupakan berupa gambar dan teks saja, sehingga jumlah *engagement* pada platform tersebut masih terbilang sedikit.



Gambar 4. Profil Instagram SDI Aisyiyah Jatinom (@mudasyat)

Dengan adanya permasalahan strategis tersebut, peningkatan kapasitas guru dalam aspek *digital marketing* menjadi sangat krusial, apalagi dengan peran guru sebagai *brand ambassador* sekolah. Selain itu, keterampilan khusus dalam pembuatan konten-konten audio visual yang menarik juga perlu untuk meningkatkan *digital presence* dari sekolah swasta. Lebih lanjut lagi, adanya persaingan di pasar pendidikan yang semakin ketat serta kebijakan pemerintah terkait pemerataan dan perluasan akses pendidikan semakin membuat keterampilan tersebut menjadi suatu kebutuhan penting yang tidak bisa diabaikan oleh lembaga penyelenggara pendidikan swasta di Indonesia.

BAB II METODOLOGI

A. Solusi yang Ditawarkan

Berdasarkan analisis tentang permasalahan yang dialami oleh mitra, pengusul kemudian memberikan solusi alternatif yang dapat mengatasi isu strategis pada mitra, yaitu SDI Aisyiyah Jatinom. Adapun solusi yang ditawarkan adalah pendampingan dalam pembuatan karya seni audio visual yang selanjutnya dapat dimanfaatkan menjadi konten *marketing campaign* serta peningkatan keahlian *digital marketing* sebagai jalur distribusi untuk karya yang telah dibuat yang dilakukan melalui pelatihan tematik. Maka, pengusul bersama dengan tim pengabdian telah memberikan pelatihan pada guru atau tenaga pendidik di lingkungan SDI Aisyiyah Jatinom.

Setelah era Marketing 4.0 yang menjadi titik awal masifnya pemasaran digital, saat ini organisasi dan pelaku bisnis telah memasuki era Marketing 5.0. Marketing 5.0 hadir untuk menjawab kemunculan Society 5.0 sehingga *core value* pada agenda pemasarannya adalah bagaimana menyeimbangkan peran teknologi dengan nilai kemanusiaan. Phillip Kotler, yang banyak dikenal sebagai “Bapak Ilmu Pemasaran” dalam buku terbarunya (2021) menjelaskan bahwa Marketing 5.0 berfokus pada penciptaan *customer experience*.

Customer Experience merupakan suatu pengalaman yang didapatkan audiens atau target pasar saat berinteraksi atau bertransaksi dengan suatu *brand* (Hoyer dkk., 2021). Mengadopsi konsep tersebut, *output* dari pelatihan ini berfokus untuk menjadikan konsumen potensial dan penikmat konten sebagai pusat perhatian dari *customer experience* yang telah dirancang melalui karya audio visual. SDI Aisyiyah Jatinom memiliki banyak agenda intrakurikuler dan ekstrakurikuler yang berkualitas dan sarat budaya, yang dapat dijadikan modal sebagai bahan pembuatan karya audio visual. Selanjutnya, untuk menyebarkan hasil karya tersebut, guru-guru sebagai pelaksana pembelajaran sekaligus perpanjangan tangan sekolah menjadi subyek yang menjalankan distribusi karya tersebut dengan pendampingan dari tim pengabdian. Selain melalui proses transfer ilmu dari pakar perguruan tinggi kepada mitra, sebuah modul

komprehensif tentang pembuatan karya audio visual dan strategi digital marketing juga telah diberikan melalui kelas virtual kepada SDI Aisyiyah Jatinom sebagai *blue print* atau panduan untuk menjalankan kegiatan-kegiatan pemasaran bagi sekolah di masa mendatang.

Adapun terkait agenda pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi pelatihan perancangan dan produksi konten, manajemen media sosial, serta pendampingan pada praktek pembuatan karya seni dengan menyisipkan estetika fotografi dan videografi. Pada perancangan dan produksi konten, mencakup proses merencanakan, membuat, dan membagikan konten yang menarik, relevan, dan interaktif di platform media sosial. Proses ini bertujuan untuk membangun *online presence* yang kuat, membangun hubungan dengan audiens, dan mencapai tujuan bisnis melalui platform media sosial. Pada pelatihan ini, para guru dan pengelola media sosial sekolah bersinergi melalui praktek pembuatan dan kurasi UCG (*user generated content*).

Berikutnya, pada sesi manajemen media sosial, berisikan praktik perencanaan, pengelolaan, dan pengoptimalan kehadiran dan interaksi di laman Instagram sekolah. Sesi ini meliputi serangkaian tindakan untuk mencapai tujuan bisnis, seperti meningkatkan kesadaran merek, keterlibatan pelanggan, lalu lintas situs web, atau konversi bisnis. Pada sesi terakhir, pengusul dan tim kemudian melakukan pendampingan pada praktik pembuatan konten audio visual itu sendiri. Pembuatan karya seni dengan menyisipkan estetika fotografi dan videografi ini merupakan pendekatan kreatif yang menggabungkan elemen-elemen visual dari fotografi dan grafis bergerak dari videografi untuk menciptakan karya seni yang unik.

Setelah serangkaian tahapan pelatihan tersebut dijalankan, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital para guru, menguatkan kolaborasi, serta mengokohkan posisi sekolah di mata masyarakat umum bukan hanya setelah pelatihan, namun dapat dijaga keberlangsungan secara jangka panjang. Dengan demikina, maka pelatihan ini dapat memberikan andil positif dalam mendukung transformasi digital demi keberlangsungan pendidikan nasional.

B. Target Luaran

Melalui serangkaian program yang dijalankan pada Pengabdian kepada Masyarakat ini, terdapat sejumlah luaran yang ditargetkan. Luaran yang pertama merupakan presentasi hasil PKM Karya Seni. Adapun hasil PKM Karya Seni ini telah ditampilkan pada Pameran dan Seminar Hasil Penelitian dan PKM Tahun 2023. Luaran berikutnya yang ditargetkan berupa tulisan ilmiah yang diajukan pada Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (*Indonesian Journal of Community Engagement*) dengan Nomor ISSN (*print*) 2460-9447 atau ISSN (*online*) 2541-5883, yang merupakan jurnal ilmiah multidisiplin yang diterbitkan oleh Direktorat Pengabdian Masyarakat Universitas Gadjah Mada.

Selanjutnya, untuk hasil karya audio visual didaftarkan pada lembaga HAKI guna mendukung indikator kinerja utama (IKU) perguruan tinggi di Institut Seni Indonesia Surakarta. Hak Kekayaan Intelektual dapat meningkatkan kredibilitas dan citra lembaga penelitian dan perguruan tinggi, serta berpotensi meningkatkan kewirausahaan bagi peneliti dan institusinya. Selain itu, pengusul bersama tim telah mempublikasikan sebuah *press release* bagi kegiatan PKM Karya Seni yang dimuat pada media massa Kompasiana, pada tanggal 18 September 2023.

Seluruh agenda pada PkM Karya Seni ini didesain untuk dapat memberikan solusi alternatif bagi sekolah dasar swasta dalam rangka menguatkan keberadaannya di benak masyarakat umum sehingga dapat menarik calon konsumen potensial. Selain itu, diharapkan melalui kegiatan ini daya saing sekolah swasta dapat semakin kuat untuk dapat berkompetisi merebutkan pangsa pasar di dunia layanan pendidikan di Indonesia.

BAB III

PELAKSANAAN PROGRAM

A. Persiapan dan Pelaksanaan

Program pelatihan digital marketing untuk guru SDI Aisyiyah Jatinom, Blitar, telah diinisiasi dalam rangka menjawab permasalahan mitra dalam hal penguatan *branding* sekolah. Pelatihan ini bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital kepada guru-guru, sehingga mereka dapat berperan aktif dalam meningkatkan *image* dan reputasi sekolah. Program ini diawali dengan tahap persiapan yang melibatkan diskusi antara pihak sekolah dengan Tim PkM Karya Seni untuk kembali memetakan permasalahan, menentukan solusi dan memfokuskan tujuan pelatihan.

Seluruh anggota tim juga mempersiapkan segala kelengkapan dan kebutuhan yang diperlukan selama masa pelatihan. Anggota tim dari pihak dosen membuat materi yang disampaikan serta menyusun matriks penilaian untuk mengukur dampak pelatihan bagi para peserta. Sementara anggota tim mahasiswa merancang dan mengumpulkan kelengkapan terkait dokumentasi serta pelaksanaan sesi praktikum. Seluruh anggota tim juga memastikan bahwa semua sumber daya yang diperlukan dapat diakses saat sesi pelatihan berlangsung.



Gambar 5. Proses pelatihan digital marketing secara luring di SDI Aisyiyah Jatinom

Program inti pelatihan dijadwalkan pada tanggal 15-17 September 2023, dimana Tim PkM Karya Seni mengunjungi SDI Aisyiyah Jatinom untuk

melaksanakan pelatihan secara luring. Tim PkM telah mengintegrasikan serangkaian topik yang relevan dan beragam untuk memastikan guru-guru memahami dan menguasai pemasaran digital secara komprehensif. Adapun materi pelatihan luring ini meliputi pelatihan tentang pengantar *digital marketing*, *value branding*, media sosial, dasar produksi audio visual, perancangan konten audio visual, penulisan pers rilis, praktik penulisan *caption* media sosial, dan praktik produksi konten audio visual. Rincian dari setiap materi tersebut dipaparkan sebagai berikut:

- Pengantar *Digital Marketing*

Materi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar tentang apa itu digital marketing, mengapa hal ini penting, serta bagaimana pemasaran digital berperan dalam membangun citra sekolah. Guru-guru diperkenalkan dengan konsep-konsep utama seperti SEO, *Content Marketing*, *E-Commerce*, dan strategi pemasaran *online* lainnya.

- Media Sosial

Materi ini berfokus pada pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat utama dalam pemasaran digital. Peserta diajak untuk menyelami berbagai platform media sosial yang relevan dan bagaimana mengelola akun sekolah secara efektif, termasuk penggunaan strategi posting dan peningkatan *engagement* melalui interaksi dengan audiens.

- *Value Branding*

Pada materi ini, guru-guru diajarkan tentang pentingnya memahami nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh sekolah kepada masyarakat. Materi ini mencakup pengenalan konsep branding, hingga bagaimana guru-guru dapat menguatkan *branding* sekolah. Para guru juga secara interaktif diajak untuk mengidentifikasi aspek apa saja yang menarik untuk dijadikan konten yang dapat meningkatkan visibilitas sekolah.

- Dasar Produksi Audio Visual

Sesi ini memberikan pengenalan dasar tentang produksi audio visual, termasuk penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak yang diperlukan untuk menghasilkan konten multimedia berkualitas.

- Perancangan Konten Audio Visual

- Guru-guru diajarkan cara merancang konten audio visual yang menarik, informatif, dan sesuai dengan pesan branding sekolah. Ini melibatkan penentuan ide, skrip, pengambilan gambar, dan penyuntingan video dasar.
- Penulisan Pers Rilis
Pada sesi ini, presenter memberikan pemahaman tentang pentingnya pers rilis dalam mengkomunikasikan prestasi dan berita sekolah kepada media. Guru-guru mempelajari cara menulis pers rilis yang efektif dan menarik perhatian media lokal.
- Praktik Penulisan *Caption* Media Sosial
Selain penulisan pers rilis, peserta pelatihan juga diajari bagaimana menulis *caption* pada sebuah postingan. Guru-guru berlatih menulis *caption* media sosial yang menarik, singkat, dan menggugah minat, sesuai dengan konten yang dibagikan.
- Praktik Produksi Konten Audio Visual
Dalam sesi ini, guru-guru berpartisipasi dalam praktik nyata produksi konten audio visual. Sebagian besar peserta aktif berpartisipasi dalam membuat video pendek, *podcast*, atau materi multimedia lainnya untuk mengkomunikasikan pesan sekolah sambil membantu menguatkan branding sekolah melalui konten tersebut.



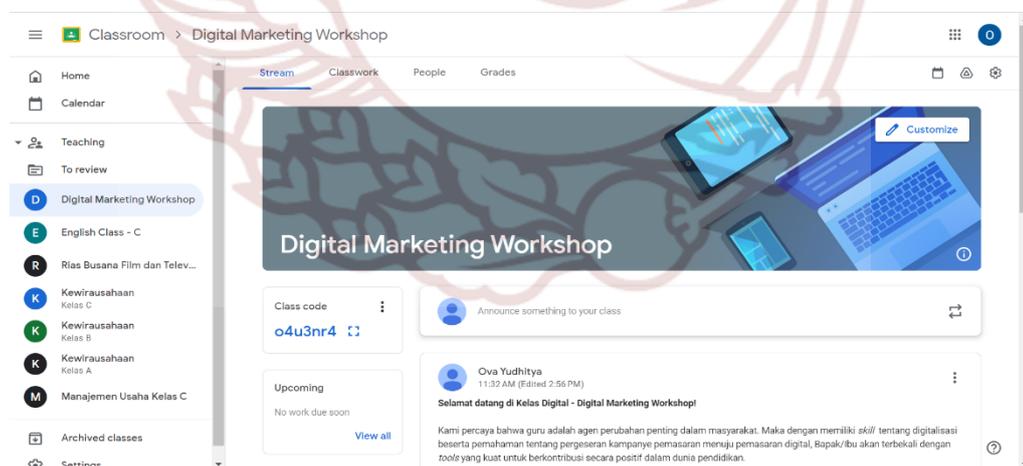
Gambar 6. Contoh sampel karya audio visual oleh Guru SDI Aisyiyah Jatinom

Masing-masing topik di atas diajarkan melalui metode presentasi, diskusi interaktif, serta sesi praktek langsung. Tujuannya adalah agar guru-guru tidak hanya memahami konsep-konsep ini secara teoritis, tetapi juga dapat mengaplikasikannya secara praktis dalam upaya memperkuat branding sekolah.

Selama pelatihan, guru-guru juga diberi kesempatan untuk menerapkan pengetahuan yang telah mereka pelajari. Mereka diminta untuk membuat karya berupa konten digital promosi sekolah dan mengelola media sosial sekolah dengan bimbingan dan pendampingan dari Tim PkM.

B. Proses Pendampingan

Sebagai bagian integral dari program pelatihan digital marketing untuk guru SDI Aisyiyah Jatinom, Tim PkM memahami bahwa proses pembelajaran berkelanjutan dan penerapan praktik-praktik yang telah dipelajari adalah kunci dari keberhasilan suatu agenda pengabdian. Oleh karena itu, pengusul mengintegrasikan proses pendampingan yang melibatkan pemberian tugas, pemantauan, diskusi, dan kolaborasi melalui kelas virtual melalui *Google Classroom* untuk mendukung guru-guru dalam menerapkan konsep-konsep yang telah dipelajari.



Gambar 7. Tangkapan layar laman Classroom (Digital Marketing Workshop) untuk pendampingan dan diskusi lanjut

Setelah guru-guru menyelesaikan sesi pelatihan, mereka selanjutnya diberikan tugas praktis yang relevan dengan materi pelatihan. Tugas-tugas ini dirancang untuk

menguji pemahaman dan mendorong para guru untuk menerapkan konsep-konsep dalam konteks praktis. Tugas-tugas yang diberikan berupa pembuatan konten digital, analisis data media sosial, hingga pengelolaan akun media sosial sekolah.

Selain itu, tim PkM melakukan pemantauan terhadap perkembangan guru dalam menyelesaikan tugas mereka, dimana tim memeriksa progress peserta dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang telah disampaikan. Anggota tim yang bertugas juga memberikan umpan balik terkait tugas para guru, memberikan motivasi, serta bimbingan tambahan jika diperlukan.

Kelas virtual ini selanjutnya digunakan sebagai platform untuk berdiskusi dan berkolaborasi, baik antar guru maupun antara guru dan tim PkM. Kelas ini dapat dimanfaatkan untuk berbagi pengalaman, strategi, dan tantangan yang dihadapi dalam menerapkan pemasaran digital di SDI Aisyiyah Jatinom. Diskusi ini memungkinkan para peserta untuk belajar satu sama lain dan memnatik pertukaran ide serta alternatif solusi yang bermanfaat.

C. Proses Evaluasi

Dalam proses pelaksanaan program pelatihan digital marketing untuk guru SDI Aisyiyah Jatinom Blitar, pengusul bersama tim mengintegrasikan sistem evaluasi yang komprehensif untuk mengukur pemahaman dan kemampuan guru-guru dalam menerapkan konsep-konsep yang telah diajarkan. Salah satu komponen penting dalam sistem evaluasi ini adalah pretest dan post-test, yang dirinci sebagai berikut:

- Pretest (Uji Awal)

Sebelum dimulainya pelatihan, semua peserta diharuskan untuk mengikuti pretest. Pretest dibagikan kepada peserta diawal pelatihan luring melalui link dan *barcode*. Peserta diarahkan dan dipandu untuk mengisi pretest tersebut hingga selesai. Pretest ini merupakan tes evaluasi yang dirancang untuk mengukur pemahaman awal guru-guru tentang pemasaran digital dan branding sekolah. Tujuannya adalah untuk menilai tingkat pengetahuan mereka sebelum terlibat dalam program pelatihan.

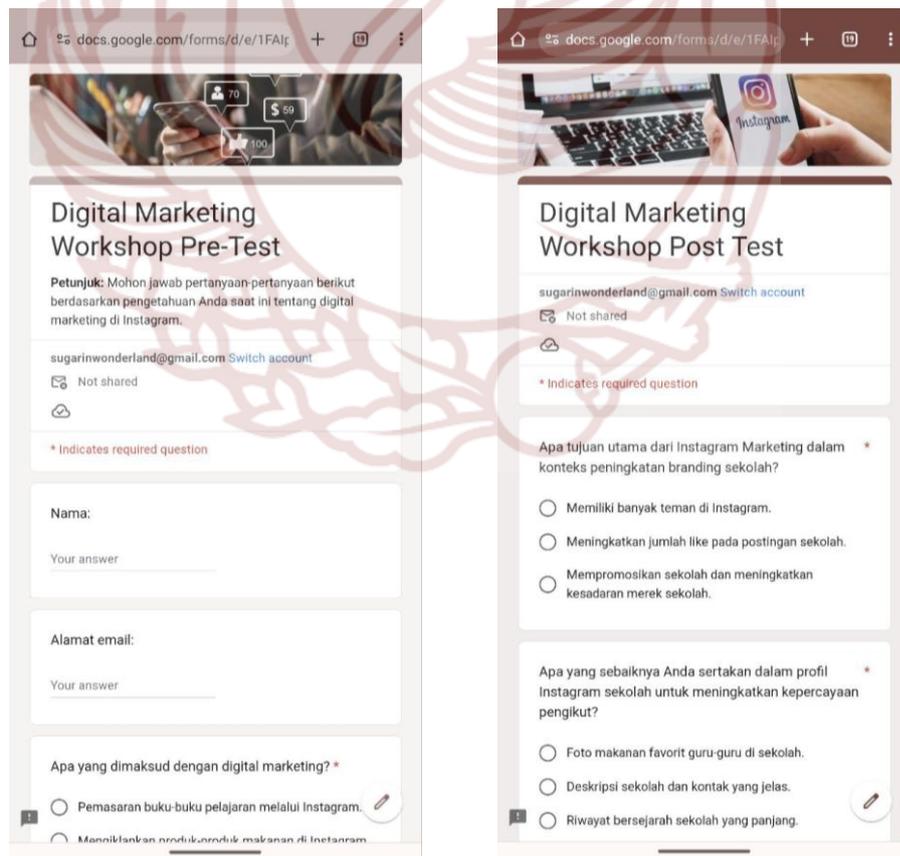
Komponen pretest mencakup berbagai pertanyaan dan latihan singkat yang mencerminkan topik-topik utama yang diajarkan selama pelatihan, seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten digital, dan strategi pemasaran

online. Pertanyaan pretest terbagi menjadi dua bagian dengan metrik pengukuran masing-masing. Melalui pretest tersebut, tim berharap untuk dapat menilai kemajuan yang telah dicapai setiap peserta setelah selesai pelatihan.

○ Post-test (Uji Akhir)

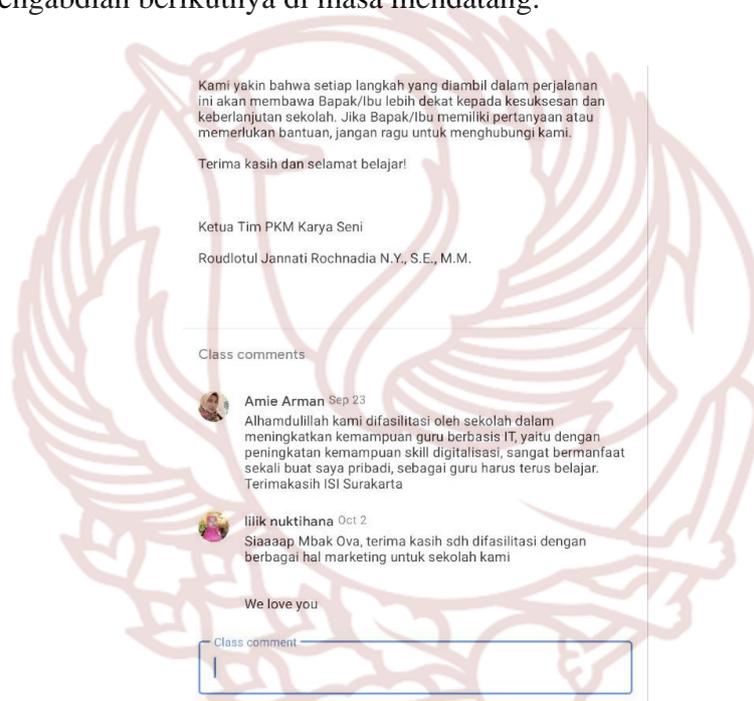
Setelah guru-guru menyelesaikan keseluruhan program pelatihan, selanjutnya adalah mengikuti post-test. Post-test adalah tes evaluasi yang serupa dengan pretest, akan tetapi untuk mengukur pemahaman dan peningkatan pengetahuan mereka setelah mengikuti pelatihan. Tujuannya adalah untuk menilai sejauh mana peserta telah memahami dan mengaplikasikan materi pelatihan dalam konteks pemasaran digital dan branding sekolah.

Komponen post-test mencakup pertanyaan, studi kasus, dan tugas yang menguji pemahaman tentang penggunaan media sosial, pembuatan konten digital, strategi pemasaran online, serta konsep-konsep branding yang telah diajarkan selama pelatihan.



Gambar 8. Tangkapan layar laman Pre-Test dan Post-Test untuk Digital Marketing Workshop

Dengan menggabungkan pretest dan post-test dalam sistem evaluasi, kami dapat memastikan bahwa program pelatihan kami memberikan manfaat yang konkret kepada guru-guru dalam hal pemahaman pemasaran digital dan keterampilan guru dalam membantu meningkatkan *branding* sekolah. Lebih lanjut lagi, selain sebagai evaluasi program, adanya pretest dan post test bertujuan untuk mengukur kemajuan tiap individu serta penyesuaian materi rekomendasi dan *sustainability strategy*. Progress evaluasi selanjutnya adalah dengan mengumpulkan testimoni kepuasan peserta. Pengusul dan Tim PKM mengambil testimoni ini untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) bermanfaat dalam peningkatan mutu program pelatihan maupun program pengabdian berikutnya di masa mendatang.



Gambar 9. Tangkapan Layar Contoh Testimoni Guru Peserta Pelatihan pada Laman Google Classroom

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Seluruh rangkaian pelatihan digital marketing untuk guru SDI Aisyiyah Jatinom, Blitar, telah berhasil dijalankan dalam upaya memperkuat *branding* sekolah. Melalui persiapan, pelaksanaan, dan proses pendampingan, tim PKM telah menjalankan tugas dalam memberikan pemahaman dan keterampilan yang krusial kepada guru-guru untuk mengambil peran aktif dalam pemasaran digital sekolah.

Selama pelatihan, para guru telah belajar tentang konsep-konsep dasar pemasaran digital, strategi pemasaran online, pengelolaan media sosial, dan pembuatan konten digital. Para guru juga telah berpartisipasi dalam praktik-produksi konten audio visual, serta melakukan tugas praktis yang mendukung penerapan konsep yang telah dipelajari.

Proses pendampingan yang dilaksanakan juga telah membantu menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik, memastikan bahwa para guru tidak hanya memahami konsep-konsep digital marketing, tetapi juga dapat mengimplementasikannya secara efektif dalam upaya meningkatkan *branding* sekolah secara berkesinambungan, sehingga selanjutnya guru-guru dapat menjadi lebih percaya diri dan kompeten dalam memanfaatkan pemasaran digital untuk kebaikan sekolah dalam jangka panjang.

Akhirnya, program pelatihan digital marketing bagi guru SDI Aisyiyah Jatinom ini menjadi satu langkah penting dalam mengokohkan *branding* sekolah. Melalui persiapan yang matang, pelaksanaan yang intensif, dan pelaksanaan evaluasi yang cermat, penulis dan Tim PKM Karya Seni berharap bahwa guru-guru mampu menjadi agen perubahan dalam membangun reputasi baik sekolah dan menciptakan dampak positif dalam pendidikan di Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan rangkaian program pelatihan digital marketing yang telah dijalankan untuk guru SDI Aisyiyah Jatinom, Blitar, penulis merumuskan beberapa saran yang relevan bagi akademisi, praktisi, dan LP2MP3MP sebagai lembaga pemberi dana hibah pengabdian.

Program PKM Karya Seni ini menyoroti kebutuhan akan pengembangan keterampilan seni dan digital di kalangan guru sekolah dasar. Oleh karena itu, akademisi perlu memperhatikan peran penting yang dimainkan oleh guru dalam menghadapi tantangan digital saat ini. Di masa depan, akademisi dapat menyediakan pelatihan reguler yang komprehensif sebagai tindak lanjut.

Selain itu, program ini memanfaatkan kolaborasi yang kuat antara akademisi dan praktisi dalam pengembangan dan pelaksanaan program. Adanya sinergi ini dapat digalakkan secara lebih luas, agar akademisi dan praktisi dapat saling belajar dan berkembang dengan bekerja bersama dalam program-program semacam ini.

Lebih jauh lagi, PKM Karya Seni ini menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat berkontribusi positif pada pendidikan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan lain di masa mendatang dapat pula mempertimbangkan penggunaan teknologi dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan. Program ini juga bisa menjadi sebuah referensi bagaimana melibatkan komunitas dalam dunia pendidikan. Mengikutsertakan orang tua, siswa, dan anggota komunitas lainnya dalam upaya *branding* lembaga pendidikan dapat memperkuat hubungan dan dukungan bagi lembaga tersebut dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Asih, R. R. D., & Kristaung, R. (2022). Perancangan Komunikasi Pemasaran Digital melalui Media Sosial di Era Industri 4.0 di Sekolah Cordova. *Dirkantara Indonesia*, 1(1), 31-36.
- Hoyer, W. D., Kroschke, M., Schmitt, B., Kraume, K., & Shankar, V. (2020). Transforming the customer experience through new technologies. *Journal of interactive marketing*, 51(1), 57-71.
- Kartajaya, H., Setiawan, I., & Kotler, P. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Kromidha, E., & Robson, P. J. (2021). The role of digital presence and investment network signals on the internationalisation of small firms. *International Small Business Journal*, 39(2), 109-129.
- Sudiwijaya, E., & Amalia, A. (2021). Pendampingan Promosi Digital SMA Muhammadiyah Piyungan untuk Meningkatkan Jumlah Pendaftar di Masa Pandemi Covid 19. *Warta LPM*, 24(2), 217-229.
- Suprayogi, S., Permatasari, B., Puspita, D., Prasetyo, L., & Ahmad, S. (2022) EVERY WORD MATTERS: MEMBANGUN SCHOOL BRANDING MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING. *Al-Mu'awanah – Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol 3, No 1. 169-175
- Disdakmen PP Muhammadiyah. (2023). Tugas dan Fungsi. Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah Muhammadiyah. <https://dikdasmenppmuhammadiyah.org/tugas-fungsi/#:~:text=Tugas%20dan%20Fungsi%20Majelis%20Dikdasmen,rangka%20mencerdaskan%20kehidupan%20umat%20manusia>. , diakses pada 22 Mei 2023
- Sampurno, Mardi. (2022). Jumlah Murid Baru SD Negeri Menurun. Jawa Pos. <https://radarmalang.jawapos.com/pendidikan/26/08/2022/jumlah-murid-baru-sd-menurun/> , diakses pada 22 Mei 2023

LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Lokasi Wilayah Mitra

