

Optimalisasi Media Sosial untuk Eksistensi SD Muhammadiyah Sirojudin dalam Penerimaan Peserta Didik Baru

Ari Suryawan ✉ Akhmad Khoirul Umam, Aditya Dwi Prasetyo, Muhammad Rizki Aditya Pranata, Bangkit Hadi Setyawan, Fendy Ahmady
Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

✉ ari.surya_88@ummgl.ac.id

🌐 <https://doi.org/10.31603/ce.v5i2.3884>

Abstrak

SD Muhammadiyah Sirojudin adalah sekolah yang memiliki fasilitas terbilang cukup lengkap dan memadai. SD Muhammadiyah Sirojudin juga dilengkapi dengan fasilitas yang modern salah satunya adalah laboratorium komputer. Hal tersebut seharusnya menjadikan SD Muhammadiyah Sirojudin dapat dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya masyarakat sekitar. Dalam hal promosi, kegiatan yang dilakukan baru melalui kegiatan sekolah, menyebar brosur, mengikutsertakan siswa dalam lomba-lomba, memberikan pelayanan yang baik pada siswa dan orang tua, cerita dari mulut ke mulut (*word of mouth*), mengadakan bakti sosial. Hal ini menyebabkan kurang maksimalnya dalam kegiatan promosi sekolah dalam menarik minat masyarakat pada umumnya dan calon peserta didik pada khususnya di era 4.0. Untuk mengatasi masalah tersebut kami menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Pelatihan tersebut meliputi pelatihan pembuatan desain *flyer* dan *branding* sekolah. Pelatihan tersebut ditujukan untuk membekali guru di SD Muhammadiyah Sirojudin dalam mendesain *flyer* promosi sekolah secara mandiri dalam optimalisasi media sosial. Dengan adanya *branding* sekolah yang dikelola dengan baik, maka sekolah akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Pengolahan *branding* yang lebih modern, kreatif, inovatif dan efisien, dapat meningkatkan jangkauan *branding* sekolah dan penerimaan peserta didik baru melalui media sosial. Kedepannya perlu di bentuk tim khusus untuk menjalankan program *branding* sekolah.

Kata Kunci: Media sosial, Eksistensi, PPDB

1. Pendahuluan

SD Muhammadiyah Sirojudin adalah salah satu sekolah di bawah naungan Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Magelang yang memiliki fasilitas terbilang cukup lengkap dan memadai. SD Muhammadiyah Sirojudin telah terakreditasi A. Sekolah ini tersebut juga terletak di tengah pemukiman masyarakat dan memiliki suasana yang nyaman untuk proses pembelajaran dan berada di jalur strategis Kabupaten Magelang. Sekolah ini juga memiliki banyak prestasi baik akademik dan non akademik yang jumlahnya meningkat dari waktu ke waktu. Hal tersebut seharusnya menjadikan SD Muhammadiyah Sirojudin dapat dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya masyarakat sekitar, akan tetapi dalam mempromosikan sekolah, masih menggunakan cara yang konvensional seperti melalui kegiatan sekolah, menyebar brosur, mengikutsertakan siswa dalam lomba-lomba, memberikan pelayanan yang baik pada siswa dan orang tua melalui cerita dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Lembaga pendidikan sebagai produsen jasa pendidikan dahulu hanya dipandang sebagai *seller's market*, calon peserta didik berlomba mendaftar ke sekolah tanpa banyak persaingan dengan lembaga pendidikan yang lain (Abrori, 2015).

Hal ini menyebabkan kurang maksimalnya dalam kegiatan promosi sekolah dalam menarik minat masyarakat pada umumnya dan calon peserta didik pada khususnya di era globalisasi seperti saat ini era 4.0. Oleh sebab itu diperlukan sebuah strategi pemasaran kegiatan sekolah melalui media sosial agar dikenal lebih meluas. Tujuan strategi pemasaran sekolah untuk meyakinkan masyarakat dan pelanggan pendidikan akan keberadaan dan ketersediaan jasa yang relevan dengan kebutuhan mereka (Tius & Margareta, 2018). Jumlah populasi negara Indonesia sebanyak 256,4 juta orang, sebanyak 130 juta orang atau sekitar 49 persen diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial. Seiring dengan perkembangan zaman perlu dilakukan strategi promosi sekolah yang memanfaatkan teknologi seperti *Youtube* dan *instagram*. *Instagram* tidak hanya digunakan sebagai sarana pemenuh kebutuhan hiburan saja, tetapi juga sebagai media sosial yang mempunyai peluang besar untuk melakukan kegiatan bisnis, menyusul kesuksesannya sebagai media sosial yang diminati oleh pengguna (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

SD Muhammadiyah Sirojuddin secara infrastruktur telah memiliki perangkat yang memadai dalam penggunaan media sosial dalam upaya penyebaran informasi kepada masyarakat. Secara umum kendala yang dihadapi oleh pengelola sekolah adalah kurangnya operator atau admin yang mengelola media sosial tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Berthon, Pitt, Plangger & Shapiro (2012) dimana kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang memahami bidang teknologi informasi dan komunikasi.

Banyaknya guru bantu serta letak yang terdapat di tengah pemukiman masyarakat, diharapkan adanya kesadaran dari kepala sekolah untuk melihat peluang dan mampu memanfaatkan potensi yang dimiliki sekolah demi tercapainya pertumbuhan ekonomi sekolah guna membantu guru bantu dalam meningkatkan kesejahteraan hidup. Untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi sekolah tersebut harus ada pemikiran ide yang penuh inovasi dan kreativitas. Dua hal tersebut adalah salah satu kunci utama untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang diharapkan. Dilihat dari keadaan sekolah tersebut yang sudah mempunyai teknologi dan banyak sumber daya guru tetapi belum bisa memanfaatkannya. Hal itu terjadi karena minimnya pengetahuan dan kreativitas sumber daya guru dalam pemanfaatan teknologi untuk mempromosikan atau *mem-branding* sekolah.

2. Metode

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu di SD Muhammadiyah Sirojuddin ini dengan melakukan pelatihan kepada guru dalam pengelolaan Media Sosial berupa *youtube* dan *instagram* dengan kegiatan *participatory* selama 4 bulan. Kegiatan ini dilakukan selama 32 jam dalam 8 pertemuan. Pelaksanaan kegiatan meliputi pelatihan pembuatan video profil sekolah di kanal *Youtube official* sekolah, pembuatan *flyer* kegiatan sekolah di *instagram*.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan PPMT di SD Muhammadiyah Sirojuddin dimulai sejak bulan Maret 2020 hingga Juni 2020. Kegiatan diawali dengan koordinasi penyelenggaraan kegiatan PPMT dengan pihak SD Muhammadiyah Sirojuddin (Gambar 1). Tujuan dari

dilakukannya koordinasi yaitu untuk menentukan waktu sosialisasi dan pelatihan kepada mitra tentang kegiatan PPMT.



Gambar 1. Koordinasi penentuan waktu sosialisasi dan pelatihan

Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan pembuatan flyer oleh admin sekolah untuk membantu Promosi SD Muhammadiyah Sirojuddin (Gambar 2). Flyer dibuat secara bertahap sesuai dengan kegiatan sekolah dan peringatan monumental yang kontekstual dan relevan dengan visi misi sekolah serta permintaan khusus pihak SD Muhammadiyah Sirojuddin. Flyer tersebut selanjutnya diunggah di sosial media oleh pihak SD Muhammadiyah Sirojuddin baik di Instagram, web, maupun dibagikan pada Whatsapp group orang tua untuk dijadikan story. Kegiatan pelatihan ini juga sekaligus menganalisis jangkauan media sosial dan sasaran pasar yang akan dituju untuk mengenalkan SD Muhammadiyah Sirojuddin ke masyarakat. Indikator sederhana adalah capaian followers di setiap akun media sosial sekolah yang dikelola secara resmi.



Gambar 2. Desain Flyer untuk promosi SD

Kegiatan kedua adalah ketua pelaksana beserta para anggota lain memberikan sosialisasi pentingnya Branding Sekolah dan pelatihan desain flyer (Gambar 3). Sosialisasi pentingnya Branding Sekolah dan pelatihan desain flyer dilaksanakan selama 2 hari. Sosialisasi dan pelatihan tersebut diikuti oleh 15 guru SD Muhammadiyah Sirojuddin. Secara khusus kegiatan ini dimaksudkan untuk membantu kesadaran yang menyeluruh dan memantau media sosial sekolah sebagai dasar inovasi kegiatan yang akan dilakukan mitra kedepannya. Diharapkan dengan adanya sosialisasi dan pelatihan

tersebut guru guru SD Muhammadiyah Sirojuddin dapat secara mandiri mendesain *Flyer* Promosi sekolah dan juga bisa memantau perkembangan sekolah rival.



Gambar 3. Sosialisasi dan pelatihan desain flyer

Kegiatan ketiga ini dilakukan untuk menganalisis penambahan pengikut di setiap media sosial dan analisis komentar serta jumlah yang memberikan tanda *like* atau *dislike* kemudian dianalisis dan dilaporkan kepada kepala sekolah untuk diambil kebijakan selanjutnya dari hasil kegiatan PPMT di SD Muhammadiyah Sirojuddin (Gambar 4).



Gambar 4. Proses analisis media sosial

4. Kesimpulan

SD Muhammadiyah Sirojuddin adalah sekolah yang memiliki potensi berkembang yang bagus. Fasilitas yang ada di SD Muhammadiyah Sirojuddin terbilang cukup lengkap dan memadai. Sekolah tersebut juga terletak di tengah pemukiman masyarakat dan memiliki suasana yang bagus. Dengan adanya branding Sekolah yang dikelola dengan baik maka sekolah akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Pengolahan Branding sekolah yang lebih modern, kreatif, inovatif dan efisien, telah meningkatkan jangkauan Branding sekolah dan mengakibatkan penerimaan peserta didik baru yang di share melalui media sosial telah menunjukkan proses penerimaan peserta didik baru di SD Muhammadiyah Sirojuddin melebihi target dari waktu yang telah ditentukan.

SD Muhammadiyah Sirojuddin memiliki potensi untuk bersaing menjadi sekolah terbaik dengan sekolah yang lain, maka perlu di bentuk tim khusus untuk menjalankan program Branding sekolah. Tim tersebut nantinya akan fokus berkerja untuk menangani Branding sekolah. Dengan dibentuknya Tim Branding sekolah tersebut diharapkan Branding sekolah akan lebih efektif, kreatif dan tepat sasaran kepada masyarakat yang akan dituju. Selain itu, dibentuk tim khusus dalam memantau sosial media sekolah rival untuk selalu berinovasi agar tidak tertinggal dengan sekolah lain yang juga berkembang secara pesat.

Daftar Pustaka

- Abrori, M. (2015). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Pg/Tk Samarinda. *Jurnal Syamil*, 3(2), 227–245.
- Berthon, P., Pitt, L., Plangger, K., & Shapiro, D. (2012). *Marketing Meets Web 2.0, Social Media, and Creative Consumers: Implications for International Marketing Strategy*. Business Horizons.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1).
- Tius, R., & Margareta, E. (2018). Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5, 1-14.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
