

PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA BRANDING SEKOLAH

Matin¹, Siti Zulaikha², Dimas Kurnia Robby³, Putri Novira Ariyanti⁴, Abrar Adzkia Ahmad⁵

^{1,2,3,4,5}Department Educational Management, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

^{1,2,3,4,5}matin@unj.ac.id, siti-zulaikha@unj.ac.id, dimaskurnia@unj.ac.id,
putrinoviraariyanti_1103621048@mhs.unj.ac.id, abraradzkaaahmad_1103621025@mhs.unj.ac.id

Abstract

The Digital Marketing Training as a School Branding Media in Klari, Karawang, has had a positive impact on improving the competence of Madrasah Principals, Deputy Principals, and teachers who are participants. This activity succeeded in achieving its main goal, which is to help educators understand and implement school branding strategies through digital media, which is essential to improve the image and visibility of their schools in the digital era. The main supporting factors for the success of this training include the full support of the Mahad AL Istiqlal Foundation, the active involvement of participants, and the quality of interactive and relevant training materials and methods. However, some participants felt that the duration of the training was still insufficient to delve deeper into the concepts presented. Based on the results of the training evaluation, it is recommended that similar activities be carried out with a longer duration of time to allow participants to delve deeper into the material provided.

Keywords: marketing, digital marketing, school branding

Abstrak

Pelatihan Digital Marketing sebagai Media Branding Sekolah di Klari, Karawang, telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi Kepala Madrasah, Wakil Kepala Sekolah, dan guru yang menjadi peserta. Kegiatan ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu membantu para pendidik dalam memahami dan menerapkan strategi branding sekolah melalui media digital, yang esensial untuk meningkatkan citra dan visibilitas sekolah mereka di era digital. Faktor pendukung utama keberhasilan pelatihan ini meliputi dukungan penuh dari Yayasan Mahad AL Istiqlal, keterlibatan aktif peserta, serta kualitas materi dan metode pelatihan yang interaktif dan relevan. Meskipun demikian, beberapa peserta merasakan bahwa durasi pelatihan masih kurang memadai untuk menggali lebih dalam konsep-konsep yang disampaikan. Berdasarkan hasil evaluasi pelatihan, disarankan agar kegiatan serupa dilaksanakan dengan durasi waktu yang lebih panjang untuk memungkinkan peserta lebih mendalami materi yang diberikan.

Kata Kunci: pemasaran, digital marketing, branding sekolah

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang berkembang pesat saat ini, sekolah-sekolah dituntut untuk tidak hanya fokus pada kualitas pendidikan tetapi juga bagaimana mereka mempresentasikan diri kepada masyarakat luas. Branding sekolah menjadi aspek penting dalam menarik perhatian calon siswa dan orang tua, serta membangun reputasi yang kuat di tengah persaingan yang semakin ketat. Branding sekolah memberikan kesempatan bagi sekolah untuk dikenal seluas luasnya kepada masyarakat umum untuk memasukan anaknya ke sekolah tersebut (Susilo, 2022). Salah satu strategi yang efektif untuk membangun branding adalah melalui pemanfaatan digital marketing. Namun, banyak sekolah yang masih belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk tujuan ini, terutama di wilayah-wilayah yang lebih terpencil.

Di Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang, terdapat sejumlah sekolah yang menghadapi tantangan dalam mempromosikan diri mereka secara efektif. Banyak dari sekolah-sekolah ini memiliki potensi yang besar, baik dari segi fasilitas maupun kualitas pengajaran, namun belum mampu memaksimalkan potensi tersebut melalui strategi digital marketing yang tepat. Salah satu faktor utama yang menjadi penghambat adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam bidang digital marketing di kalangan tenaga pendidik dan staf administrasi sekolah. Keterbatasan ini menyebabkan sekolah-sekolah tersebut sulit bersaing dalam menarik minat calon siswa dan orang tua, serta dalam membangun citra positif di mata masyarakat.

Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan sebuah program pelatihan yang dirancang khusus untuk meningkatkan kompetensi tenaga pendidik dan staf administrasi sekolah dalam bidang digital marketing. Program pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis tentang bagaimana memanfaatkan

berbagai platform digital, seperti media sosial, website, dan email marketing, sebagai alat untuk branding sekolah. Melalui pelatihan ini, para peserta diharapkan dapat mengembangkan strategi digital marketing yang efektif, yang tidak hanya mampu meningkatkan visibilitas sekolah, tetapi juga memperkuat citra positif sekolah di masyarakat.

Pelaksanaan program pelatihan digital marketing ini diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan, yaitu: 1) peningkatan kemampuan sekolah dalam mengelola branding melalui media digital, yang akan membantu mereka lebih dikenal dan dihargai oleh masyarakat; 2) peningkatan partisipasi dan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sekolah melalui promosi yang lebih efektif; dan 3) peningkatan jumlah pendaftaran siswa baru, sebagai hasil dari strategi branding yang lebih baik. Dengan demikian, sekolah-sekolah di Kecamatan Klari, Karawang, akan memiliki daya saing yang lebih kuat dan mampu beradaptasi dengan tuntutan era digital dalam mengembangkan institusi pendidikan yang berkualitas dan berprestasi.

2. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang, dengan fokus pada peningkatan kompetensi guru dan staf administrasi sekolah menengah dalam digital marketing sebagai media branding. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode ceramah, diskusi dan tanya jawab hingga praktik yang mana kegiatan ini melibatkan 25 peserta dari sekolah-sekolah di bawah naungan Departemen Agama Karawang, kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis dalam memanfaatkan platform digital seperti media sosial, website, dan email marketing. Metode yang digunakan mencakup ceramah untuk landasan teori, praktik keterampilan untuk aplikasi langsung, dan Focus Group Discussion (FGD) untuk

diskusi dan berbagi pengalaman.

Sebelum kegiatan utama, tim pengabdian menyiapkan materi dan program serta berkoordinasi dengan pihak terkait. Kegiatan utama mencakup sosialisasi tentang pentingnya branding digital, workshop interaktif untuk pengembangan konten, dan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan implementasi yang efektif. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan penilaian kinerja, dengan fokus pada peningkatan keterampilan digital marketing peserta, keterlibatan masyarakat, dan peningkatan jumlah pendaftaran siswa. Diharapkan, program ini akan meningkatkan mutu dan daya saing sekolah-sekolah menengah di Kecamatan Klari melalui strategi branding yang lebih efektif dan profesional.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Digital Marketing sebagai Media Branding Sekolah di Klari, Karawang, merupakan bagian dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan oleh Dr. Matin, M.Pd., dosen Manajemen Pendidikan. Kegiatan ini merupakan implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat, khususnya dalam peningkatan kapasitas dan kompetensi tenaga pendidik di bidang branding sekolah melalui media digital. Pelatihan ini diselenggarakan di Ruang III Yayasan Mahad AL Istiqlal dan menargetkan Kepala Madrasah, Wakil Kepala Sekolah, serta Guru RA/MI/MTS sebagai pesertanya. Sebanyak 22 peserta yang terdiri dari para pendidik yang memiliki peran penting dalam pengelolaan sekolah berpartisipasi dalam pelatihan ini.

Pelatihan dibuka dengan sambutan dari Dr. Matin, M.Pd., yang menekankan pentingnya pemanfaatan digital marketing sebagai alat strategis dalam membangun citra positif dan meningkatkan visibilitas sekolah di era digital. Dalam sambutannya, Dr. Matin

juga menjelaskan bahwa branding sekolah yang kuat dapat membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan. Sambutan ini kemudian diikuti dengan pemaparan materi oleh dua narasumber utama, yaitu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.Pd., dan Dimas Kurnia Robby, M.Pd., yang memiliki keahlian di bidang branding dan digital marketing.



Gambar 1. Penyampaian Materi School Branding oleh Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.Pd.

Sesi pertama dari pelatihan ini difokuskan pada materi "School Branding," yang disampaikan oleh Dr. Siti Zulaikha. Materi ini mencakup konsep dasar branding sekolah, pentingnya branding dalam dunia pendidikan, tantangan yang dihadapi, serta beberapa studi kasus nyata yang relevan. Dr. Siti Zulaikha juga mengajak peserta untuk berbagi pengalaman mereka terkait upaya branding yang telah dilakukan di sekolah masing-masing. Diskusi yang terjadi selama sesi ini sangat interaktif, dengan peserta saling berbagi pengalaman dan belajar dari satu sama lain.

Setelah sesi pertama, pelatihan dilanjutkan dengan sesi ice-breaking yang dipandu oleh Ibu Siti Zulaikha. Ice-breaking ini bertujuan untuk menjaga semangat dan fokus peserta agar tetap tinggi sepanjang pelatihan. Selain itu, aktivitas ini juga membantu mempererat hubungan antar peserta, yang berasal dari berbagai latar belakang namun

memiliki tujuan yang sama, yaitu meningkatkan branding sekolah mereka.



Gambar 2. Penyampaian Materi Digital Marketing oleh Dimas Kurnia Robby, M.Pd.

Sesi kedua berfokus pada materi "Digital Marketing," yang dipandu oleh Dimas Kurnia Robby. Sesi ini dibuka dengan pendahuluan dan brainstorm untuk menyamakan persepsi peserta tentang pentingnya digital marketing dalam konteks branding sekolah. Narasumber kemudian menjelaskan berbagai konsep dasar digital marketing, termasuk strategi yang efektif, serta cara penerapannya di lingkungan sekolah. Dimas Kurnia Robby juga membahas mindset yang benar dalam mengelola brand sekolah melalui media digital, yang merupakan kunci keberhasilan dalam memanfaatkan digital marketing. Model pemasaran secara digital diaplikasikan melalui internet dan dilaksanakan secara digitalisasi (Susanti, 2020)

Selama sesi digital marketing, peserta diajak untuk memahami berbagai teknik dan alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan kehadiran sekolah mereka di platform digital. Narasumber memberikan contoh konkret tentang bagaimana sekolah-sekolah lain telah berhasil meningkatkan visibilitas dan reputasi mereka melalui kampanye digital yang efektif. Peserta juga diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan berdiskusi langsung dengan narasumber, yang membuat sesi ini sangat dinamis dan berfokus pada

kebutuhan praktis peserta.

Pelatihan diakhiri dengan sesi tanya jawab, di mana peserta dapat menggali lebih dalam materi yang telah disampaikan. Banyak peserta yang antusias untuk menerapkan ilmu yang mereka peroleh dalam konteks sekolah masing-masing, dan beberapa bahkan menyampaikan rencana konkret untuk mulai mengembangkan branding digital di sekolah mereka segera setelah pelatihan selesai. Tanggapan positif dari peserta menunjukkan bahwa topik ini sangat relevan dengan kebutuhan mereka dan memberikan solusi praktis untuk tantangan yang mereka hadapi dalam mempromosikan sekolah.

Evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan dilakukan pada akhir sesi, di mana sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam branding sekolah dan digital marketing. Mereka juga memberikan umpan balik positif mengenai metode pelatihan yang interaktif dan relevan. Beberapa peserta merasa lebih percaya diri untuk menerapkan strategi yang telah mereka pelajari, dan ada pula yang berharap pelatihan serupa dapat diadakan kembali dengan materi yang lebih mendalam.

Melalui pelatihan ini, Dr. Matin, M.Pd., beserta timnya berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan kompetensi tenaga pendidik dalam memanfaatkan digital marketing sebagai media branding sekolah. Keberhasilan pelatihan ini tidak lepas dari dukungan penuh pihak Yayasan Mahad AL Istiqlal, keterlibatan aktif peserta, dan kualitas materi serta metode yang digunakan.

Pemasaran digital merupakan upaya marketer dalam mendayagunakan elektronik, sehingga penjual dapat memasarkan, menjual produk atau jasanya secara online dan nantinya dapat dikenal masyarakat (Dewi, dkk., 2018) Meskipun demikian, terdapat beberapa hambatan teknis yang perlu diperbaiki untuk pelatihan selanjutnya, seperti keterbatasan waktu yang dirasakan kurang cukup oleh beberapa peserta untuk mendalami

materi secara lebih mendalam.

4. Kesimpulan

Pelatihan Digital Marketing sebagai Media Branding Sekolah di Klari, Karawang, telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi Kepala Madrasah, Wakil Kepala Sekolah, dan guru yang menjadi peserta. Kegiatan ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu membantu para pendidik dalam memahami dan menerapkan strategi branding sekolah melalui media digital, yang esensial untuk meningkatkan citra dan visibilitas sekolah mereka di era digital. Faktor pendukung utama keberhasilan pelatihan ini meliputi dukungan penuh dari Yayasan Mahad AL Istiqlal, keterlibatan aktif peserta, serta kualitas materi dan metode pelatihan yang interaktif dan relevan. Meskipun demikian, beberapa peserta merasakan bahwa durasi pelatihan masih kurang memadai untuk menggali lebih dalam konsep-konsep yang disampaikan.

Saran

Berdasarkan hasil evaluasi pelatihan, disarankan agar kegiatan serupa dilaksanakan dengan durasi waktu yang lebih panjang untuk memungkinkan peserta lebih mendalami materi yang diberikan. Selain itu, perlu dipertimbangkan adanya sesi lanjutan atau follow-up untuk memastikan bahwa peserta mampu menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam kegiatan ini ke dalam praktik sehari-hari di sekolah. Penguatan kerja sama dengan pihak terkait, seperti Yayasan Mahad AL Istiqlal dan institusi pendidikan lainnya, juga penting untuk keberlanjutan dan perluasan dampak dari program pelatihan ini.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Yayasan Mahad AL Istiqlal yang telah

menyediakan fasilitas dan tempat untuk pelaksanaan pelatihan ini, serta kepada seluruh peserta yang telah berpartisipasi dengan antusias dan aktif. Terima kasih juga disampaikan kepada narasumber, fasilitator, dan seluruh tim yang terlibat dalam pelatihan ini atas kontribusi mereka yang telah membuat kegiatan ini berjalan dengan sukses.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Cahyana, Ucu dkk (2021). Rencana Strategis Pengabdian Kepada Masyarakat 2021-2025 Universitas Negeri Jakarta. LPPM UNJ. Jakarta
- Data jumlah Guru di wilayah Kecamatan Pulogadung yang bersumber pada <https://dapo.kemdikbud.go.id/guru/2/016400>
- Data sekolah menengah di Wilayah Jakarta Timur dari <https://jaktimkota.bps.go.id>. Diakses pada 14 Februari 2024
- Dewi Urmila. 2018. Penerapan Digital Marketing dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Pelaku UKM di Kabupaten Klungkung. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. JPKM Vol 8 no 2. doi:10.30999/jpkm.v8i2.234.
- Rencana Induk Penelitian 2021-2025 Universitas Negeri Jakarta. LPPM UNJ. Jakarta Sugihartono, Iwan dkk (2024).
- Susilo. 2022. STRATEGI BRANDING SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN ANIMO SISWA DAN AWARENES S MASYARAKAT.
- Susanti E. 2020. Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat.
- Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Jakarta Edisi IX. LPPM UNJ. Jakarta.
- Undang-undang No.14 Tahun 2005 pasal 10 ayat 1 dan PP No.19 pasal 28 ayat 3 Tentang Guru dan Dosen.