

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Guna Meningkatkan Jumlah Siswa TK Alghazali Kids Di Pekanbaru

Social Media Training for Promotion to Increase The Number Of Alghazali Kid's Kindergarten Students In Pekanbaru

Eva Sundari^{a*}, Armis^b, Poppy Camenia Jamil^c, Govalyan Sasi^d

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Riau^{ab,c,d}

^aevasundarirawi@eco.uir.ac.id

Disubmit : 15 Juli 2023, Diterima : 4 Agustus 2023, Dipublikasi : 14 Agustus 2023

Abstract

In this digital era, social media has become a very powerful means of communication and has great potential to influence various aspects of our lives. The world of education is no exception, where schools and other educational institutions are starting to use social media as an effective tool to increase promotion and interaction with the public. In particular, promotions for Kindergarten (TK) schools are becoming increasingly important in the increasingly fierce competition to attract parents and prospective students. Amidst the wide variety of children's education options, Kindergartens need to adopt innovative marketing strategies to highlight their strengths and reach relevant audiences. Training using social media has emerged as a promising approach to enhancing kindergarten promotion. This training equips school staff with the necessary knowledge and skills to optimize the potential of social media in achieving school marketing and communication goals.

Keyword: Social Media, Promotion, Educational Institutions, Early Childhood Education, Communication

Abstrak

Dalam era digital yang semakin maju ini, media sosial telah menjadi sarana komunikasi yang sangat kuat dan memiliki potensi besar untuk mempengaruhi berbagai aspek kehidupan kita. Tidak terkecuali dalam dunia pendidikan, di mana sekolah-sekolah dan lembaga pendidikan lainnya mulai memanfaatkan media sosial sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan promosi dan interaksi dengan masyarakat. Pada khususnya, promosi untuk sekolah Taman Kanak-Kanak (TK) menjadi semakin penting dalam persaingan yang semakin ketat dalam memikat minat orang tua dan calon siswa. Di tengah maraknya berbagai pilihan pendidikan anak, TK perlu mengadopsi strategi pemasaran yang inovatif untuk menonjolkan keunggulan mereka dan menjangkau audiens yang relevan. Pelatihan menggunakan media sosial telah muncul sebagai salah satu pendekatan yang menjanjikan untuk meningkatkan promosi TK. Pelatihan ini membekali staf sekolah dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengoptimalkan potensi media sosial dalam mencapai tujuan pemasaran dan komunikasi sekolah.

Keyword: Sosial Media, Promosi, Institusi Pendidikan, Pendidikan Anak Usia Dini, Komunikasi

1. Pendahuluan

Pendidikan merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan suatu bangsa. Di era globalisasi dan teknologi informasi seperti saat ini, dunia pendidikan menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh lembaga pendidikan, khususnya sekolah atau institusi pendidikan, adalah bagaimana meningkatkan jumlah siswa secara berkelanjutan. Jumlah siswa yang cukup dan berkualitas akan berdampak pada keberlangsungan dan keunggulan lembaga pendidikan dalam mencetak generasi muda yang kompeten dan berdaya saing (Oktalyra et al., 2021; Dumilah et al., 2020).

Pada era digital, media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia sangat berkembang pesat. Pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2021 mencapai tingkat penetrasi 73.7% atau mencapai 202,6 juta jiwa. Rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu 3 jam 14 menit di platform jejaring sosial menurut Laporan Digital 2021 dari konten Hootsuite Indonesia. Mereka juga melaporkan bahwa pengguna media sosial tersebut berusia dari 16 s/d 64 tahun. Media sosial adalah sebuah media online, sehingga para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Seseorang pasti memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media sosial. Sekedar untuk berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sesuatu, untuk berbagi informasi maupun untuk mengikuti salah satu yang menjadi trend saat ini yaitu menggunakan media sosial sebagai bentuk eksistensi diri. Pemanfaatan media sosial telah menjadi tren penting dalam era digital saat ini (Supriyanto et al., 2022). Berbagai platform media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari banyak orang. Media sosial memberikan akses yang cepat, luas, dan mudah bagi individu untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi secara virtual (Sulistyaningsih & Yusuf, 2023). Penggunaan media sosial juga tidak terbatas pada kalangan tertentu, termasuk di antaranya adalah calon siswa dan orang tua, yang merupakan pasar potensial bagi lembaga pendidikan (Hardiansyah et al., 2019).

Media Sosial Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2012:568) bahwa pengertian media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Dapat disimpulkan bahwa Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Keberadaan media sosial yang berbasis internet sedikit banyak telah mengubah pola interaksi masyarakat. Pola interaksi dilakukan tanpa harus dalam satu ruang dan waktu bersamaan. Internet meleburkan batas-batas yang menghambat seseorang untuk berinteraksi (Nastiti 2023). Menurut Anthony Giddens dengan adanya modernitas, hubungan ruang dan waktu terputus dan kemudian ruang perlahan-lahan terpisah dari tempat. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa manusia menciptakan interaksi baru tanpa harus bertemu fisik yang salah satunya melalui internet (social networking). Semakin berkembangnya penggunaan internet dan tingginya kebutuhan untuk berinteraksi menjadikan media sosial sesuatu yang tidak tertolak terutama bagi semua kalangan khususnya generasi muda (Habibah & Hidayati, 2023).

Dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia, sudah jelas potensi digital marketing atau promosi melalui pemanfaatan sosial media memiliki peluang lebih besar. Hal ini juga didukung dengan lama rata-rata orang di Indonesia menghabiskan waktu berselancar di dunia maya dengan jumlah waktu yang sangat lama. Adapun manfaat promosi dengan menggunakan media sosial yaitu, meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk dan merek (brand), membangun interaksi dengan pelanggan, memiliki pengaruh yang kuat dibandingkan competitor, hemat biaya,

meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mendapatkan informasi mengenai kondisi pasar dengan cepat dan mudah

Mengakui potensi media sosial sebagai sarana promosi yang efektif, banyak lembaga pendidikan telah mulai memanfaatkannya sebagai alat untuk menjangkau dan mengundang minat calon siswa serta orang tua. Namun, tidak semua lembaga pendidikan memahami dan mampu memanfaatkan media sosial secara efektif sebagai strategi promosi untuk meningkatkan jumlah siswa. Berdasarkan pemaparan tersebut maka kami mengadakan kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial untuk promosi guna meningkatkan jumlah siswa tk alghazali kids di pekanbaru dengan harapan akan menambah pemahaman mengenai media sosial sebagai bentuk peran dalam peningkatan mutu sumber daya manusia dalam pemahamannya mengenai promosi.

2. Metode

a. Kerangka Pemecahan Masalah

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, pengabdian berencana merancang kegiatan yang dapat memberikan pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk promosi. Adapun kerangka pemecahan masalah yang akan dilaksanakan antara lain sebagai berikut: Kegiatan ini melalui sosialisasi pendampingan dan diskusi menggunakan pendekatan partisipatif yang berorientasi kepada peserta sehingga akan langsung mendapatkan umpan balik atas informasi yang diberikan.

Adapun tahap kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Peserta Kegiatan

Peserta kegiatan pengabdian adalah guru dan staff Tk Alghazali Kids di Pekanbaru.

2. Tahap Persiapan

Tahapan persiapan dilakukan dengan cara observasi dilapangan dilakukan untuk melihat apa saja yang menjadi fenomena serta hal lain yang dibutuhkan dalam pemaparan materi dan diskusi. Sehingga dapat memberikan solusi melalui pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk promosi di tingkat sekolah.

3. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan media sosial di Tk Alghazali Kids di Pekanbaru dilakukan selama 1 hari. Kegiatan dilakukan menggunakan metode ceramah serta diskusi dengan tujuan untuk membekali dan menguatkan pengetahuan serta pemahaman peserta mengenai penggunaan dan pemanfaatan media social, dimana hal tersebut diharapkan nantinya akan bermanfaat sebagai sarana promosi untuk meningkatkan jumlah siswa.

4. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan di akhir kegiatan dengan menggunakan survey yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang terkait dengan pengabdian masyarakat.

b. Kelompok Sasaran Antara yang Strategis

Kelompok sasaran antara strategis dalam pengabdian ini adalah guru dan staff Tk Alghazali Kids di Pekanbaru

c. Target Pengabdian Masyarakat

Adapun target pengabdian masyarakat ini setelah kegiatan, diharapkan:

1. Peserta dapat menggambarkan keunggulan dan menyampaikan nilai-nilai pendidikan yang mereka anut melalui media social.
2. Media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkuat hubungan dengan komunitas sekolah.

3. Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan dimulai dengan kata sambutan oleh pelaksana kegiatan yaitu tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau, Kepala Sekolah TK Alghazali Kids Pekanbaru, dan guru penanggung jawab kelas dengan suasana kekeluargaan dan dilanjutkan dengan doa agar kegiatan berlangsung dengan hikmat, dilaksanakan di bulan Juli 2023. Penyampaian mengenai materi Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Pada TK Alghazali Kids Pekanbaru disampaikan oleh nara sumber dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang sekaligus sebagai pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat, kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi tanya jawab. Ditutup dengan kesimpulan serta hasil diskusi antara nara sumber dan peserta kegiatan.

Setelah dilakukan pemaparan materi, dan dilakukan waktu untuk berdiskusi, respon dan antusias para peserta banyak memunculkan pertanyaan yang cukup interaktif sehingga sesi diskusi tanya jawab menjadi sangat menarik. Hal ini dikarenakan topik media sosial terkait dengan keseharian peserta baik pribadi maupun lingkup keluarga. Seluruh peserta telah memiliki media sosial, hal ini dapat diketahui karena semua peserta menyatakan bahwa mereka memiliki instagram dan facebook. Dengan demikian seluruh peserta sudah memahami bagaimana penggunaan dari jenis media sosial tersebut. Akan tetapi masih banyak dari peserta yang menggunakan media sosial hanya untuk melihat informasi saja, tanpa menggunakannya secara maksimal, atau bahkan belum ada yang menggunakan media sosial mereka untuk berbisnis. Disinilah tugas kami sebagai tim pelaksana kegiatan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Pada TK Alghazali Kids Pekanbaru melalui kegiatan ini, melaksanakan transfer ilmu agar dapat dipahami bahwa media sosial bukan hanya untuk bersenang-senang, tetapi banyak lagi manfaatnya seperti untuk menambah penghasilan / pendapatan dan melakukan promosi dengan media sosial, sehingga bisa dimanfaatkan menjadi lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan hasil evaluasi diketahui bahwa edukasi mengenai pemahaman penggunaan media social yang tepat guna akan memberikan nilai tambah salah satunya adalah sebagai media sarana promosi yang tentunya akan meningkatkan minat masyarakat terhadap produk yang di tawarkan, dalam hal ini adalah jasa pendidikan di tingkat TK, dan juga diketahui bahwa media sosial menjadi salah satu cara promosi yang cukup cepat dikalangan para calon orang tua siswa. Sehingga secara tidak langsung pihak sekolah membangun citra yang positif melalui media social yang dikelola dengan baik dan terorganisir.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

4. Simpulan

Kegiatan dimulai dengan kata sambutan oleh pelaksana kegiatan yaitu tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau, Kepala Sekolah TK Alghazali Kids Pekanbaru, dan guru penanggung jawab kelas dengan suasana kekeluargaan dan dilanjutkan dengan doa agar kegiatan berlangsung dengan hikmat, dilaksanakan di bulan Juli 2023. Penyampaian mengenai materi Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Pada TK Alghazali Kids Pekanbaru disampaikan oleh nara sumber dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang sekaligus sebagai pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat, kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi tanya jawab. Ditutup dengan kesimpulan serta hasil diskusi antara nara sumber dan peserta kegiatan.

Setelah dilakukan pemaparan materi, dan dilakukan waktu untuk berdiskusi, respon dan antusias para peserta banyak memunculkan pertanyaan yang cukup interaktif sehingga sesi diskusi tanya jawab menjadi sangat menarik. Hal ini dikarenakan topik media sosial terkait dengan keseharian peserta baik pribadi maupun lingkup keluarga. Seluruh peserta telah memiliki media sosial, hal ini dapat diketahui karena semua peserta menyatakan bahwa mereka memiliki instagram dan facebook. Dengan demikian seluruh peserta sudah memahami bagaimana penggunaan dari jenis media sosial tersebut. Akan tetapi masih banyak dari peserta yang menggunakan media sosial hanya untuk melihat informasi saja, tanpa menggunakannya secara maksimal, atau bahkan belum ada yang menggunakan media sosial mereka untuk berbisnis. Disinilah tugas kami sebagai tim pelaksana kegiatan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Pada TK Alghazali Kids Pekanbaru melalui kegiatan ini, melaksanakan transfer ilmu agar dapat dipahami bahwa media sosial bukan hanya untuk bersenang-senang, tetapi banyak lagi manfaatnya seperti untuk menambah penghasilan / pendapatan dan melakukan promosi dengan media sosial, sehingga bisa dimanfaatkan menjadi lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan hasil evaluasi diketahui bahwa edukasi mengenai pemahaman penggunaan media social yang tepat guna akan memberikan nilai tambah salah satunya adalah sebagai media sarana promosi yang tentunya akan meningkatkan minat masyarakat terhadap produk yang di tawarkan, dalam hal ini adalah jasa pendidikan di tingkat TK, dan juga diketahui bahwa media sosial menjadi salah satu cara promosi yang cukup cepat dikalangan para calon orang tua siswa. Sehingga secara tidak langsung pihak sekolah membangun citra yang positif melalui media social yang dikelola dengan baik dan terorganisir.

5. Daftar Pustaka

- Antony, Mayfield. (2008). *What is Social Media? London: iCrossing*. Bungin, Burhan.
- Dumilah, R., Sunarto, A., Ahyani, A., Solihin, D., & Maulida, H. (2020). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Usaha Atau Bisnis Bagi Siswa. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 26-33.
- Habibah, A., & Hidayati, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru Di Sma Swasta. *Academy of Education Journal*, 14(1), 107-123.
- Hadiansah, D., Pringgiandi, D. R., & Putra, F. S. D. (2019). Pelatihan Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Media Sosial untuk Promosi Sekolah di Lingkungan Yayasan Al-Qomariyah Kabupaten Garut. *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1-9.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2012). *Marketing Management*, Pearson Education.London
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Jakarta : Erlangga,
- Nastiti, D. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Sosial Media untuk Pembelajaran di Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif NU At-Tijani. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 5(1), 1-10.
- Oktalyra, R., Dwi, C., & Ananda, K. (2021). Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Promosi Usaha Atau Bisnis Bagi Remaja Di Daerah Cikokol Tangerang. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 54-59.

- Supriyanto, H., Nurhadi, M., Prasetya, M. S., Hermansyah, D., & Puspitaningrum, A. C. (2022). Pembuatan Media Informasi Digital sebagai Sarana Informasi dan Promosi Sekolah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5).
- Sulistianingsih, N., & Yusuf, S. A. A. (2023). Pembuatan dan Pelatihan Pengelolaan Website di SMPN 6 Kota Bima sebagai Media Informasi dan Promosi Sekolah. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.2), 1810-1817.
- Vaniček, V. (2005). Review of The Consequences of Modernity (Důsledky modernity) (2 nd edition). *Perspectives*, 24, 73–75. <http://www.jstor.org/stable/23616047>