

## Pelatihan SDM Sekolah KKM MA Mranggen dalam Pembuatan Konten Media Sosial untuk Branding Institusi sebagai Media Promosi PPDB

Muslih<sup>1</sup>, Abi Seno Prabowo<sup>2</sup>, Elkaf Rahmawan P.<sup>3</sup>, M. Arief Soeleman<sup>4</sup>, Sarwadi<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup> Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang  
<sup>5</sup> MA Al Ma'ruf Mranggen, Demak, Jawa Tengah  
E-mail: <sup>1</sup>[muslih@dsn.dinus.ac.id](mailto:muslih@dsn.dinus.ac.id), <sup>2</sup>[abiseno.p@dsn.dinus.ac.id](mailto:abiseno.p@dsn.dinus.ac.id),  
<sup>3</sup>[elkaf.rahmawan@dsn.dinus.ac.id](mailto:elkaf.rahmawan@dsn.dinus.ac.id), <sup>4</sup>[m.arief.soeleman@dsn.dinus.ac.id](mailto:m.arief.soeleman@dsn.dinus.ac.id),  
<sup>5</sup>[sarwadidina02@gmail.com](mailto:sarwadidina02@gmail.com)

### Abstrak

Teknologi Informasi untuk mengelola lembaga pendidikan berupa layanan jasa kepada masyarakat sebagai perwujudan pada bentuk pembelajaran kepada pengguna atau *stakeholder* mempunyai beberapa tahapan diantaranya melakukan perekrutan calon peserta didik agar mendaftar ke lembaga tersebut. Lembaga pendidikan harus memiliki kemampuan melakukan *scanning* lingkungan eksternal, kompetitor lembaga lain, memperhitungkan kompetensi internal, sehingga dapat menciptakan strategi yang mumpuni untuk memenangkan persaingan tanpa meninggalkan esensi dari pendidikan itu sendiri. Kelompok Kerja Madrasah Aliyah (KKM MA-1) Kabupaten Demak merupakan forum Madrasah Aliyah yang berkedudukan di kecamatan Mranggen diharapkan dapat mengakomodasi kegiatan-kegiatan dari Anggota di seluruh Madrasah Aliyah yang ada di kecamatan Mranggen supaya lebih maju kedepan dalam ilmu dan agama dan lebih khusus promosi ke masyarakat untuk menggaet peserta didik yang semakin turun dimasa pandemi COVID-19 ini. Outcome yang dihasilkan diantaranya Pemanfaatan media sosial untuk meraih pasar kompetisi peserta didik baru yang dimiliki selama ini hanya *faceebook* dengan pengelolaan yang terbatas terlihat dari unggahan yang ditampilkan. Berdasarkan hasil observasi, sekolah mengalami keterbatasan dalam pengelolaan media sosial karena keterbatasan dengan kemampuan layout dan desain, maka dibutuhkan pendampingan terhadap lembaga KKM MA tersebut dalam layout desain untuk konten-konten media sosial dalam mempromosikan sekolah, khususnya untuk penerimaan peserta didik baru.

Kata kunci: KKM MA-01, *stakeholder*, *faceebook*

### Abstract

*Information Technology to manage educational institutions in the form of services to the community as a manifestation of the form of learning to users or stakeholders has several stages including recruiting prospective students to register with the institution. Educational institutions must have the ability to scan the external environment, competitors of other institutions, take into account internal competencies, so that they can create a qualified strategy to win the competition without leaving the essence of education itself. The Madrasah Aliyah Working Group (KKM MA-1) Demak Regency is a Madrasah Aliyah forum located in the Mranggen sub-district which is expected to accommodate the activities of Members throughout Madrasa Aliyah in the Mranggen sub-district so that they are more advanced in science and religion and more specifically promotion to the community to attract students who are getting lower during this COVID-19 pandemic. The resulting outcomes include the use of social media to reach the competition market for new students, which has so far only been Facebook with limited management, as can be seen from the uploads displayed. Based on observations, schools experience limitations in managing social media due to limitations with layout and design capabilities, so assistance is needed for the MA KKM institution in design layouts for social media content in promoting schools, especially for new student admissions.*

Keywords: KKM MA-01, stakeholders, facebook

## 1. PENDAHULUAN

Media komunikasi bagi lembaga pendidikan sangat berperan penting guna mendukung eksistensi lembaga tersebut akan tantangan dalam lingkungan dimana lembaga itu berada. Salah satu media komunikasi yang berperan dalam lembaga pendidikan adalah media promosi. Promosi dilakukan oleh suatu lembaga dengan tujuan memberitahukan keberadaan lembaga tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat lembaga tersebut kepada khalayak sehingga dapat meningkatkan volume penjualan [4]. Media promosi dan periklanan telah berkembang menjadi media komunikasi yang sangat kompleks dan rumit. Setiap korporasi memiliki cara tersendiri dalam melakukan promosi dengan ribuan cara yang berbeda untuk menyampaikan pesan kepada konsumen. Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran merupakan salah satu media komunikasi pemasaran yang efektif [3]. Membangun media promosi sekolah dengan stakeholders adalah salah satu cara yang cukup efektif dalam menjalin hubungan dengan para pemangku kepentingan (Stakeholders) di tengah perkembangan teknologi dan kondisi saat ini seperti penggunaan media social seperti Whatsapps, Instagram, Facebook, dan lain lain dengan memanfaatkan desain dan layout yang menarik. Menurut laporan laporan We Are Social dan Hootsuite [5] disebutkan bahwa 61,8 persen dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia adalah pengguna media sosial. Jumlah tepatnya pengguna media sosial di Indonesia adalah 170 juta pengguna. Hal ini menjadikan promosi melalui media sosial merupakan kegiatan pemasaran yang sangat efektif.

Dalam konsep *Public Relations*, setiap lembaga pendidikan melakukan kerjasama dengan pihak luar untuk menjalankan proses pembelajaran dengan baik, dalam hal ini di namakan dengan Stakeholder. Beberapa stakeholder yang harus dikelola oleh pihak lembaga pendidikan (Sekolah) salah satunya adalah orang tua wali siswa dan komunitas lingkungan sekitar sekolah. Lembaga pendidikan disebut juga sebagai produsen jasa pendidikan. Lembaga pendidikan melakukan perekrutan calon peserta didik untuk mendaftar dengan banyak persaingan dengan lembaga pendidikan yang lain [1]. Pengelola lembaga pendidikan harus memiliki kemampuan melakukan *scanning* lingkungan eksternal, kompetitor lembaga lain, memperhitungkan kompetensi internal, sehingga dapat menciptakan strategi yang mumpuni untuk memenangkan persaingan tanpa meninggalkan esensi dari pendidikan itu sendiri. Hal ini yang membuat adanya kompetisi antar lembaga pendidikan, tak terkecuali pada tingkat lembaga pendidikan Madrasah Aliyah.

Madrasah Aliyah (MA) adalah setingkat Sekolah Menengah Tingkat Atas (SLTA) berciri khas Agama Islam [2]. Kelompok Kerja Madrasah (KKM) merupakan forum Kepala Madrasah pada jenjang RA, MI, MTs, dan MA/MAK pada tingkat kecamatan, kelompok kecamatan, kabupaten/kota, kelompok kabuapeten/kota, dan provinsi. Salah satu Kelompok Kerja Madrasah (KKM) yang ada yaitu Kelompok Kerja Madrasah Aliyah (KKM MA-1) Kabupaten Demak. KKM MA-1 merupakan forum Madrasah Aliyah yang berkedudukan di kecamatan Mrangen. Anggota dari KKM MA-1 adalah seluruh Madrasah Aliyah yang ada di kecamatan Mrangen antara lain MA Futuhiyyah, MA Al Hadi, MA NU Mranggen, MA Asy-Syarifah, MA Miftahul Huda,

MA Nurul Ulum Batorsari, MA Ibrohimiyyah, MA Miftahul Ulum, MA Rohmaniyyah Menur, MA Al Ma'ruf, MA Roudlotul Muttaqin, MA Sholihiyah, dan lain-lain.

Setiap anggota KKM-01, masing-masing memiliki profil ataupun prestasi yang baik sehingga menjadi keunggulan dari masing-masing sekolah mereka. Namun dari pihak sekolah kurang melakukan pengelolaan terhadap media yang dapat memperkenalkan profil dan prestasi-prestasi yang didapatkan oleh sekolah tersebut. Disamping itu, kegiatan akademik maupun non akademik yang dilakukan sangat menarik untuk menunjang kegiatan belajar-mengajar siswa. Namun beberapa tahun terahir ini, beberapa lembaga pendidikan mulai terasa kesulitan mencari calon peserta didik, masyarakat begitu cerdas memilih lembaga pendidikan yang bermutu dan sesuai dengan yang diinginkan. Apalagi semakin bertambah banyaknya lembaga pendidikan mulai dari jenjang pendidikan usia dini hingga pendidikan tinggi, dan masing-masing lembaga pendidikan menawarkan keunggulannya. Disamping itu, banyak siswa dari kecamatan Mranggen memilih untuk sekolah di luar kecamatan Mranggen. Letak kecamatan Mranggen yang berbatasan langsung dengan Kota Semarang membuat banyak siswa yang lebih tertarik untuk bersekolah di Kota Semarang karena dianggap memiliki mutu pendidikan yang lebih baik. Pandemi covid 19 juga menjadi salah satu faktor penyebab sulitnya mencari peserta didik baru karena masalah ekonomi yang ada serta pembelajaran online. Banyak orang tua yang menunda untuk menyekolahkan mereka karena dianggap sekolah online tidak efektif.

Anggota KKM Aliyah Mranggen selama ini belum memiliki media komunikasi dengan para orang tua dan orang-orang yang ada dalam lingkungan sekolah. Media sosial yang dimiliki selama ini hanya *faceebook* dengan pengelolaan yang terbatas terlihat dari unggahan yang ditampilkan. Berdasarkan hasil observasi, sekolah mengalami keterbatasan dalam pengelolaan media sosial karena keterbatasan dengan kemampuan layout dan desain. Dalam membuat desain media promosi maka desain sebagai dasar perancangan promosi yang baik memiliki berbagai unsur seperti tata letak atau layout yang merupakan penonjolan sebuah isi seperti ilustrasi atau gambar atau konten yang penting dengan ukuran paling besar untuk menarik perhatian dari audiens [6]. Selain itu penggunaan warna dan tipografi yang bagus juga diperlukan agar pesan yang disampaikan tidak salah atau dapat diterima audiens dengan baik.

Kegiatan dalam pendampingan KKM-01 MA Mrangen untuk pembuatan Konten Media Sosial sebagai Media Promosi Penerimaan Siswa Didik Baru sebagai solusi. Melalui media promosi sekolah ini dapat maksimal membangun *awareness* melalui pesan yang disampaikan lewat media yang komunikatif dan menarik untuk lebih memikat dan memberi kesan yang baik pada *stakeholders* dan sekaligus memberikan citra yang baik pada sekolah.

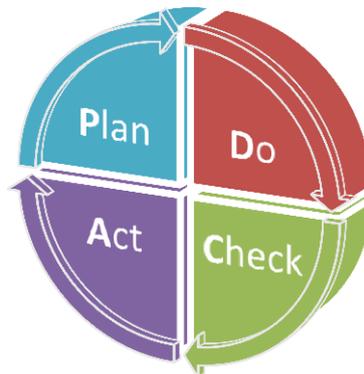
## 2. METODE

Solusi yang dilaksanakan dengan tujuan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah dengan bentuk pelatihan dan pendampingan KKM-01 MA Mrangen untuk pembuatan konten medsos sebagai media promosi penerimaan siswa didik baru ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan, yaitu :

1. Memberikan materi tentang tentang media - media yang efektif dan efisien dalam melakukan promosi, khususnya dalam media yang efektif untuk PPDB
2. Memberikan materi tentang tentang media sosial dalam penerapannya sebagai media promosi baru.

3. Memberikan materi tentang teori dasar desain seperti ilustrasi, layout, warna, dan tipografi.
4. Praktek pembuatan desain konten media sosial yang menarik audiens menggunakan software desain photoshop dan corel dan Canva.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan dan pendampingan pembuatan konten MedSos menggunakan model PDCA[7][8][9][10] atau yang sering disebut dengan siklus deming atau siklus kendali yang merupakan sebuah metode empat langkah interaktif yang dikembangkan oleh W. Edwards Deming untuk kontrol dan juga keberlanjutan sebuah proses yang berkelanjutan yang diterapkan dalam metode pelatihan dan pendampingan ini. Adapun tahapan-tahapan dapat dijabarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Model PDCA

Model PDCA adalah sebuah proses yang mempunyai manfaat perbaikan berkesinambungan atau bisa dipandang sebagai *improvement interactive* sebagai dasar untuk menyelesaikan dan mengendalikan suatu masalah dengan pola model yang berurutan didalam tahapanya. Adapun penjabaran model PDCA adalah seperti berikut:

1. Plan (P) = Merencanakan

Perencanaan disini merencanakan tujuan (goal) apa saja proses yang dibutuhkan dalam menentukan hasil yang diharapkan dengan spesifikasi tujuan yang telah ditetapkan. Diawali dari mengidentifikasi permasalahan yang muncul dengan menggunakan teknik 5W yaitu *what* (apa), *who* (siapa), *when* (kapan), *where* (di mana), dan *why* (mengapa). Masalah apa yang harus diselesaikan di KKM-01, SDM yang terlibat didalamnya, solusi untuk perbaikan SDM yang ada, kapan dan dimana dilaksanakan kegiatan ini.

2. Do (D) = Melaksanakan

Pelaksanaan yaitu dari proses perencanaan yang sudah ditentukan dari tim IBM dosen Universitas Dian Nuswantoro Semarang dan pengelola Kelompok Kerja Madrasah Tingakt MA Mranggen Kab. Demak, Pada tahapan pelaksanaan disepakati SDM sebagai peserta dalam pelatihah dan pendampinagn ini adalah Operator Sekolah atau admin yang kemampuan bidang Teknologi Informasi diatas rata-rata. Dari kemampuan yang dimiliki peserta ini, diharapkan pelaksanaanya akan lebih baik dan cepat dalam pemahanam materinya.

3. Check (C) = Memeriksa

Pada Tahapan ini, pemeriksaan dilakukan dengan mengevaluasi dari tujuan (goal) dan proeses pelaksanaannya serta melaporkan hasil yang telah dicapai dalam pelatihan ini. Dari tujuan awal dilaksanakan pengabdian ini yaitu untuk menguatkan kemampuan grafis sebagai modal SDM sekolah untuk membranding instansinya masing-masing yang

dikaitkan dengan pelaksanaan kegiatan ini yaitu pelatihan/Workshop dengan aplikasi grafis. Mengecek kemampuan penguasaan materi apakah sudah sesuai dengan standart materi, software dan hasilnya.

4. Act (A) = Menindaklanjuti

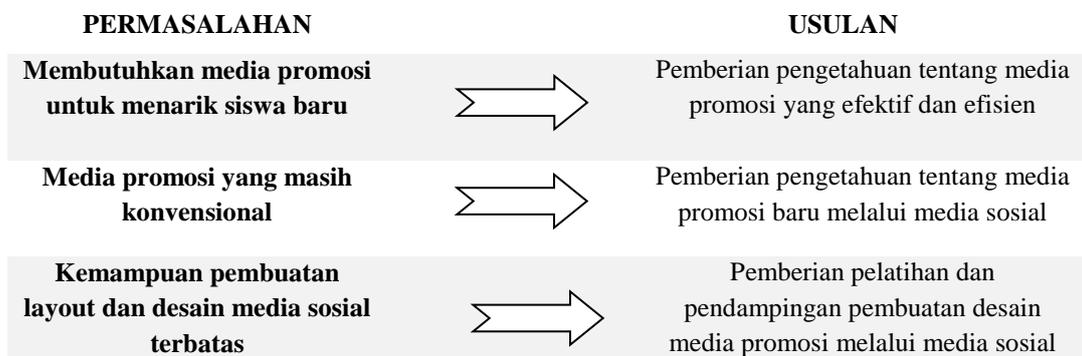
Dari aspek Do and Check yang telah diperbaiki melalui tahapan evaluasi diatas diharapkan ada tindak lanjut yang dilakukan guna menghasilkan tujuan yang baik. Dengan komitmen tinggi untuk menindak lanjuti kekurangan dan hal-hal yang menjadi permasalahan dalam branding sekolah dengan penguasaan pembuatan konten media sosial di SDM sekolah dapat dilanjutkan dengan contoh seperti model pendampingan dan lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan pada hasil pembahasan dari Program Kemitraan Masyarakat untuk Ipteks dalam bentuk pengabdian ini mempunyai beberapa capaian yang menjadi target dalam kegiatan pendampingan KKM-01 MA Mranggen untuk pembuatan konten media sosial sebagai media promosi Penerimaan Siswa Didik Baru. Dari target yang sudah di rencanakan sampai dengan proses hasil yang dicapai jika dihubungkan dengan metode konsep PDCA (Plan-Do-Check-Act) dapat dilakukan sesuai dengan tahapanya, yaitu :

3.1 Perencanaan

Tahap perencanaan yang dilakukan dalam melaksanakan kegiatan ini meliputi: menyelesaikan administrasi perijinan/surat kerjasama dengan mitra pengabdian, diskusi antara tim pengabdian dengan pengelola Kelompok Kerja Madrasah Tingakt MA Mranggen Kab. Demak mengenai waktu, tempat pelaksanaan, dalam pemanfaatan sosmed dalam branding sekolah ini, Analisis kebutuhan user, Analisis data primer buku-buku perpustakaan.



Gambar 2. Tahap perencanaan

Tabel 1. Rencana Pelaksanaan Kegiatan

Tanggal kegiatan	Kegiatan
November 2021	FGD tim pengabdian UDINUS dengan pihak Pengelola KKM-01 Mranggen Kab Demak
8 Desember 2021	FGD Tim Internal
14 Desember 2021	FGD dengan Tim KKM-01 Mranggen berhubungan dengan Pelaksanaan Workshop
22 Desember 2021	Peleksanaan Workshop Pelaksanaan Workshop yang dilaksanakan di MA Futuhiyyah 2 Mranggen
Januari s/d Febuari	Pendampingan KKM -01 Mranggen Kab Demak

3.2 Kerjakan

Pada tahap ini persiapan, pre test, post test dan pendampingan Peleksanaan Workshop Pelaksanaan Workshop yang dilaksanakan di MA Futuhiyyah 2 Mranggen, berikut ini hasil kegiatan dan pendampingan.

Tabel 2. Pelaksanaan Kegiatan Workshop/ Pelatihan

Waktu	Kegiatan	Tempat	Penanggung Jawab
08.00 – 09.00	Registrasi Ulang Peserta dan persiapan	Ruang Lab. Komputer MA Futuhiyyah-2 Mrangen Demak	Tim pelaksana
09.00 – 10.00	Pembukaan	Ruang Lab. Komputer MA Futuhiyyah-2 Mrangen Demak	1.Ketua KKM-01 2.KASI PENMAD Kab. DEMAK
10.00 – 10.30	Penyajian Materi 1 Data Sekolah dan peserta didik serta Peluang PPDB Kab. Demak	Ruang Lab. Komputer MA Futuhiyyah-2 Mrangen Demak	Ketua Tim IbM
10.30 – 12.00	Penyajian Materi 2 Bekerja dengan aplikasi terapan Canva	Ruang Lab. Komputer MA Futuhiyyah-2 Mrangen Demak	Tim pelaksana
12.00 – 13.00	Ishoma	MA Futuhiyyah-2 Mrangen Demak	Panitia
13.00 – 15.00	Penyajian Materi 3 dan 4 Bekerja dengan adobe express dan PPT	Ruang Lab. Komputer MA Futuhiyyah-2 Mrangen Demak	Tim Pelaksana



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan

Gambar 3 di atas menunjukkan tim IbM yang telah melaksanakan kegiatan workshop yang diulakukan di MA Futuhiyyah-2 Mrangen untuk implementasi pem buatan kontens Media Sosial untuk SDM sekolah Madrasah Aliyah.



Gambar 4. Tim IbM dan Pengelola KKM-01



Gambar 5. Paparan Materi

Gambar 4 dan 5 adalah anggota tim IbM beserta Tim pengelola Kelompok Kerja Madrasah 01 Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak.



Gambar 6. Contoh pembuatan konten MedSos (sumber : <https://www.canva.com/design>)

Gambar 6 adalah manual Book sebagai bahan materi penggunaan sistem yang digunakan untuk pegangan dalam pendampingan sistem baik dari sisi user maupun pengelola.

### 3.3 Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap hasil dari ujicoba sistem dan menentukan tindak lanjut model dan metode yang dapat digunakan untuk menguji apakah model dan sistem yang digunakan sudah sesuai atau baik. Hal yang dikerjakan adalah :

- Mengamati kekurangan dari sisi cakupan materi grafis dan juga dari sisi kebutuhan hardware dan software
- Mengamati hasil pelatihan apakah poster brosur dalam kontens Medsos tersebut dapat membranding sekolah dan selanjutnya dapat diambil langkah-langkah selanjutnya.

### 3.4. Menindaklanjuti

Tahapan untuk tindak lanjut diharapkan dapat menghasilkan tujuan yang baik. Dengan komitmen yang dijaga antara tim IbM dan pengelola KKM untuk menindak lanjuti kekurangan dan hal-hal yang menjadi permasalahan dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pengabdian masyarakat ini.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil program Ipteks bagi masyarakat berupa pelatihan pembuatan konten media sosial untuk SDM Madrasah di KKM-01 Mranggen Kabupaten Demak sudah dilaksanakan dengan baik dan lancar, dengan target konten medsos tersebut dapat membantu dalam branding sekolah

menghadapi Penerimaan Siswa baru tahun ajaran 2022/2023.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim IbM (Penulis) mengucapkan banyak terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Dian Nuswantoro yang telah memberikan dukungan melalui pendanaan dalam kegiatan pengabdian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abrori, M. (2015). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di PG/TK Samarinda. *SYAMIL: Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education)*, 3(2), 2477–2504. <https://doi.org/10.21093/SY.V3I2.245>.
- [2] Alawiyah, F. (2014). Pendidikan Madrasah di Indonesia: Islamic School Education in Indonesia. *Jurnal Aspirasi*, 5(1), 51–58. Retrieved from <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/449>.
- [3] Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>.
- [4] Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=Q5RnDwAAQBAJ>.
- [5] We Are Social. (2021). Digital 2021: the latest insights into the ‘state of digital’ - We Are Social. Retrieved September 29, 2021, from <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>.
- [6] Yusantiar, R., & Soewardikoen, D. W. (2018). Perancangan Identitas Visual untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(02), 207–220. <https://doi.org/10.33633/ANDHARUPA.V4I02.1626>.
- [7] H. Poerwanto G, “Plan-Do-Check-Act (PDCA),” <https://sites.google.com>. [Online]. Available: <https://sites.google.com/site/kelolakualitas/PDCA>. [Accessed: 11-Oct-2019].
- [8] A. Susanto, C. A. Sari, D. R. I. Moses, E. H. Rachmawanto, and I. Utomo, “Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online,” *J. Pengabd. Masy. - LPPM Univ. Dian Nuswantoro Semarang*, vol. 3, no. 1, pp. 42–51, 2020.
- [9] I. U. Wahyu Mulyono, A. Susanto, E. H. Rachmawanto, C. A. Sari, and D. R. I. M. Setiadi, “Implementasi E-Learning Menggunakan Edmodo bagi Guru-Guru SD Kecamatan Cawas, Klaten,” vol. 3, no. 1, pp. 56–64, 2020.
- [10] Muslih, A. Susanto, A. Muqoddas, E. R. Pramudya, and M. A. Soeleman, “Pelatihan dan Pendampingan Peningkatan Keahlian Modelling Character 3D untuk Siswa dan Guru di SMK ST. FRANSISKUS SEMARANG ,” vol. 4, no. 3, pp. 228–238, 202.