

## **PELATIHAN STRATEGI BRANDING PADA SMKS TINTA EMAS INDONESIA DENGAN *WEBSITE* DAN SOSIAL MEDIA**

**Prima Jiwa Osly<sup>1</sup>, Fulki Dwiyandi Araswati<sup>1</sup>, Wita Meutia<sup>1</sup>, Irfan Ihsani<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Sipil Universitas Pancasila

Korespondensi: [primajiwa.osly@univpancasila.ac.id](mailto:primajiwa.osly@univpancasila.ac.id)

### **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian ini dilatar belakangi dengan keadaan pandemi menuntut perubahan yang amat cepat dan signifikan di berbagai bidang termasuk Pendidikan, serta persaingan global di dunia pendidikan pada era modern menunjukkan kedinamisan sektor pendidikan. Menghadapi persaingan global sekolah harus jeli dalam melihat peluang yang ada di masyarakat dengan cara memiliki citra merek (*brand image*) yang baik di mata masyarakat Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah melakukan realisasi terhadap pelatihan *branding* sekolah kepada guru dan manajemen sekolah menggunakan teknologi informasi secara maksimal khususnya dengan *website* dan sosial media. Hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian telah berjalan dengan baik dan lancar. Secara terperinci kegiatan ini dinilai bermanfaat oleh para peserta, guru-guru SMK Tinta Emas Indonesia telah termotivasi untuk melakukan promosi sekolah serta memahami strategi *branding* sekolah dengan menggunakan *website* dan sosial media.

Kata kunci: *Branding, Website, Sosial Media.*

### **ABSTRACT**

*This service activity is framed by the pandemic situation, which demands very fast and significant changes in various fields, including education, as well as global competition in the world of education in the modern era, which shows the dynamism of the education sector. Facing global competition, schools must be observant in seeing the opportunities that exist in society by having a good brand image in the eyes of the community. The purpose of this service activity is to realize school branding training for teachers and school management using information technology optimally, especially with websites and social media. The results of the implementation of service activities have gone well and smoothly. In detail, this activity was considered useful by the participants. The teachers of SMK Tinta Emas Indonesia have been motivated to carry out school promotion and understand the school's branding strategy using the website and social media.*

Keywords: *Branding, Website, Soscal Media.*

### **PENDAHULUAN**

Seiring berjalannya waktu dari tahun ke tahun dunia pendidikan pun mengalami banyak fenomena, salah satunya bermunculan sekolah-sekolah baru terutama sekolah swasta yang ini pastinya memunculkan adanya persaingan antar sekolah baru tersebut maupun sekolah swasta yang sudah lama berdiri dan masing-masing sekolah berebut untuk membuat citra positif di tengah masyarakat (Sholihah, 2018). Seperti halnya perusahaan manufaktur yang menghasilkan produk barang, sekolah swasta sebagai penghasil produk jasa juga harus melakukan berbagai upaya di dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam industri pendidikan. Setiap sekolah harus jeli dalam melihat peluang yang ada di masyarakat.

Kecenderungan masyarakat adalah memilih sekolah yang tidak hanya terakreditasi baik, tetapi juga memiliki citra merek (*brand image*) yang baik di mata masyarakat. *Branding* yang baik dalam jangka panjang dapat membawa dampak yang positif bagi sekolah, karena dengan sendirinya dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat. Oleh karena itu, penting sekali bagi sekolah untuk mempertahankan dan meningkatkan citra merek (*brand image*) yang sudah terbentuk dengan selalu melakukan evaluasi terhadap kinerja perguruan tinggi yang bersangkutan. Untuk itu di perlukan berbagai macam strategi dari sekolah dalam mengenalkan sekolah pada *public* salah satunya adalah pada SMK Tinta Emas Indonesia yang merupakan termasuk dalam Sekolah Menengah Kejuruan Pusat Keunggulan (SMK PK)

SMK Tinta Emas Indonesia adalah Sekolah Menengah Kejuruan dibawah naungan Yayasan Tinta Emas Indonesia yang beralamat di Jalan Asem Raya Kp. Ciketing Kelurahan Mustikajaya Kecamatan Mustikajaya Kota Bekasi Propinsi Jawa Barat. SMK Tinta Emas Indonesia memiliki 4 (empat) Kompetensi Keahlian yaitu Teknik Elektronika (Teknik Audio Video), Teknik Otomotif (Teknik Kendaraan Ringan), Teknik Jaringan Komputer dan Telekomunikasi (TJKT), dan Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga (AKL) dengan status akreditasi masing-masing kompetensi keahlian terakreditasi "A" Visi SMK Tinta Emas Indonesia adalah mewujudkan lulusan yang unggul berkarakter profil pelajar Pancasila sehingga mampu bersaing di dunia kerja dan berwirausaha. Keterbatasan fasilitas dan hal lainnya tidak membuat surut langkah untuk terus menjaga komitmen serta konsisten menghasilkan karya dan prestasi. Prestasi tidak dapat dihalangi oleh keterbatasan yang ada, namun keterbatasan menjadi cambuk untuk dapat berkompetisi dengan sekolah lain. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk membantu dan mendukung SDM SMK Tinta Emas Indonesia yang merupakan Sekolah Menengah Kejuruan Pusat Keunggulan untuk melakukan promosi sekolah dengan menggunakan media digital dalam rangka penguatan *branding* sekolah.

## METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilaksanakan secara luring, pertemuan di ruang meeting yayasan SMKS Tinta Emas Indonesia pada tanggal 21 September 2022 dan dilakukan oleh 13 peserta yang merupakan ketua yayasan, kepala sekolah dan para guru SMKS Tinta Emas Indonesia. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan metode pelatihan dan pendampingan digital marketing sekolah. Pendampingan dilakukan dengan mengarahkan pemahaman tentang pentingnya mengikuti perkembangan digitalisasi untuk beradaptasi dengan lingkungan. Adapun langkah-langkah yang ditempuh, pertama adalah melakukan pendampingan guru Desa Junrejo Kecamatan Junrejo Kota Batu saat melakukan pelatihan digital marketing guna melihat apa yang dapat ditingkatkan. Kedua, memberikan penerapan pentingnya konsep branding pada para guru. Adapun tahapan-tahapan dalam pelaksanaan pelatihan ini diantaranya (pada Tabel 1).

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tanggal	Kegiatan	Via
Pukul 09.00 - 10.00	Konsep dan urgensi Branding Sekolah	Luring
Pukul 10.00 - 12.00	Langkah-Langkah Branding Sekolah	

Untuk mencapai tujuan kegiatan dan luaran perlu dilakukan berbagai kegiatan yang disesuaikan dengan kebutuhan. Secara terperinci solusi yang ditawarkan antara lain : Kegiatan Pelatihan yaitu memberikan pengetahuan dan pemahaman terhadap SDM guru tentang literasi branding dengan website dan sosial media, membangun semangat bagi para guru untuk

membuat platform digital. Kegiatan Pendampingan yaitu mendampingi paraguru dalam pemahaman pemikiran pembelajaran *softskill* serta mendampingi dalam proses langkah-langkah branding sekolah seperti pembuatan akun media sosial.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini membutuhkan kepakaran dibidang branding, sebagai tim pelaksana kegiatan PKM ini adalah para Dosen Teknik Sipil Universitas Pancasila. Dosen Universitas Pancasila memiliki SDM yang berkompeten untuk melaksanakan kegiatan ini. Dalam kegiatan PKM ini dipandu oleh dosen yang sesuai dengan tugasnya dan keahlian guna memberikan solusi yang tepat guna dan implementatif.

Tabel 2 Tim Pelaksana PKM Pelatihan ArcGIS

No	Nama	Tugas
1	Dr. Prima Jiwa Osly, M.Si	Pemateri

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan PKM ini dibagi dengan pembagian dua sesi yaitu pengantar pelatihan branding sekolah dengan tema konsep dan urgensi branding sekolah serta sesi kedua pelatihan dan pendampingan dengan tema langkah-langkah branding sekolah. Adapun langkah-langkah pelaksanaan pelatihan adalah sebagai berikut

### 1. Pelaksanaan Pelatihan/Workshop

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat telah berlangsung dengan lancar. Jadwal pelaksanaan pelatihan ini berlangsung sebagai berikut:

Tanggal Pelatihan	: 21 September 2022
Sifat pelatihan	: Luring
Waktu Pelatihan (Sesi 1)	: 09.00 s.d. 10.00
Waktu Pelatihan (Sesi 2)	: 10.00 s.d. 12.00
Hari Pelatihan	: Rabu

### 2. Peserta Pelatihan/Workshop

Peserta pada Training of Trainer Pelatihan strategi branding dengan website dan sosial media berjumlah 13 orang yang terdiri dari ketua yayasan, kepala sekolah dan para guru. Berikut ini daftar tabel peserta:

Tabel 3. Daftar Peserta

No	Nama Peserta	No	Nama Peserta
1	Drs. Andri	8	Heni Fitriysni, A.Ap
2	Supriyatin, S.Pd	9	Listia Kusmiyati, S.Pd
3	Rekna Sarnis, S.Pd	10	Najib Ulinuha, A.Md
4	Romi Indrayanto, S.Kom	11	Rizky Rachmawan, A.Md
5	Jakaria, S.T	12	Khafizah
6	Halim Hafis, S.Kom	13	Ade Dwi Anugrah
7	Muchlisyien, A.Md		



Gambar 1. Peserta Training of Trainer Pelatihan strategi branding dengan website dan sosial media

Di akhir kegiatan, para peserta diminta untuk menyampaikan kesan dan pesan terkait dengan pelatihan untuk meningkatkan keahlian dalam peningkatan kemampuan sekolah untuk promosi. Hasil dari pesan dan kesan dari peserta adalah sebesar 70-90 % menilai bahwa pelatihan ini bermanfaat dan minta untuk diadakan pelatihan selanjutnya dengan materi yang berbeda dan bersifat dengan pendampingan terhadap peserta peserta.

## SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian telah berjalan dengan baik dan lancar. Secara terperinci kegiatan ini dinilai bermanfaat oleh para peserta dan berharap untuk diadakan kembali dengan materi yang berbeda melalui dengan kegiatan kegiatan yang bersifat pendampingan. Pengetahuan yang ditransfer yaitu bagaimana melakukan branding sekolah yang efektif. Beberapa hal yang dapat diwujudkan adalah khalayak sasaran memiliki peralatan digital yang diperlukan untuk mendukung promosi digital melalui *website* dan sosial media serta guru-guru SMK Tinta Emas Indonesia telah termotivasi untuk melakukan promosi sekolah serta memahami strategi *branding* sekolah.

## DAFTAR PUSTAKA

Akmalia, A., Danupranata, G., & Iswanti, L. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Penguatan Branding Sekolah Dasar Muhammadiyah Purwodiningratan. In Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat.

- Robbie, R. I., & Marsudi, M. (2021). Pelatihan Digital Marketing Dalam Membentuk Branding Sekolah. *JURNAL APLIKASI DAN INOVASI IPTEKS" SOLIDITAS"(J-SOLID)*, 4(2), 194-199.
- Sholihah, T. (2018). Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam (JMPI)*, 3(2).
- Syafitri, W., & Costaner, L. (2019). Pelatihan Branding Sekolah Pada Sosial Media di SMP IT Madani. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (1), 158-166.