

Received: Juni 2023

Accepted: Juli 2023

Published: Juli 2023

Article DOI: <http://dx.doi.org/10.24903/jam.v7i02.2291>

Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Promosi Sekolah dalam Penerimaan Peserta Didik Baru

Pikir Wisnu Wijayanto

Universitas Telkom

pikirwisnu@telkomuniversity.ac.id

Mutia Qana'a

Universitas Telkom

muticasy@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pemanfaatan media sosial sebagai promosi sekolah sangat penting untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB). Namun, pemanfaatan teknologi belum optimal karena kurangnya sumber daya guru dan pegawai yang bisa menjadi pengelola media sosial. Sekolah masih mengandalkan metode promosi tradisional seperti membagikan brosur di sekitar rumah dan sekolah. Siapa yang belum mencapai target PPDB? Tim PKM dari Prodi D3 Sistem Informasi Telkom University membantu dengan memberikan pelatihan di SMK Plus Al-Aitaam Bandung pada tanggal 12 Juni 2023. Pelatihan ini diikuti oleh 20 peserta siswa dan guru, dibantu oleh dua orang dosen dan sembilan siswa. Materi pelatihan ini meliputi optimalisasi media sosial, games, dan role playing. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa seluruh peserta menilai optimalisasi dan promosi media sosial untuk menjawab kebutuhan mereka dan membantu sekolah menyebarluaskan profil dan prestasi sekolah, menjangkau calon siswa baru, dan mencapai target PPDB SMK Plus Al-Aitaam Bandung.

Kata kunci: *Media Sosial; Promosi Sekolah; Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB); Pelatihan dan Pendampingan.*

Pendahuluan

SMK Plus Al Aitaam Bandung, yang dipimpin oleh Bapak H. Arif Nugraha K, Ir., MM, merupakan satuan pendidikan dengan jenjang SMK yang diawasi oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. SMK Plus Al-Aitaam Bandung dan sekolah lainnya berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung terletak di lokasi yang sama. Sekolah ini merupakan sekolah kejuruan swasta berbasis Islam yang berada di wilayah Bandung Selatan, tepatnya berlokasi di Jalan Ciganitri No. 1 Desa Cipagalo, Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat 40287.

Sekolah ini bertujuan untuk menjadi sekolah unggul di Jawa Barat yang berakhlak mulia di bidang teknologi dan manajemen pada tahun 2025. Misi sekolah adalah untuk memberikan pendidikan yang berfokus pada teknologi dan wirausaha, manajemen dan wirausaha, dan pendidikan yang berfokus pada agama Islam. Semua pemangku kepentingan, termasuk pimpinan sekolah, guru, siswa, orang tua siswa, masyarakat, dan dunia usaha dan industri (DUDI), harus mendukung penuh untuk mencapai visi serta misi tersebut.



Gambar 1. Profil Masyarakat Sasar

SMK Plus Al Aitaam Bandung menawarkan fasilitas pendidikan yang cukup lengkap dengan biaya yang terjangkau. Selain itu, sekolah ini berada di jalur strategis Kabupaten Bandung dan berada di pusat kota, memberikan suasana belajar yang nyaman. Sekolah memiliki banyak prestasi di bidang akademik maupun non-akademik sekolah terus meningkat dari tahun ke tahun. Ini seharusnya memperkenalkan SMK Plus Al Aitaam Bandung kepada publik secara keseluruhan, bukan hanya kepada komunitas sekitar. Sekolah juga memiliki infrastruktur yang memadai, terutama untuk penggunaan media sosial untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Namun, secara umum, pengelola sekolah menghadapi masalah kekurangan sumber daya manusia seperti operator atau admin yang bertanggung jawab atas media sosial. Hal tersebut sejalan dengan gagasan yang dikemukakan oleh Berthon, et. al (2012) bahwa pelaku usaha menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan media sosial karena kurangnya pengetahuan SDM dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi.

SMK Plus Al Aitaam Bandung masih menggunakan metode konvensional untuk meningkatkan siswa, seperti memberikan brosur kepada siswa, mengambil bagian dalam kompetisi, dan melayani orang tua dan siswa secara lisan. Padahal SMK Plus Al Aitaam Bandung sudah memiliki akun Instagram (IG) <https://www.instagram.com/smkal.aitaam/?hl=en>. Namun, IG tersebut belum digunakan secara optimal. Postingannya masih sangat sederhana, seperti hanya mengunggah foto kegiatan tanpa narasi atau komentar. Selain itu, hanya foto poster untuk kegiatan penerimaan peserta didik baru (PPDB) yang disertakan. Hal ini mengakibatkan promosi sekolah tidak efektif dalam menarik minat masyarakat dan calon siswa, terutama di era 4.0 globalisasi. Hasil yang diperoleh juga terbatas pada penyebaran informasi kepada masyarakat sekitar.



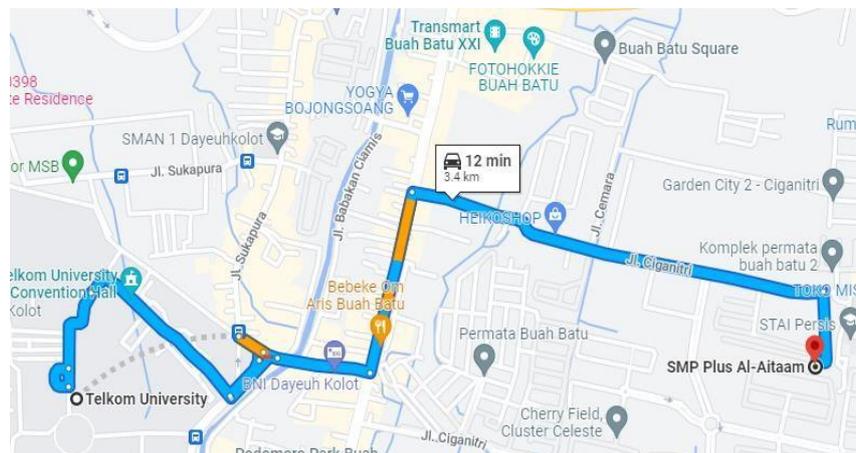
Gambar 2. Tampilan Instagram SMK Plus Al Aitaam Bandung

Selama ini, institusi pendidikan hanya dianggap sebagai penjual di pasar pendidikan, di mana tidak ada persaingan yang signifikan di antara calon siswa dan institusi pendidikan lain untuk perekrutan (Abrori, 2015). Oleh karena itu, untuk membuat sekolah lebih dikenal oleh masyarakat, strategi pemasaran melalui jejaring sosial seperti media sosial diperlukan (Li & Bernoff, 2008; Urmila et al., 2018). Tujuan dari strategi pemasaran sekolah adalah untuk meyakinkan masyarakat umum dan pelanggan (customer) pendidikan tentang keberadaan sekolah serta ketersediaan layanan yang memenuhi kebutuhan mereka (Tius & Margareta, 2018). We Are Social melaporkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada bulan Januari 2023 mencapai 212,9 juta, atau sekitar 77% dari populasi, atau naik 3,85% dari Januari 2022 menjadi 205 juta. Oleh karena itu, sekolah harus menggunakan strategi iklan media sosial seperti YouTube dan Instagram (Smith & Johnson, 2019; Lee & Kim, 2020).

Penggunaan media sosial di sekolah sangat penting untuk menarik perhatian orang tua, siswa, dan masyarakat umum (Brown & Davis, 2021). Sayangnya, jika lembaga pendidikan tidak memanfaatkan media sosial untuk kepentingannya. Johnson & Smith (2018) menemukan bahwa, meskipun penggunaan media sosial terkesan tidak serius dan lebih berfokus pada

hiburan dan narsisme, sebenarnya platform seperti website, YouTube, Twitter, Instagram, dan Facebook dapat membantu sekolah menyampaikan pesan kepada audiens yang lebih luas. Media sosial dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk maupun ide kepada pelanggan. Selain memiliki potensi hiburan, media sosial memiliki potensi komersial yang besar (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

SMK Plus Al Aitaam Bandung terletak di Desa Cipagalo, Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung, dan hanya berjarak 3,4 km dari Universitas Telkom. Karena kedua lokasi saling berdekatan, diharapkan pelaksanaan pelatihan (workshop) dapat berjalan dengan lancar, yang dapat bermanfaat bagi siswa, guru, dan karyawan.



Gambar 3. Peta Universitas Telkom dengan SMK Plus Al Aitaam Bandung

Dengan lokasi sekolah yang dekat dengan masyarakat dan jumlah guru dan karyawan yang memadai, diharapkan Kepala Sekolah dapat melihat peluang dan memanfaatkannya untuk meningkatkan ekonomi sekolah dan meningkatkan kesejahteraan guru dan karyawan. Untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi, ide-ide kreatif dan inovatif diperlukan. Sekolah memiliki banyak sumber daya dan teknologi, tetapi tidak digunakan dengan baik. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya pengetahuan serta inovasi guru tentang cara menggunakan teknologi untuk mempromosikan sekolah atau membuat merek.

Pemanfaatan media sosial menjadi sangat penting untuk mempromosikan sekolah serta membantu dalam pengembangan sekolah. Rettie, et. al (2009) mengatakan bahwa media sosial tidak hanya murah, tetapi juga memiliki jangkauan yang luas, yang berarti bahwa berita atau informasi yang diunggah dapat dilihat dan diakses oleh masyarakat kapanpun dan dimanapun. Selain itu, penggunaan media sosial mempersingkat jarak antara sekolah dan masyarakat yang terlibat di dalam kegiatan sekolah. Media sosial lebih sering digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang aktivitas sekolah. SMK Plus Al Aitaam Bandung sudah menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan dan ciri khas sekolah.

SMK Plus Al Aitaam Bandung berusaha menarik siswa yang memiliki kemampuan akademik yang baik tetapi memiliki sumber daya keuangan yang terbatas. Namun, sekolah tidak akan dapat mencapai tujuan mereka jika mekanisme promosi yang salah dan evaluasi yang tidak dioptimalkan digunakan. Oleh karena itu, branding menjadi alat penting untuk menunjukkan karakteristik sekolah dan mempromosikan sekolah.

Terdapat dua masalah yang dapat diidentifikasi berdasarkan latar belakang di atas:

1) Pemanfaatan media sosial yang tidak efektif.

Meskipun SMK Plus Al Aitaam Bandung memiliki akun Instagram untuk mempromosikan kegiatan sekolah, penggunaannya belum maksimal. Konten yang diunggah masih sangat sederhana dan hanya terdiri dari foto-foto kegiatan tanpa narasi atau penjelasan yang memadai. Selain itu, hanya poster yang disertakan dengan informasi dasar untuk penerimaan peserta didik baru (PPDB). Hal ini menyebabkan promosi sekolah tidak berhasil menarik perhatian masyarakat secara keseluruhan, terutama di era globalisasi saat ini. Diperlukan upaya untuk meningkatkan penggunaan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan pendekatan yang lebih terarah dan informatif.

2) Kurangnya pemanfaatan potensi ekonomi sekolah

Sekolah SMK Plus Al Aitaam Bandung tidak memanfaatkan potensinya, meskipun memiliki sumber daya yang memadai, seperti pendidik dan karyawan yang berkualitas, dan lokasi yang strategis di pusat kota. Meskipun demikian, belum ada upaya inovatif untuk memanfaatkan potensi ini untuk meningkatkan ekonomi sekolah. Pengembangan sekolah terhambat oleh ketidakmampuan guru untuk memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan atau membranding sekolah. Dibutuhkan tindakan yang lebih proaktif untuk memanfaatkan potensi yang ada. Ini termasuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan guru tentang cara menggunakan teknologi yang tersedia dan mengembangkan konsep kreatif yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi sekolah.

Di zaman sekarang, sangat penting untuk menggunakan media sosial di sekolah untuk menarik perhatian orang tua dan siswa (Smith & Johnson, 2019; Brown & Davis, 2021). Sayangnya sekali SMK Plus Al-Aitaam Bandung kehilangan kesempatan untuk memanfaatkan media sosial. Ada beberapa orang yang percaya bahwa penggunaan media sosial lebih berfokus pada kesenangan dan narsis dan tidak serius. Namun, media sosial seperti website, YouTube, Twitter, Instagram, dan Facebook dapat membantu sekolah menyampaikan pesan kepada publik (Syafitri & Costaner, 2019). Selain itu, Trusov, et.al (2009) menambahkan bahwa dammedia sosial dapat digunakan untuk mempromosikan produk atau ide kepada pelanggan.

Tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dari Prodi D3 Sistem Informasi Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom terdorong untuk memberikan pendampingan dalam optimalisasi media sosial untuk keberadaan SMK Plus Al-Aitaam Bandung dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB). Mereka memutuskan untuk melakukan ini karena keadaan dan realitas yang ada saat ini. Dengan branding media sosial yang dikelola dengan baik, diharapkan keberadaan sekolah akan lebih dikenal oleh masyarakat luas (Gensler, et. al, 2013; Chan & Saqib, 2019). Selain itu, karena branding sekolah dirancang dengan cara yang lebih modern,

inovatif, dan efisien, diharapkan branding tersebut dapat meningkatkan jangkauan jangkauan dan mendorong penerimaan siswa baru. Komentar yang diposting di media sosial diharapkan memenuhi atau bahkan melebihi target yang ditetapkan.

Program Pendidikan Berkualitas, salah satu dari Sustainable Development Goals (SDGs), didukung oleh kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. SDGs menganggap pendidikan berkualitas sebagai dasar untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. SMK Plus Al-Aitaam Bandung menerima pelatihan optimalisasi media sosial untuk mencapai tujuan SDGs dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Penggunaan media sosial yang efektif akan membantu sekolah menyampaikan informasi, mempromosikan keunggulan sekolah, dan meningkatkan partisipasi orang tua, siswa, dan masyarakat secara luas (Berthon, et. al 2012; Puspitarini & Nuraeni, 2019). Akibatnya, kegiatan ini dapat memberikan kontribusi terhadap pencapaian SDGs dalam bidang pendidikan berkualitas.

Metode

1. Metode Pelatihan (Workshop)

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan selama satu hari penuh dalam bentuk pelatihan. Tim pelaksana, yang terdiri dari satu tim dosen dari Prodi D3 Sistem Informasi Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom, akan melakukan observasi, melakukan survei di lokasi pengabdian, mengumpulkan data profil SMK Plus Al-Aitaam Bandung, memberikan instruksi kepada guru dan karyawan, dan membuat laporan pengabdian. Selain itu, kegiatan ini akan melibatkan empat siswa yang melibatkan proses pelatihan, dokumentasi, konsumsi, dan laporan administrasi pelatihan.

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PkM

Pelaksanaan kegiatan PkM ini akan dilakukan dalam jangka waktu empat bulan, yaitu dari Maret hingga Juni 2023. Tahapan kegiatan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Studi Pendahuluan

- a. Melakukan analisis situasi untuk memahami kondisi awal mitra.
- b. Pemetaan permasalahan yang akan diselesaikan dan pengusulan solusi.
- c. Menentukan target luaran dan kebutuhan sumber daya manusia.
- d. Kerjasama dengan SMK Plus Al-Aitaam Bandung melalui surat kesediaan mitra.
- e. Penyusunan rencana kerja dan jadwal pelaksanaan serta proposal pengusulan pengabdian.

2) Pelaksanaan

- a. Berkolaborasi dengan panitia dan mitra untuk mempersiapkan kegiatan PkM.
- b. Membuat konsep pelatihan (workshop) yang sesuai dengan tema yang diajukan.
- c. Mengumpulkan data profil SMK Plus Al-Aitaam Bandung.
- d. Mendata peserta pelatihan (workshop).
- e. Memaksimalkan penggunaan media sosial untuk mempertahankan eksistensi SMK Plus Al-Aitaam Bandung dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB) bagi guru dan karyawan.
- f. Materi pelatihan termasuk penyediaan materi, penciptaan cerita pendek dalam bentuk video, penciptaan poster, dan penyebaran konten di media sosial.

3) Evaluasi

- a. Melakukan evaluasi terhadap kegiatan PkM.
- b. Penyebaran feedback atau kuesioner kepada peserta pelatihan (workshop) untuk mendapatkan tanggapan mengenai kegiatan PkM ini.
- c. Menyusun laporan pengabdian berdasarkan hasil evaluasi untuk perbaikan kegiatan PkM selanjutnya.

Sebagai mitra pelaksanaan kegiatan PkM, SMK Plus Al-Aitaam Bandung akan berpartisipasi secara aktif dalam mendukung program ini. Hal ini meliputi keterlibatan pimpinan, guru, dan karyawan dalam kegiatan pelatihan. Tim pelaksana PkM melakukan koordinasi dengan pimpinan sekolah, guru, dan karyawan terkait pengumpulan data profil sekolah, pendataan peserta pelatihan, dan pelaksanaan kegiatan PkM. Peserta pelatihan (workshop) yang sudah terdaftar dan melakukan registrasi ulang dapat mengikuti kegiatan pelatihan sesuai dengan jenisnya. Peserta diwajibkan mengisi daftar hadir dan akan diberikan modul sebagai panduan pelatihan. Selain itu, peserta juga akan mendapatkan fasilitas seperti souvenir, door prize, dan konsumsi selama pelatihan berlangsung.

Kegiatan PkM ini sesuai dengan roadmap PkM di lingkungan Kelompok Keahlian Applied Information System (KK AIS) dan tujuan program PkM Universitas Telkom. Garis besar program kerja dalam kegiatan PkM mengacu pada Roadmap KK AIS tahun 2023-2025, yang meliputi pelatihan (workshop) dan evaluasi berdasarkan kebutuhan. Pelatihan (workshop) optimalisasi media sosial untuk eksistensi SMK Plus Al-Aitaam Bandung dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB) menggunakan pemanfaatan teknologi informasi. Solusi ini sejalan dengan roadmap PkM KK AIS tahun 2023-2025, yang mencakup pengembangan layanan dan produk serta pelatihan kepada mitra baru. Kegiatan ini sesuai dengan kondisi dan kebutuhan SMK Plus Al-Aitaam Bandung yang memiliki keterbatasan sumber daya manusia dan perangkat pendukung. Kerjasama yang berkelanjutan diharapkan terjalin dalam kegiatan PkM selanjutnya, dengan roadmap kegiatan PkM dalam tiga tahun ke depan (2022-2024), termasuk pelatihan soft skills di lingkungan SMK Plus Al-Aitaam Bandung.

Untuk mendukung eksistensi SMK Plus Al-Aitaam Bandung dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB), 20 siswa dan guru mengikuti pelatihan optimalisasi media sosial di salah satu ruang kelas sekolah pada hari Senin, tanggal 12 Juni 2023, dari pukul 08:00 hingga 15:30 WIB. Tim pelaksana kegiatan PKM Internal Skema Pelatihan Universitas Telkom terdiri dari dua dosen dari Program Studi (prodi) D3 Sistem Informasi Fakultas Ilmu Terapan dan dibantu oleh sepuluh mahasiswa selama persiapan, pelatihan, dan laporan administrasi untuk membantu proses pelatihan.

Hasil dan Pembahasan

Rangkuman tahapan pelaksanaan kegiatan PKM ini akan dilakukan selama 6 bulan (Januari hingga Juni 2023), yang terdiri dari studi pendahuluan, pelaksanaan, dan evaluasi. Adapun tahapan kegiatan yang akan dilakukan nantinya adalah sebagai berikut:

1. Studi Pendahuluan

Pada tahap pertama, dilakukan studi pendahuluan untuk mengetahui kondisi mitra sebelum dilakukan pelaksanaan kegiatan PKM. Kegiatan studi pendahuluan meliputi analisis

situasi, pemetaan permasalahan yang akan diselesaikan, pengusulan solusi, target luaran, dan kebutuhan sumber daya manusia. Tim dosen PKM kemudian melakukan kerjasama dengan SMK Plus Al-Aitaam Bandung yang secara legal dibuktikan dengan surat kesediaan mitra sasaran. Setelah itu, dilakukan penyusunan rencana kerja, jadwal pelaksanaan, serta tim pelaksana dalam bentuk proposal pengusulan pengabdian dan pembekalan tim pelaksana PKM.

2. Pelaksanaan

Tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan. Dalam rangkaian pelaksanaan kegiatan PKM, tim dosen serta mahasiswa mengkoordinasikan segala persiapan kegiatan PKM baik dengan panitia maupun mitra serta membuat konsep pelatihan (workshop) yang sesuai dengan tema yang diajukan. Secara umum, pelaksanaan kegiatan PKM ini dimulai dari tahapan pengumpulan data, mengumpulkan data profil SMK Plus Al-Aitaam Bandung, pendataan peserta pelatihan, serta pelaksanaan pelatihan. Pelaksanaan pelatihan optimalisasi media sosial untuk eksistensi SMK Plus Al-Aitaam Bandung dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB) diikuti oleh 20 siswa dan guru pada Senin, 12 Juni 2023, pukul 08:00-15:30 WIB, bertempat di Ruang Kelas SMK Plus Al-Aitaam Bandung.



Gambar 4. Workshop Pemanfaatan serta Optimalisasi Medsos Masing-Masing Peserta Pelatihan

Untuk memudahkan proses pelatihan, tim pelaksana kegiatan PKM Internal Skema Reguler Universitas Telkom terdiri dari 2 orang dosen dari Program Studi (prodi) D3 Sistem Informasi Fakultas Ilmu Terapan, serta dibantu oleh 10 orang mahasiswa selama proses persiapan, pelatihan, serta laporan administrasi. Bentuk pelatihan di antaranya pemberian materi, permainan, dan role-playing siswa secara berkelompok. Hasil data analisis skala sikap yang disebarakan kepada para peserta untuk mengoptimalkan media serta mempromosikan SMK Plus Al-Aitaam Bandung.



Gambar 5. Ice Breaking serta Games dari Perwakilan Mahasiswa kepada Peserta Pelatihan

3. Evaluasi

Tahapan terakhir dari kegiatan PKM ini adalah evaluasi, sebagai dasar untuk melakukan perbaikan pada proses pengabdian yang sedang berjalan dan perbaikan untuk kegiatan PKM yang akan datang. Untuk menilai pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat (PKM), umpan balik atau kuesioner yang dibuat oleh panitia dan dibagikan kepada peserta pelatihan, yaitu siswa kelas XII SMK Plus Al-Altam Bandung. Untuk mengetahui tanggapan mereka terhadap kegiatan PKM ini, mereka diminta untuk mengisi formulir kuesioner. Laporan pengabdian menyimpan hasil evaluasi pengabdian, yang dapat digunakan sebagai dasar untuk perbaikan kegiatan PKM berikutnya.



Gambar 6. Foto Bersama seluruh Panitia PkM dan Peserta Pelatihan

Untuk menilai pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat (PKM), umpan balik atau kuesioner yang dibuat oleh panitia dan dibagikan kepada dua puluh peserta pelatihan digunakan. Sebagian besar umpan balik peserta menyatakan bahwa mereka setuju dan sangat setuju dengan pelaksanaan kegiatan tersebut, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4.1: Penilaian Terhadap Kegiatan

NO	PENILAIAN TERHADAP KEGIATAN	STS	TS	N	S	SS
1	Materi dan kegiatan yang disajikan mudah dipahami dan jelas.	0	0	0	0	20
2	Pelaksanaan kegiatan ini tepat waktu dan memadai.	0	5	0	5	10
3	Materi dan kegiatan yang disajikan mudah dipahami dan jelas.	0	0	0	2	18
4	Panitia memberikan layanan yang baik selama kegiatan berlangsung.	0	0	0	3	17
5	Mitra menyambut dengan antusias dan berharap acara serupa dilakukan lagi di masa depan.	0	0	0	4	16
Jumlah		0	5	0	14	81
% (Jml Masing-Masing: Total)		0%	5%	0%	17%	78%
Jumlah % Setuju+Sangat Setuju		95%				

SS = Sangat Setuju, S = Setuju, N = Netral, TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju

Pengabdian masyarakat akan dilaksanakan pada Semester Genap 2022/2023 atau kuartal I dan II tahun 2023. Untuk meningkatkan posisi SMK Plus Al-Aitaam Bandung dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB), kegiatan yang akan dilakukan termasuk pelatihan tentang optimalisasi media sosial. Kegiatan akan diselenggarakan di SMK Plus Al-Aitaam, yang terletak di Jalan Ciganitri Nomor 1, Terusan Buah Batu Cipagalo, Bojongsoang, Kabupaten Bandung 40287.



Grafik 1. Kesesuaian Materi dengan Kebutuhan Mitra

Semua peserta pelatihan menyatakan setuju dan sangat setuju tentang apakah materi kegiatan PKM sesuai dengan kebutuhan mitra atau peserta. Ini menunjukkan bahwa materi yang diberikan dalam kegiatan PKM dapat memenuhi kebutuhan mitra tersebut.



Grafik 2. Kecukupan Waktu Pelaksanaan Pelatihan

Untuk waktu dan kesesuaian kegiatan, 20% peserta menyatakan tidak setuju karena dianggap kurang, tetapi 80% peserta menyatakan setuju dan sangat setuju. Menurut peserta, kegiatan PKM telah berjalan sesuai dengan harapan mereka.



Grafik 3. Kejelasan Materi Pelatihan

Dalam penilaian tentang seberapa jelas materi kegiatan PKM, sepuluh persen peserta menyatakan setuju, dan sembilan puluh persen menyatakan sangat setuju. Ini menunjukkan bahwa semua peserta memiliki pemahaman yang baik tentang materi yang disampaikan.



Grafik 4. Pelayanan Panitia Terhadap Mitra Pelatihan

Setiap peserta pelatihan menyatakan bahwa mereka puas (setuju) dengan layanan yang diberikan oleh tim dan panitia selama kegiatan PKM.



Grafik 5. Keinginan Mitra Terhadap Keberlanjutan Program Pelatihan

Sebagian besar mitra atau masyarakat sasaran (95%) berharap kegiatan PKM seperti ini dapat dilakukan di masa depan untuk memenuhi kebutuhan mereka, sesuai dengan program yang ada saat ini.

Dari penilaian mitra di atas, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan PKM ini sangat baik. Oleh karena itu, di masa mendatang, kegiatan PKM ini dapat dilanjutkan dengan topik pelatihan yang berbeda.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Optimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Eksistensi SMK Plus Al-Aitaam Bandung dalam PPDB" dilaksanakan pada tanggal 12 Juni 2023, melibatkan 20 siswa dan guru dari SMK Plus Al-Aitaam Bandung. Pelatihan diadakan di Ruang Kelas SMK Plus Al-Aitaam Bandung dari pukul 08:00 hingga 15:30 WIB. Tim pelaksana PKM terdiri dari dua dosen dari Program Studi Sistem Informasi D3 Fakultas Ilmu Terapan dan didukung oleh sepuluh mahasiswa untuk persiapan, pelaksanaan, dan laporan administrasi. Studi pendahuluan, pelaksanaan, dan evaluasi adalah tahapan kegiatan PKM. Studi pendahuluan mencakup analisis situasi, pemetaan masalah, penyusunan solusi, penetapan target luaran, dan pengenalan kebutuhan sumber daya manusia. Pengumpulan data, pelatihan, dan umpan balik peserta adalah semua aspek implementasi. Fokus evaluasi adalah untuk memperbaiki proses pengabdian saat ini dan memberikan dasar untuk kegiatan PKM yang lebih baik di masa mendatang. Peserta pelatihan menunjukkan bahwa mereka sangat puas dengan kegiatan PKM ini. Materi kegiatan dianggap memenuhi kebutuhan mitra atau peserta, waktu pelaksanaan dianggap tepat, dan materi dianggap jelas dan mudah dipahami. Selain itu, panitia menerima ulasan yang positif tentang layanan mereka. Selain itu, masyarakat sasaran dan mitra berharap kegiatan PKM ini dapat dilanjutkan di masa mendatang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa PKM "Optimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Eksistensi SMK Plus Al-Aitaam Bandung dalam PPDB" dinilai berhasil dan layak untuk dilanjutkan dengan topik yang berbeda di masa mendatang.

Berdasarkan hasil tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial yang efektif dan optimal dapat membantu SMK Plus Al-Aitaam Bandung dalam promosi sekolah dan meningkatkan penerimaan peserta didik baru. Oleh karena itu, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan guru dan karyawan tentang penggunaan media sosial. Sekolah perlu memberikan pelatihan reguler kepada stafnya tentang cara memanfaatkan media sosial dengan baik. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan internal atau dengan mengundang ahli eksternal untuk memberikan pelatihan kepada staf.
2. Mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terarah dan informatif. Selain hanya mengunggah foto-foto kegiatan, sekolah perlu membuat konten yang lebih menarik dan informatif, seperti video, cerita pendek, atau poster yang memberikan informasi yang lebih lengkap tentang sekolah dan keunggulannya.
3. Meningkatkan kerjasama dengan mahasiswa dan dosen dari perguruan tinggi terdekat. SMK Plus Al-Aitaam Bandung dapat menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi terdekat, seperti Universitas Telkom, untuk mendapatkan bantuan dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.
4. Memanfaatkan potensi ekonomi sekolah. Sekolah perlu mengidentifikasi peluang-peluang ekonomi yang ada di sekitar sekolah dan mengembangkan konsep kreatif untuk memanfaatkannya. Misalnya, sekolah dapat menjalin kerjasama dengan perusahaan atau lembaga di sekitar sekolah untuk menyediakan program magang atau pelatihan bagi siswa.
5. Melakukan evaluasi dan perbaikan secara berkala. Setelah mengimplementasikan strategi pemasaran melalui media sosial, sekolah perlu melakukan evaluasi untuk melihat efektivitasnya. Jika diperlukan, sekolah perlu melakukan perbaikan dan penyesuaian untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Dengan mengimplementasikan rekomendasi di atas, diharapkan SMK Plus Al-Aitaam Bandung dapat memanfaatkan media sosial dengan baik untuk mempromosikan sekolah dan mencapai target PPDB.

Daftar Pustaka

- Abrori, S. (2015). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 126-145.
- Berthon, P. R., Pitt, L. F., Plangger, K., & Shapiro, D. (2012). Marketing Meets Web 2.0, Social Media, and Creative Consumers: Implications for International Marketing Strategy. *Business Horizons*, 55(3), 261-271.
- Brown, R., & Davis, M. (2021). Utilizing Social Media Platforms for New Student Admissions in Higher Education Institutions. *Journal of Marketing for Higher Education*, 31(2), 123-138.
- Chan, C., & Saqib, N. (2019). Social Media Branding: A Comprehensive Review of Branding Practices on Social Media Platforms. *Journal of Marketing Communications*, 25(2), 169-185.
- Gensler, S., Völckner, F., Liu-Thompkins, Y., & Wiertz, C. (2013). Managing Brands in the Social Media Environment. *Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 242-256.
- Johnson, L., & Smith, M. (2018). Social Media Marketing Strategies for Educational Institutions: A Review. *International Journal of Business and Social Science*, 9(6), 54-63.
- Lee, S., & Kim, K. (2020). Exploring the Role of Social Media in School Promotion Strategies: A Case Study of XYZ School. *International Journal of Information and Education Technology*, 10(9), 687-694.
- Li, C., & Bernoff, J. (2008). Social Media in China: The Wall Street Journal Online Case. *Journal of Interactive Marketing*, 22(1), 48-61.
- Puspitarini, D., & Nuraeni, A. (2019). Utilization of Social Media in Marketing Communication in a Vocational School. *Proceeding of the International Conference on Education for Sustainable Development*, 1(1), 108-111.
- Rettie, R., Grandcolas, U., & Deakins, B. (2009). Text, Talk, Tag: The Social Media Foundations of Young Adults' Civic Lives. *International Journal of Emerging Technologies and Society*, 7(2), 86-100.
- Smith, J., & Johnson, A. (2019). The Impact of Social Media on School Promotion and Student Recruitment: A Case Study. *Journal of Educational Marketing*, 33(2), 146-159.
- Syafitri, D., & Costaner, A. (2019). Optimalisasi Media Sosial sebagai Alat Promosi dan Pemasaran Pendidikan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(2), 157-169.
- Tius, F. L., & Margareta, A. (2018). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pencapaian Target Siswa Baru di SMP Ksatrian Bogor. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 52-58.
- Trusov, M., Bucklin, R. E., & Pauwels, K. (2009). Effects of Word-of-Mouth Versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site. *Journal of Marketing*, 73(5), 90-102.
- Urmila, A. F., Kurniawan, T., & Ridwan, R. (2018). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen Produk Wardah di Pekanbaru). *Jurnal Manajemen*, 5(3), 1-11.

- We Are Social & Hootsuite. (2023). Digital 2022: Indonesia. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>.
- Williams, R., & Johnson, C. (2022). Optimizing Social Media for School Promotion: A Study of Best Practices. *Journal of School Public Relations*, 43(1), 78-92.
- Dian Herdiana. (2019). Pengembangan Konsep Smart Village Bagi Desa-Desa di Indonesia (Developing the Smart Village Concept for Indonesian Villages). July 2019 *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi* 21(1):1
- ENRD, (2018). "SMART VILLAGES REVITALISING RURAL SERVICES". *European Network for Rural Development*, no. 26, 2018.
- Bernadina Metboki, Ni Putu Adriani Astiti, Meitini Wahyuni Proborini (2016) Efektivitas Ekstrak Kulit Batang Ampupu (*Eucalyptus Alba Reinw. Ex. Blume*) Dalam Menghambat Pertumbuhan Jamur *Fusarium Sp.* Penyebab Busuk Tongkol Jagung (*Zea Mays L.*), *Jurnal Metamorfosa III*, (2): 59-64