

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI ERA DIGITAL SEBAGAI SARANA PROMOSI MI MUHAMMADIYAH CABANG KOTA UTARA KOTA GORONTALO

*Ikhlas Ul Aqmal¹, Hendra Pratama Danial², Nurfadliah³

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo

³Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Gorontalo

Penulis Korespondensi E-mail : ikhlasulaqmal@ung.ac.id

ABSTRACT

This community service project aims to enhance the promotional capabilities of MI Muhammadiyah North City Branch, Gorontalo, by utilizing social media in the digital era. The background of this activity stems from the school's lack of popularity amid the increasing competition among educational institutions, compounded by the limited knowledge of teachers regarding digital promotion strategies. The activity was conducted as a one-day seminar using lectures, discussions, and technical assistance methods, including training in creative content production for platforms such as Facebook, Instagram, WhatsApp, and TikTok. The outcomes indicated improved teacher understanding of the importance of school branding through social media and a renewed enthusiasm for implementing digital marketing techniques. This initiative is expected to be a starting point for the continuous implementation of targeted promotional strategies that align with current technological advancements in communication.

Keywords : Social media, digital promotion, MI Muhammadiyah, school branding

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan promosi MI Muhammadiyah Cabang Kota Utara Kota Gorontalo dengan memanfaatkan media sosial di era digital. Latar belakang kegiatan ini bermula dari minimnya popularitas sekolah di tengah persaingan antarlembaga pendidikan yang semakin ketat, ditambah dengan terbatasnya pengetahuan guru mengenai strategi promosi digital. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk seminar sehari dengan metode ceramah, diskusi, dan pendampingan teknis, termasuk pelatihan produksi konten kreatif untuk platform seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Hasil yang diperoleh menunjukkan adanya peningkatan pemahaman guru mengenai pentingnya branding sekolah melalui media sosial dan kembali bersemangat dalam menerapkan teknik pemasaran digital. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi titik awal untuk terus menerapkan strategi promosi yang tepat sasaran dan sejalan dengan kemajuan teknologi komunikasi saat ini.

Kata Kunci : Media sosial, promosi digital, MI Muhammadiyah, branding sekolah

PENDAHULUAN

Provinsi Gorontalo menjadi sebagai salah satu wilayah yang terus berkembang, memiliki masyarakat yang semakin aktif menggunakan internet dan media sosial. Terlihat dari peningkatan akses internet di daerah perkotaan maupun pedesaan di wilayah Provinsi Gorontalo memudahkan masyarakat untuk terhubung melalui media sosial. Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Gorontalo dalam Statistik Kesejahteraan Rakyat Provinsi Gorontalo 2023, lebih dari setengah penduduk Gorontalo memiliki akses internet. Dari total 1.192.737,00 jumlah penduduk Gorontalo pada tahun 2022, sekitar 63,77 persen diantaranya menggunakan internet dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Kultur digital yang terus berkembang seperti penggunaan media sosial Facebook, Instagram, dan TikTok telah menjadi bagian integral dalam komunikasi dan promosi. Provinsi Gorontalo dikenal dengan masyarakat yang aktif dalam komunitas, sehingga media sosial menjadi platform untuk berbagi informasi lokal secara luas.

MI Muhammaiyyah Cabang Kota Utara memiliki keunggulan dalam membentuk generasi cerdas, berakhlak, dan beriman. Namun di era digital, persaingan antara lembaga pendidikan yang semakin ketat dapat menurunkan popularitas dari itu sendiri, sehingga penggunaan media sosial menjadi salah satu solusi efektif untuk meningkatkan eksistensi dan mempromosikan MI Muhammaiyyah Cabang Kota Utara, namun pemanfaatan tersebut tidak dapat dilaksanakan secara efektif apabila terdapat keterbatasan pengetahuan penggunaan oleh sumber daya yang ada pada MI Muhammaiyyah Cabang Kota Utara itu sendiri. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat memiliki peran yang sangat penting.

Pengabdian masyarakat ini untuk mendukung MI Muhammaiyyah Cabang Kota Utara dalam menghadapi tantangan pemasaran konten di era digital melalui sosial media. Tujuan kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan bantuan kepada sumber daya manusia yang ada di MI Muhammaiyyah Cabang Kota Utara dalam mengoptimalkan penggunaan sosial media dalam peningkatan secara lebih luas branding, penguatan citra positif dan komunikasi dengan orang tua siswa melalui platform sosial media dengan menciptakan konten positif, identitas visual yang konsisten dan menarik, dan mengkampanyekan pendaftaran siswa baru, agar dapat mempromosikan branding islami kepada orang tua siswa.

Hal inilah yang mendorong kami sebagai tim dosen untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat “Pemanfaatan Media Sosial di Era Digital Sebagai Sarana Promosi MI Muhammadiyah Cabang Kota Utara Kota Gorontalo”.

METODE PELAKSANAAN

1. Persiapan. Tahap Persiapan yang dilakukan meliputi: (a) Survei lokasi; (b) Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran, penyusunan bahan atau materi sosialisasi serta penunjang lainnya serta penunjang lainnya seperti surat menyurat, spanduk, daftar hadir, konsumsi, transportasi dan lain-lain.
2. Pelaksanaan. Tahapan pelaksanaan yang dilakukan meliputi : (a) Mengidentifikasi kebutuhan yang ada hubungannya dengan program Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo (b) Menyusun proposal (merumuskan materi yang akan diberikan), (c) Melaksanakan kegiatan pengabdian (d) Memenuhi kelengkapan administrasi (e) Menyusun laporan

Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini sebagai berikut: (a) Metode ceramah digunakan oleh pemateri untuk menjelaskan materi yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial di era digital sebagai sarana promosi. (b) Metode diskusi dan sharing digunakan untuk memperdalam materi bahasan baik bentuk tanya jawab secara perorangan maupun perwakilan peserta. (c) Bimbingan teknis pendampingan pembuatan konten kreatif dan informatif menggunakan teknik fotografi dan desain grafis untuk meningkatkan kualitas gambar, menjadwalkan promosi secara teratur di media sosial yang dimiliki guru maupun madrasah, dan pemberian takarir (caption) deskripsi terkait kegiatan yang akan dilaksanakan madrasah. (d) Monitoring dan evaluasi keberhasilan pemanfaatan media sosial di era digital sebagai sarana promosi madrasah.

3. Evaluasi dalam kegiatan ini dilaksanakan dalam empat tahap yakni: (a) Mengukur peningkatan postingan promosi setelah penerapan program (b) Melakukan survei terhadap masyarakat terkait yang menjadi tujuan promosi madrasah. (c) Menganalisis hasil evaluasi untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. (d) Mengadakan pertemuan dengan guru-guru untuk mendengar umpan balik mereka dan merencanakan perbaikan program berdasarkan masukan tersebut.
4. Rencana Keberlanjutan Program Terkait perencanaan jangka panjang dengan mitra, diharapkan jalinan kerjasama di bidang Tridarma Perguruan Tinggi ini tetap dilaksanakan secara beruntun di setiap periode yang telah ditentukan khususnya menyangkut Edukasi/Sosialisasi/ Pelatihan bagi guru-guru di MI Muhammaiyyah

Cabang Kota Utara sebagai perwujudan penyampaian tanggungjawab sosial dan ekonomi kepada kepala madrasah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini berangkat dari adanya fakta bahwa MI Muhammadiyah Cabang Kota Utara Kota Gorontalo kurang populer di kalangan masyarakat sedangkan MI Muhammadiyah Cabang Kota Utara Kota Gorontalo mempunyai program unggulan dalam membentuk generasi cerdas, berakhlak, dan beriman. Permasalahan MI Muhammadiyah Cabang Kota Utara Kota Gorontalo perlu memperbaiki sumber daya manusia untuk dapat memberikan branding yang tepat kepada masyarakat sehingga program unggulan tersebut dapat sampai kepada masyarakat. Jika dilihat dengan adanya pengetahuan dan penerapan yang baik terhadap promosi bisa menolong madrasah dalam tercapainya keberhasilan yang diinginkan.

Pelatihan ini dilaksanakan dengan maksud untuk membantu MI Muhammadiyah Cabang Kota Utara Kota Gorontalo untuk mempunyai kemampuan dan pemahaman dalam penerapan promosi sekolah. Oleh sebab itu pelatihan ini memfokuskan pada penambahan pengetahuan dan pemahaman untuk guru tentang perlunya pemanfaatan media sosial di era digital sebagai sarana promosi sekolah. Kegiatan pengabdian ini yang menjadi peserta pelatihan adalah para guru MI Muhammadiyah Cabang Kota Utara Kota Gorontalo. Pelaksanaan pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan pengajaran dalam pemanfaatan media sosial di era digital sebagai sarana promosi sekolah. Pengabdian kepada masyarakat ini diinginkan bisa memperoleh manfaat dalam aspek pengembangan kompetensi para guru MI Muhammadiyah Cabang Kota Utara Kota Gorontalo untuk menghadirkan konten menarik kemudian konten tersebut dipromosikan yang tentunya dapat meningkatkan branding madrasah.

Berdasarkan hasil pengamatan langsung di lapangan, penulis membuat simpulan bahwasanya para guru condong belum paham betul akan pemanfaatan media sosial di era digital, dan bentuk promosi yang menarik seperti apa. Mereka hanya melakukan promosi di media sosial masing-masing ala kadarnya. Sosial media madrasah tidak dimanfaatkan dengan baik. Oleh sebab itu, tim pengabdi memberikan penjelasan beserta contohnya bagaimana membuat media promosi dan bagaimana pemanfaatan media sosial itu sendiri. Lebih lanjut dijelaskan apa dampak dari adanya pemanfaatan media sosial yang dilakukan. Media promosi yang dibuat guru-guru sekadar status WA dengan narasi random tergantung masing-masing

guru. Meneruskan chat promosi ke grup-grup whatsapp yang dimasuki. Padahal promosi yang baik sangat penting dalam rangka meningkatkan eksistensi sekolah. Masyarakat akan lebih mudah mengingat program-program sekolah dengan konten-konten dan cara promosi yang baik dan benar.

Dalam prosesnya, program ini dilaksanakan dengan melakukan analisa kendala promosi madrasah melalui tanya jawab langsung bersama para guru. Setelah mengetahui kendala-kendala yang dialami, selanjutnya dilakukan proses pengenalan konten-konten yang dapat menarik antusias masyarakat. Lebih lanjut, aplikasi-aplikasi yang dapat digunakan di smartphone disarankan untuk diinstall untuk memudahkan dalam membuat media promosi. Memberikan pemahaman dalam penggunaan takarir/caption yang informatif dan tidak membosankan pembacanya. Para guru mengaku setelah dilakukan proses-proses di atas, merasa bergairah dan bersemangat dalam penerapan pemasaran media sosial untuk meningkatkan branding sekolah. Hal tersebut tidak lain merupakan pengaruh dari adanya pengetahuan akan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Hal tersebut sejalan dengan pengabdian yang dilakukan oleh Diwyarthi (2023); Oktalyra dan Ananda (2021); Putri et al. (2023); Aqmal dan Mattoasi (2024); Supriyadi et al. (2022).





KESIMPULAN

Pengabdian pemanfaatan media sosial di era digital sebagai sarana promosi pada MI Muhammadiyah Cabang Kota Utara Kota Gorontalo adalah langkah permulaan dalam menginisiasi penerapan strategi promosi yang lebih baik dan terarah, ini dapat dilihat dari kesesuaian dengan kondisi masa kini. Tetapi pemanfaatan media sosial di era digital sebagai sarana promosi tentunya bukanlah hal yang bisa dicapai dalam kurun waktu yang cepat, para guru perlu melakukan usaha secara berkesinambungan, adanya peningkatan frekuensi dalam promosi, dan menggunakan media promosi yang mudah dan banyak diakses oleh masyarakat luas. Setelah memiliki konten promosi, berikutnya guru bisa menciptakan konten promosi yang lain dengan mengangkat tema terkini yang lagi viral, yang sedang hits di media sosial. Mengajak para siswa dalam membuat konten promosi. Setelah pengabdian ini dilaksanakan,

akan ada kemungkinan kegiatan pengabdian selanjutnya, akan dijalin kerjasama antar madrasah bersama mahasiswa generasi Z yang akan membantu membuat konten sesuai usia mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sampaikan terimakasih tak terhingga kepada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberi kesempatan untuk para dosen melakukan pengabdian pada masyarakat, dan terimakasih tak terhingga kepada guru Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Cabang Kota Utara yang antusias dalam menerima informasi yang kami sampaikan. Dan tak lupa pula disampaikan terimakasih kepada adik-adik mahasiswa yang telah membantu kelancaran jalannya kegiatan ini.

REFERENSI

- Aqmal, I. U., & Mattoasi. (2024). Pemasaran konten untuk meningkatkan kesadaran merek UMKM Desa Botutonuo. *Sosiologi Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 120-124.
- BPS Provinsi Gorontalo. (2023). *Statistik Kesejahteraan Rakyat Provinsi Gorontalo 2023*.
- Diwyarthi, N. D. M. S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial dalam Peningkatan Promosi Desa Wisata Bongan Kabupaten Tabanan Bali. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 300-310.
- 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.
- Putri, R. E., Wasito, M., & Lestari, A. N. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Suka Damai. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 667-675.
- Supriyadi, S., Christian, A., Suryani, I., & Rusdi, I. (2022). Pelatihan Canva Dalam Pembuatan Konten Promosi Media Sosial TikTok Pada Fatayat NU. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(6), 566-572.