

Optimalisasi Sosial Media Dalam Meningkatkan Pengembangan Branding Lembaga Sekolah Laboratorium UNPATTI

¹ **Vicky Dwi Wicaksono***
Pendidikan Guru Sekolah Dasar,
FIP Unesa
Jalan Lidah Wetan, Surabaya
60213, Indonesia
vickywicaksono@unesa.ac.id

² **Hafid Kholidi Hadi**
Bisnis Digital, FEB Unesa
Jalan Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia
hafidhadi@unesa.ac.id

³ **Mas Suryanto, H.S**
Teknik Sipil, FT Unesa
Jalan Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia
massuryanto@unesa.ac.id

⁴ **Achmad Kautsar**
Bisnis Digital, FEB Unesa, Jalan
Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia
achmadkautsar@unesa.ac.id

⁵ **Andhega Wijaya**
Pendidikan Jasmani, Kesehatan,
dan Rekreasi, FIKK Unesa, Jalan
Lidah Wetan, Surabaya 60213,
Indonesia
andhegawijaya@unesa.ac.id

Abstract

Social media has a function in conveying information quickly and flexibly. SMA Laboratorium UNPATTI is expected to utilize social media to develop the learning process at SMA Laboratorium UNPATTI. To overcome partner problems, by providing training on optimizing social media in teacher development at SMA Laboratorium UNPATTI, it is expected to be able to increase knowledge and improve teacher professionalism. The method of this community service activity starts from the field survey stage, preparation, to implementation. The survey stage is carried out with school partners to identify obstacles, needs, and opportunities faced. The output of this community service is an understanding of the importance of social media in school branding. The level of acceptance of teacher technology towards social media through a questionnaire is 85% understanding the importance of social media, and 95% understanding the benefits of social media for professional development. As many as 80% of participants have never received social media marketing training before and 95% showed sufficient interest in taking part in training on social media.

Keywords: Training, social media, SMA Laboratorium UNPATTI

Abstrak

Media sosial memiliki fungsi dalam menyampaikan informasi dengan cepat dan fleksibel. SMA Laboratorium UNPATTI diharapkan pemanfaatan social media bisa mengembangkan proses pembelajaran di SMA Laboratorium UNPATTI. Untuk mengatasi permasalahan mitra, dengan cara memberikan pelatihan tentang optimalisasi sosial media dalam pengembangan guru di SMA Laboratorium UNPATTI tersebut diharapkan mampu menambah pengetahuan serta meningkatkan profesionalisme guru. Metode kegiatan pengabdian ini dimulai dari tahap survey lapangan, persiapan, hingga implementasi. Tahap survey dilakukan dengan mitra sekolah untuk mengidentifikasi kendala, kebutuhan, dan peluang yang dihadapi. Output dari pengabdian masyarakat ini adalah pemahaman tentang pentingnya sosial media dalam branding sekolah. Tingkat penerimaan teknologi guru terhadap sosial media melalui kuisisioner sebanyak 85% memahami pentingnya media sosial, dan 95% memahami manfaat media sosial bagi pengembangan profesional. Sebanyak 80% peserta sebelumnya belum pernah mendapatkan pelatihan pemasaran media sosial dan 95% menunjukkan minat yang cukup untuk mengikuti pelatihan tentang media sosial. Selain itu, penggunaan media sosial yang tepat juga dapat mempercepat distribusi informasi, memudahkan proses pembelajaran jarak jauh, serta memberikan ruang bagi guru untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman.

Kata Kunci: Pelatihan, sosial media, SMA Laboratorium UNPATTI

PENDAHULUAN

Penelitian yang diterbitkan pada “Digital 2021: *The Latest Insights Into The State of Digital*”, bahwa rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan media sosial selama 3 jam 14 menit dalam sehari. Pada Januari 2021 sendiri total populasi di Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa. Di mana 61,8% diantaranya (atau sekitar 170 juta jiwa) aktif menggunakan media sosial dalam keseharian. Fakta di atas membuktikan bahwa di era digital seperti sekarang, media sosial memiliki pengaruh yang masif

terhadap kehidupan masyarakat. Sehingga strategi marketing menggunakan media sosial dianggap ampuh untuk menjangkau berbagai calon konsumen di Indonesia dengan rentang usia beragam.

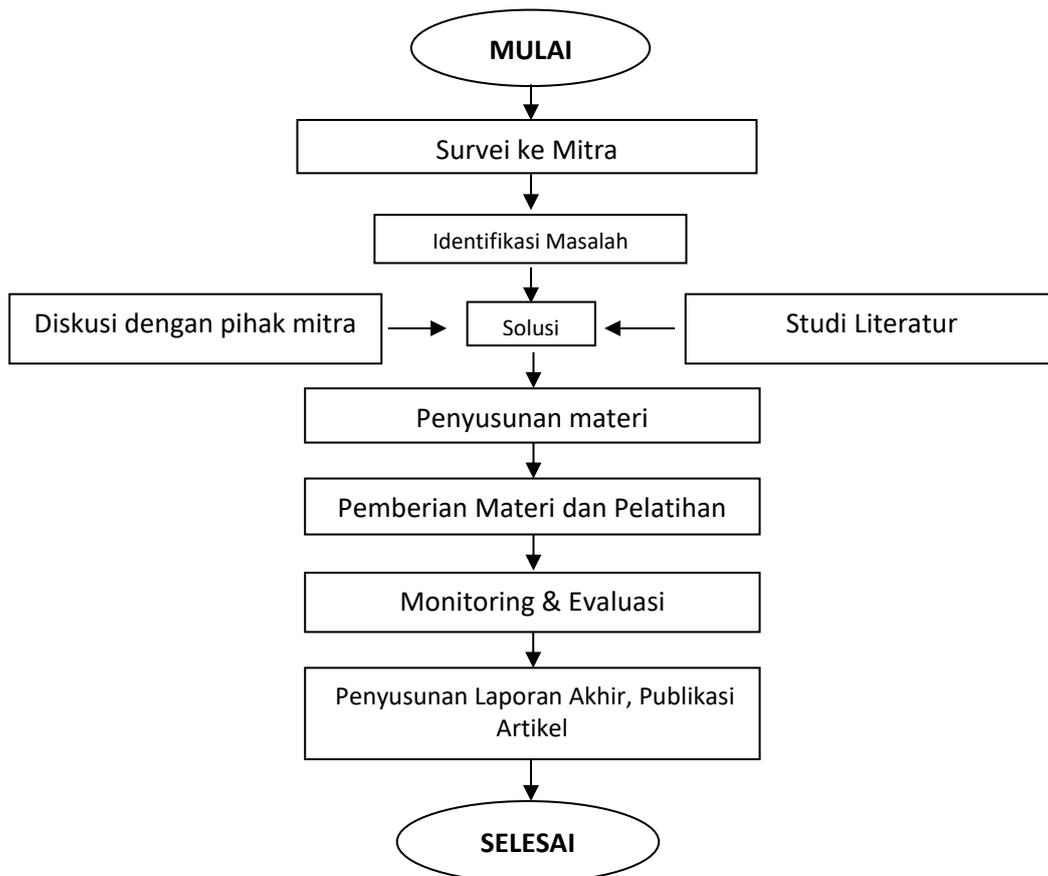
Pendidikan merupakan kebutuhan seluruh manusia di dunia dan juga sebagai jembatan masa depan, nilai, antar generasi dan peradaban. Sebagai jembatan, pendidikan berperan sebagai sistem yang mentransformasikan seluruh modalitas bangsa menuju cita-cita ideal generasi penerus bangsa. Pendidikan berperan dalam mendukung kemajuan bangsa melalui kualitas manusia yang melaksanakan fungsi institusi sekolah, terutama dalam sikap dan kompetensinya (Arraniri, *et al.* 2021). Tantangan internal dan eksternal yang dihadapi bangsa saat ini dan ke depan juga menjadi pertimbangan dalam mengembangkan kurikulum 2013. Tantangan internal yang dihadapi bangsa terutama semakin meningkatnya jumlah penduduk usia produktif yang akan mencapai puncaknya pada tahun 2020-2035 pada saat angkanya mencapai 70% (Machali, 2014). Perkembangan penduduk ini merupakan bonus demografi yang harus dimanfaatkan menjadi sumberdaya manusia Indonesia yang memiliki kompetensi dalam hal penguasaan pengetahuan, keterampilan dan sikap religius, sehingga membentuk karakter generasi penerus bangsa menjadi warga negara yang mandiri dalam meniti masa depan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Sedangkan tantangan eksternal terkait dengan arus globalisasi dan berbagai isu yang terkait dengan masalah lingkungan hidup, kemajuan teknologi dan informasi, serta kebangkitan industri kreatif dan budaya (Zainudin, 2015). Semua ini hendaknya dapat dimanfaatkan untuk dapat menguatkan budaya lokal (*local genius dan local wisdom*), nilai-nilai karakter sebagai pembangunan kembali potensi lokal, pemanfaatan sumber daya alam secara seimbang dan dasar pengembangan kewirausahaan dan ekonomi kreatif, sehingga mampu membangun citra dan identitas bangsa, serta memberikan dampak ekonomi dan sosial yang positif. Pendidikan kewirausahaan mempunyai beberapa tujuan untuk mempersiapkan peserta didik memiliki kecakapan hidup (*life skill*) yang kreatif, berani, berjiwa wirausaha (bukan bermental pegawai), mempersiapkan lulusan menjadi pribadi yang maju, dan memiliki kualitas hidup yang lebih baik. Sehingga masalah ketenagakerjaan di Indonesia dapat teratasi, serta kemajuan bangsa dapat terwujud (Laila & Hadi, 2020).

METODE

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan metode pendekatan berupa pelatihan terpadu. Pendekatan pelatihan yang diberikan diawali dengan pemberian materi terkait *Social media* pada guru di SMA Laboratorium UNPATTI. Secara lebih spesifik kegiatan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut.

Dengan adanya 4 metode tersebut diharapkan PKM ini dapat memberikan solusi terhadap masalah mitra. Mitra yang terlibat dalam PKM ini yakni adalah seluruh guru SMA Laboratorium UNPATTI. Kegiatan PKM akan dilaksanakan dalam tiga tahap yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Tahapan tersebut digambarkan dalam bagan dibawah ini:



Gambar 1. Alur pelaksanaan

a. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan dilakukan analisis kebutuhan dan koordinasi dengan mitra terkait serta persiapan, perencanaan kegiatan Pelatihan optimalisasi social media dalam branding lembaga. Program yang dibuat adalah berdasarkan analisis awal bentuk pengabdian masyarakat yang dibutuhkan oleh kepala sekolah, yang kemudian ditindaklanjuti dengan menyusun proposal.

b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, kegiatan dilakukan dalam bentuk pelatihan. Pelatihan dilaksanakan secara luring dengan menyiapkan alat dan bahan yang digunakan. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dengan mengundang seluruh guru SMA Laboratorium UNPATTI. Bersama mitra, tim PKM melakukan pelatihan yang terdiri dari aktivitas penyampaian materi dan latihan simulasi membuat konten social media.

c. Tahap Evaluasi

Tahap selanjutnya adalah evaluasi dilakukan setelah kegiatan PKM dilaksanakan. Program kegiatan yang telah dilaksanakan dievaluasi, mulai dari kegiatan perencanaan hingga pada kegiatan pendampingan penyusunan proposal. Hal-hal yang dianggap kurang efektif dalam pelaksanaan dianalisis, dicatat, dan dijadikan dasar dalam melaksanakan program yang serupa di masa yang akan datang. Selain itu, tim pengabdian kepada masyarakat juga menyusun laporan kegiatan akhir sebagai bentuk pertanggungjawaban tim terhadap Universitas Negeri Surabaya dalam melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari tiga tahap rencana pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang telah disusun telah dilakukan dan tercapai dengan cukup baik. Adapun hasil dari masing-masing tahap yang telah dilakukan dijelaskan sebagai berikut.

a. Tahap Persiapan

Tahap ini, tim melakukan studi literature untuk menyusun materi yang berupa handout untuk memudahkan mitra dalam memahami materi. Selain itu, pada tahap ini, tim melakukan persiapan kelengkapan peralatan dan sarana penunjang guna memperlancar kegiatan yang dilakukan di mitra PKM.



Gambar 2. handout materi sosial media

b. Tahap Pelatihan

Pembukaan acara dipimpin langsung oleh Kepala Badan Pengelola Usaha dan dihadiri oleh pengurus orang guru. Dalam pembukaan Kepala Pusat PKM UNESA menyampaikan latar belakang pelaksanaan PKM, dilanjutkan dengan sambutan dan penerimaan dari pihak Sekolah yang menyampaikan ucapan terimakasih atas dipilihnya sekolah laboratorium UNPATTI sebagai tempat PKM, Serta menyampaikan sejarah singkat keterkaitan antara peran perguruan tinggi, yang memiliki amanah untuk menyiapkan dan meningkatkan softskills dan hardskills dari generasi muda.



Gambar 3. Pelaksanaan Workshop Pelatihan

Selanjutnya adalah penyampaian materi tentang social media marketing untuk mendukung branding dan pembelajaran di sekolah. Dengan berkembangnya tuntutan dan tantangan pada industry 4.0 terbuka sekaligus bisa menjadi peluang bagi setiap orang, tidak terkecuali bagi siswa yang masih menempuh Pendidikan. Fakta di atas membuktikan bahwa di era digital

seperti sekarang, media sosial memiliki pengaruh yang masif terhadap kehidupan masyarakat. Sehingga strategi marketing menggunakan media sosial dianggap ampuh untuk menjangkau berbagai calon konsumen di Indonesia dengan rentang usia beragam.

Narasumber menjelaskan kompetensi dasar yang terdapat pada modul, antara lain 1) pengertian dan ruang lingkup sosial media, 2) Perencanaan sosial media, dan 3) cara kerja sosial media marketing. Peserta Nampak sangat antusias dalam mengikuti pemaparan materi dikarenakan contoh yang diilustrasikan sangat dekat dengan audisens guru.

c. Tahap Monitoring

Pada tahap ini monitoring dan evaluasi dilakukan dengan memberikan pendampingan serta penilaian melalui kuisioner.

No	Pertanyaan
1	Apakah Saudara paham yang dimaksud dengan social media
2	Apakah saudara pernah memiliki/mengelola social media sebelumnya
3	Jika Saudara belum memiliki social media, apakah saudara berniat mengelola social media?
4	Apakah sebelum pelatihan ini Anda memahami pentingnya social media
5	Jika Anda berniat dan sudah memiliki social media, apakah saudara akan secara rutin mengelola social media?
6	Apakah Anda paham tentang manfaat social media
7	Apakah menurut Anda social media akan membantu pengembangan profesional Anda?
8	Apakah setelah pelatihan ini Anda akan berniat mengelola social media untuk pengembangan diri?
9	Apakah Anda sebelumnya sudah pernah mengikuti pelatihan pengelolaan social media?
10	Apakah menurut Anda dengan diberikan pelatihan diharapkan akan mengubah pemikiran Anda tentang optimalisasi social media?

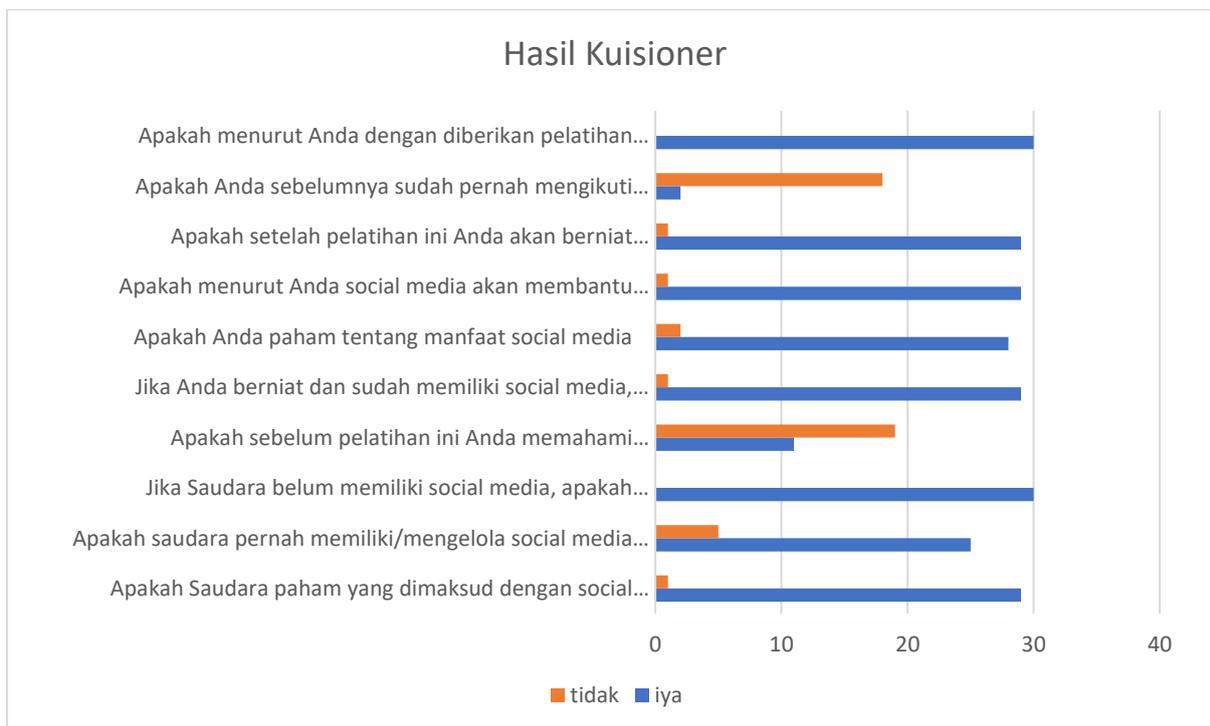


Gambar 4. Tangkapan layar salah satu sosial media sebelum pelatihan



Gambar 5. Tangkapan layar salah satu sosial media setelah pelatihan

Pada Gambar 4. Dapat dijelaskan bahwa SMA labratorium UNPATTI telah memiliki sosial media sebagai sarana komunikasi dan publikasi dengan lingkungan eksternal, namun beberapa hal yang belum dilakukan adalah konsistensi dalam unggahan serta belum menggunakan hastag pada setiap postingan. Hal ini membuat SMA laboratorium UNPATTI kurang dikenal oleh target pelanggan. Serta fungsi dari penggunaan hastag pada setiap postingan tersebut berfungsi membantu Masyarakat yang lebih luas yang tertarik dengan suatu topik akan menemukan postingan terkait dengan topik tersebut. Nampak pada Gambar 5. Dimana dengan konsistensi dan penggunaan hastag pada setiap konten di sosial media dapat meningkatkan *engagement* dengan bukti adanya penambahan jumlah follower, penambahan jumlah respon berupa *like* pada setiap postingan serta mendapatkan response/komentar positif dari Masyarakat/orang pada konten tersebut.



Gambar 6. Grafik Hasil Kuisisioner Pasca Pelatihan

Selanjutnya, berdasarkan Gambar 6, seluruh peserta memahami definisi media sosial, dan pernah memiliki/mengelola media sosial sebelumnya. Sebanyak 85% memahami pentingnya media sosial, dan 95% memahami manfaat media sosial bagi pengembangan profesional. Sebanyak 80% peserta sebelumnya belum pernah mendapatkan pelatihan pemasaran media sosial dan 95% menunjukkan minat yang cukup untuk mengikuti pelatihan tentang media sosial. Responden menyatakan bahwa metode

pelatihan media sosial efektif untuk memberikan keterampilan teknis dalam menggunakan media sosial, tidak hanya sebagai media komunikasi saja, tetapi juga dikembangkan secara optimal untuk kepentingan Lembaga dan individu.



Gambar 7. Luaran PKM pada media Youtube

PENUTUP

Berdasarkan hasil pelatihan dan pendampingan dapat disimpulkan bahwa sebagian besar peserta belum pernah mengikuti sosialisasi terkait media sosial. Peserta juga belum pernah memahami manfaat dari penggunaan beberapa aplikasi untuk perancangan dan penggunaan di media sosial, serta manfaat yang diperoleh. Berdasarkan hasil angket diketahui bahwa narasumber telah menyampaikan materi yang mudah dipahami dan mudah diimplementasikan dalam praktik manajemen sosial media. Saran yang direkomendasikan kepada pengelola dan guru di sekolah laboratorium UNPATTI antara lain mengoptimalkan fungsi media sosial dalam pengembangan lembaga dan profesional guru dan secara rutin melakukan postingan pada sosial media sehingga dapat memperluas pangsa pasar calon pendaftar di sekolah laboratorium UNPATTI.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arraniri, I., Purba, S., Kussanti, D. P., Lisnawati, T., Kurniawan, A., Putri, Y. D. S., & Nurislamiah, M. 2021. *Tantangan Pendidikan Indonesia di Masa Depan*. Penerbit Insania.
- [2] BPS. 2021. Tingkat Pengangguran Terbuka TPT sebesar 6,49%. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/1816/agustus-2021--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-6-49-persen.html>. Diakses 5 Januari 2025.
- [3] BPS. 2022. Kebijakan Ekonomi Kreatif 2016-2022. Diakses 1 April 2022 dari < <https://www.bps.go.id/news/2016/12/16/171/launching-publikasi-ekonomi-kreatif-2016.html>>. Diakses 4 Januari 2025.
- [4] Fauqa, R. A., & Thomas, Y. 2013. Pengaruh Mata Pelajaran Muatan Lokal Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 2(10).
- [5] Intansari, A. V. 2016. Manajemen kurikulum muatan lokal kewirausahaan untuk menumbuhkan minat berwirausaha peserta didik (studi kasus di SMA Selamat Pagi Indonesia)(Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).
- [6] Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2022. Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 56/M/2022. https://jdih.kemdikbud.go.id/sjdih/siperpu/dokumen/salinan/salinan_20220215_093900_Salinan%20Kepmendikbudristek%20No.56%20ttg%20Pedoman%20Penerapan%20Kurikulum.pdf
- [7] Laila, V., Hadi, S., & Subanji, S. 2019. *Pelaksanaan pendidikan literasi finansial pada siswa sekolah dasar*. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 4(11), 1491-1495.
- [8] Machali, I. 2014. *Kebijakan perubahan kurikulum 2013 dalam menyongsong Indonesia emas tahun 2045*. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1), 71-94.

- [9] Nurmalia, M. 2014. *Pengaruh pengetahuan dasar ekonomi dan hasil belajar muatan lokal kewirausahaan terhadap perilaku ekonomi siswa di kelas XI IPS SMA Negeri 6 Malang*. Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang.
- [10] Simarmata, J., Abi Hamid, M., Ramadhani, R., Chamidah, D., Simanihuruk, L., Safitri, M., & Salim, N. A. 2020. *Pendidikan Di Era Revolusi 4.0: Tuntutan, Kompetensi & Tantangan*. Yayasan Kita Menulis.
- [11] Usman, H., & Raharjo, N. E. 2012. *Model Pendidikan Karakter Kewirausahaan di Sekolah Menengah Kejuruan*. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 21(2).
- [12] Zainuddin, H. M. 2015. *Implementasi kurikulum 2013 dalam membentuk karakter anak bangsa*. *Universum: Jurnal KeIslaman Dan Kebudayaan*, 9(1).