



Pelatihan Komunikasi Pembelajaran dan Pemasaran Online di Sekolah Bersubsidi SDI Ruhul Amin, Tangerang Selatan

Lukman Waluyo⁽¹⁾, Ruth M Bunga Wadu⁽²⁾, Sarika Afrizal⁽³⁾

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik⁽¹⁾, Fakultas Ilmu Komputer^(2,3)

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta^(1,2,3)

email: lukman@upnvj.ac.id, ruthbungawadu@upnvj.ac.id, sarika.afrizal@upnvj.ac.id

Jl. Rs. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12450, Indonesia

Abstrak

Komunikasi pemasaran adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Komunikasi pemasaran mempresentasikan "suara" perusahaan dan mereknya serta merupakan sarana di mana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen. "SDI Ruhul Amin". Adalah sekolah yang terletak di Kelurahan Cempaka Putih, Kecamatan Ciputat timur, Tangerang Selatan. Sekolah ini merupakan sekolah bebas biaya yang bermimpi untuk melahirkan generasi pembelajar yang berakhlak mulia serta mampu memberikan kebermanfaatan pada kemanusiaan. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan pelatihan pemasaran dan pembelajaran digital bagi SDI Ruhul Amin agar dapat memperlancar kegiatan belajar-mengajar siswa dan mendapatkan lebih banyak bantuan pembiayaan yang dapat menunjang keberlangsungan program di sekolah tersebut. Setelah dilaksanakannya kegiatan ini, akan dilakukan secara kontinyu dengan mandiri oleh pengelola SDI Ruhul Amin untuk pengembangan kemampuan komunikasi pemasaran mereka.

Kata kunci: pemasaran, pembelajaran, online

1 PENDAHULUAN

SDI Ruhul Amin adalah sekolah bebas biaya yang bermimpi untuk melahirkan generasi pembelajar yang berakhlak mulia serta mampu memberikan kebermanfaatan pada kemanusiaan. SDI Ruhul Amin sudah berdiri sejak tahun 1987 dan sudah meluluskan 26 angkatan. SDI Ruhul Amin sedang berikhtiar untuk menjadi sekolah model berbasis komunitas dan sukarelawan yang berkomitmen untuk tidak memungut sepeserpun biaya bagi anak-anak yang berasal dari keluarga yang kurang beruntung.

SDI Ruhul Amin tidak memungut uang apapun untuk siswa yang berasal dari keluarga kurang mampu. Biaya operasional sekolah ini 40% pembiayaannya dicover dari dana Bantuan



Operasional Sekolah (BOS). Selebihnya dibantu oleh perorangan, komunitas dan yayasan yang setiap bulannya #PatunganPendidikan mulai dari Rp.50.000 sampai Rp.100.000.

Di SDI Ruhul Amin terdapat 4 Relawan Guru Pembelajar dan seorang operator sekolah yang setiap harinya mendampingi adik-adik kita merangkai mimpi masa depannya. SDI Ruhul Amin ingin mengajak lapisan masyarakat untuk terlibat dalam gerakan dukungan pembiayaan yang diperuntukan bagi kelangsungan operasional sekolah.

Namun bagaimana cara pengelola untuk menarik minat donatur, yayasan atau sekolah serupa di Indonesia jumlahnya tidak sedikit. Dengan upaya pengelola dalam mempromosikan SDI Ruhul Amin, pengelola berharap SDI Ruhul Amin dapat menjadi tempat yang layak untuk melanjutkan pendidikan masyarakat yang kurang mampu dan dapat bersaing dengan sekolah lainnya di Indonesia. Beberapa upaya yang sudah dilakukan oleh pihak pengelola SDI Ruhul Amin dalam mempromosikan sebagai objek wisata berupa promosi melalui media sosial yang termaksud ke dalam bagian dari kegiatan promosi. Namun kegiatan tersebut tentunya masih dapat ditingkatkan kembali. Pengelola objek wisata SDI Ruhul Amin masih banyak yang tidak mengetahui bagaimana cara praktik komunikasi pemasaran yang baik untuk menunjang promosinya terutama dalam komunikasi pemasaran digital.

Selain itu, di masa pembelajaran hybrid seperti ini, SDI Ruhul Amin masih belum efektif melakukan pembelajaran online dan hybrid, dikarenakan terbatasnya fasilitas dan juga pengetahuan dari sumber daya yang ada. Oleh karena itu kami selaku tim PKM dari UPN Veteran Jakarta akan melakukan pelatihan pembelajaran online dan juga pelatihan penggalangan donasi secara online

2 METODOLOGI

Metode kegiatan PKM ini dengan menggunakan beragam metode pelatihan sebagai berikut:

1. Ceramah. Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep pelatihan digital marketing yang penting untuk dimengerti dan dikuasai oleh peserta.
2. Latihan / Praktik. Pemilihan metode ini bertujuan agar peserta secara langsung dapat mengaplikasikan pelatihan digital marketing. Selain hal tersebut peserta pun akan melakukan FGD tentang peluang apa yang bisa dimanfaatkan di zaman digital ini. Adapun yang kami gunakan adalah untuk bisa mendorong kegiatan dan juga dinamika dialog dalam workshop adalah google form dan quiziz.
3. Preview, Evaluasi dan Tanya Jawab. Metode ini digunakan sebagai acuan untuk menilai seberapa besar kemampuan pemahaman peserta terkait pelatihan digital marketing. Peserta akan diminta untuk melakukan brainstorming dan praktek langsung.
4. Praktek langsung disini dengan melakukan simulasi pembuatan video animas pembelajaran yang menarik dengan menggunakan aplikasi Powtoon, dan juga Canva. Serta pelatihan memasang iklan di media sosial untuk penggalangan donasi secara online



3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian dilakukan dilakukan secara offline dan online. Kegiatan offline dilakukan pada hari Senin, 6 September 2021 dikarenakan sebelumnya terus berlaku PPKM. Kegiatan akan dilaksanakan di SDI Ruhul Amin yang beralamat di Jl. Pesona Gintung No.44, Cempaka Putih, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15412. Sedangkan kegiatan PKM online akan dilakukan bekerja sama dengan PT. Asoka Tiga Sekawan via Zoom atau Google Meet pada tanggal 20 - 26 September 2021. Detail acara dapat dilihat di www.asokamarketingworkshop.com.

Kegiatan offline berlangsung dengan 3 pembicara, Sarika Afrizal, M.Kom., Ruth M Bunga Wadu S.Kom.,MMSI., dan Lukman Saleh, M.Si. Sarika membawakan materi tentang pembelajaran menyenangkan menggunakan Google dan Kahoot, Ruth membawakan materi tentang PowToon (<https://www.powtoon.com/>) untuk pembelajaran online, dan Lukman membawakan materi tentang bagaimana menggalang donasi dengan menggunakan iklan Instagram. SDI Ruhul Amin memang masih disubsidi oleh para donatur sehingga diperlukan juga kemampuan menggalang dana. Dan sampai saat ini ditulis, SD Ruhul Amin masih menggunakan pembelajaran online karena belum diterbitkan izin untuk mengadakan pembelajaran tatap muka. Oleh karena itu diperlukan bagaimana menyampaikan materi pembelajaran dengan menyenangkan.

Acara ini dihadiri oleh para guru dan mahasiswa magang program Kampus Merdeka yang membantu proses belajar mengajar. Acara berlangsung dari pukul 9 sampai pukul 10 untuk persiapan, lalu jam 10-12 untuk penyampaian materi serta diskusi serta tanya-jawab. Acara ditutup dengan makan siang dan foto bersama.





Gambar 1 : Materi 1 mengenai pemanfaatan Google dan Kahoot oleh Ibu Sarika



Gambar 2 : Materi 2 mengenai penggunaan PowToon oleh Ibu Ruth



Gambar 3 : Materi 3 mengenai bagaimana menggalang donasi dengan menggunakan iklan Instagram oleh Pak Lukman



Gambar 4 : Foto bersama para Guru dan Tim Dosen PKM UPN Veteran Jakarta

Setelah pelatihan selesai kemudian dilakukan penyebaran kuesioner bagi peserta pelatihan untuk mengukur hasil dari pelatihan yang didapat. Dari sebaran evaluasi didapatkan data bahwa 62% peserta guru sudah melakukan pembelajaran dengan blended learning. Sedangkan sisanya melakukan pembelajaran dengan daring full. Namun masih 60% pengajar masih belum



melakukan pembelajaran dengan interaktif. Setelah dilakukan pelatihan seluruh peserta menjadi termotivasi untuk membuat pembelajaran daring dan juga luring nantinya menjadi pembelajaran yang lebih interaktif.

4 KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian ini adalah masih diperlukannya pemahaman dan pengetahuan terhadap pembelajaran dan pemasaran online di masa pandemi seperti sekarang ini.

Bukan hanya terjadi di SDI Ruhul Amin, masalah seperti ini juga umum terjadi di sekolah lain dalam beradaptasi dengan pandemi. Oleh karena itu perlu digalakkan pelatihan semacam ini ke depannya.

Saran yang diberikan agar para guru terus mendalami cara-cara efektif untuk melakukan pemasaran dan pembelajaran online. Dan ke depan SDI Ruhul Amin harus terus diberi pembimbingan agar hasilnya lebih optimal.

Referensi

- [1] Flew, Terry. *An Introduction; New Media*. 2002. Oxford Press.
- [2] Straubhaar and La Rose. *Media Now*; 2014. SAGE Publication.
- [3] Anik, Pamilu. 2007. *Mengembangkan kreativitas dan kecerdasan anak*. Jakarta: Buku kita
- [4] Yeni Rahmawati. 2005. *Strategi Pengembangan kreativitas pada anak usia taman kanak-kanak*. Djogjakarta: Panduan Jala Sutra
- [5] Chau, Clement, *YouTube as a participatory culture*, *New Directions for Youth Development* vol 2010, issue 128.
- [6] Downing, Kris, *Next Generation; what leaders need to know about the millenials*, *Leadership in action*, 2006.
- [7] Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.
- [8] Postigo, Hector, *The socio-technical architecture of digital labor: Converting play into YouTube money*, *New Media and Society* 2014.
- [9] Gunawan, Anggoro. *Generasi Millenial untuk Jakarta*. Koran Kompas 21 Maret 2016
- [10] <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>
- [11] www.tempo.co.id
- [12] www.female.kompas.com
- [13] <https://www.powtoon.com/>