


Pelatihan promosi melalui iklan luar griya dan publikasi media digital

Fajar Junaedi✉, Filosa Gita Sukmono

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

✉ fajarjun@umy.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.5276>

Abstrak

Sekolah Dasar (SD) Muhammadiyah Kalangan berada di Desa Baturetno, Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi SD Muhammadiyah Kalangan sebenarnya strategis karena berada di perbatasan Kabupaten Bantul, Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman, namun demikian persaingannya sangat ketat. Dalam radius 5 kilometer, setidaknya terdapat 7 sekolah, baik sekolah dasar negeri maupun sekolah dasar swasta. Letak SD Muhammadiyah Kalangan juga tidak berada di jalan raya, sehingga nama sekolah tidak diketahui oleh publik. Di media masa daring, nama SD Muhammadiyah Kalangan juga sangat jarang muncul. Padahal, publikasi aktivitas sekolah di media masa daring menjadi hal penting. Berangkat dari dua persoalan ini, maka program pengabdian ini akan difokuskan pada peningkatan promosi sekolah melalui iklan luar ruang dan publikasi di media massa. Kegiatan dilakukan dengan *workshop* iklan dan publikasi media digital. Kegiatan ini menghasilkan iklan sekolah dalam bentuk iklan luar griya dan publikasi di media digital sebagai media promosi sekolah.

Kata Kunci: Promosi; Sekolah dasar; Iklan luar griya; Media digital

Promotional training through outdoor advertisements and digital media publications

Abstract

SD Muhammadiyah Kalangan is located in Baturetno Village, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta Special Region. The location of SD Muhammadiyah Kalangan is actually strategic because it is on the border of Bantul Regency, Yogyakarta City and Sleman Regency, however the competition is very tight. Within a 5-kilometer radius, there are at least 7 schools, both public and private elementary schools. The location of SD Muhammadiyah Kalangan is far from the highway, so the name of the school is not known to the public. In online mass media, the name SD Muhammadiyah Kalangan also appears very rarely. In fact, the publication of school activities in online mass media is important. Based on these two issues, this service program will focus on increasing school promotion through outdoor advertising and publications in the mass media. Activities are carried out with advertising workshops and digital media publications. This activity produces school advertisements in the form of outdoor advertisements and publications in digital media as school promotion media.

Keywords: *Promotion; Elementary school; Outdoor advertising; Digital media*

1. Pendahuluan

Sekolah Dasar (SD) Muhammadiyah Kalangan berada di Desa Baturetno, Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Letak SD Muhammadiyah Kalangan sebenarnya strategis karena berada di perbatasan Kabupaten Bantul, Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman. Meskipun demikian, SD Muhammadiyah Kalangan harus menghadapi persaingan dengan sesama sekolah dasar yang berada di sekitarnya.

Menggunakan analisis SWOT, maka letak geografis SD Muhammadiyah Kalangan menjadikan kekuatan (*strength*) karena memungkinkan penerimaan siswa dari 3 wilayah yang berbeda. Namun, posisi sekolah yang tidak berada di pinggir jalan raya, telah menjadi kelemahan (*weakness*) dari sisi promosi. Nama sekolah sebagai sebuah *brand* tidak dikenal oleh publik. Hanya orang tua/wali siswa, alumni, dan warga sekitar yang mengetahui tentang SD Muhammadiyah Kalangan. Kesempatan (*opportunity*) yang bisa dilakukan oleh SD Muhammadiyah Kalangan kalangan untuk dikenal oleh publik adalah dengan memanfaatkan titik akses dari jalan raya menuju jalan kampung sebagai titik iklan agar sekolah lebih dikenal oleh publik. Tantangan (*treat*) yang dihadapi oleh SD Muhammadiyah Kalangan adalah persaingan yang ketat, karena dalam radius 5 kilometer dari SD Muhammadiyah Kalangan, setidaknya terdapat 7 sekolah, baik sekolah dasar negeri maupun sekolah dasar swasta.



Gambar 1. Kondisi iklan Muhammadiyah Kalangan yang sudah rusak

Persoalan pengenalan *brand* SD Muhammadiyah Kalangan di media digital juga masih tertinggal. Dengan mesin pencari *Google*, sulit menemukan SD Muhammadiyah Kalangan, di berbagai pemberitaan.

Pemasaran jasa pendidikan merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan organisasi pendidikan untuk mempertahankan kelangsungan jalannya organisasi untuk berkembang, dan mendapatkan banyaknya peminat. Kegiatan pemasaran jasa pendidikan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen memiliki pandangan baik terhadap lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan adalah wadah yang berguna untuk membina manusia, membawa ke arah masa depan yang lebih baik (Mukmin, 2020). Oleh sebab itu, maka diperlukanlah strategi promosi khususnya di bidang jasa pendidikan yang tepat untuk memenangkan sebuah kompetisi antar sekolah sehingga meningkatkan animo calon peserta didik baru atau siswa, dan juga untuk meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas sekolah (Wardhana, 2018).

Solusi dari persoalan yang dihadapi oleh SD Muhammadiyah Kalangan adalah dengan mengembangkan strategi iklan luar ruang dan rilis berita tentang aktivitas SD Muhammadiyah Kalangan. Solusi ini dilakukan dengan kegiatan sebagai berikut :

- a. Pembuatan iklan luar ruang dalam bentuk baliho. Iklan luar ruang berfungsi sebagai iklan promosi sekaligus sebagai papan petunjuk jalan. Adapun baliho yang dibuat sejumlah satu buah. Mitra dilibatkan dalam pembuatan *brief* iklan.
- b. Pengiriman rilis, terutama memanfaatkan *platform User Generated Content* (UGC) tentang aktivitas dan prestasi SD Muhammadiyah Kalangan ke media masa digital untuk menaikkan publikasi tentang SD Muhammadiyah Kalangan. Mitra dilibatkan dalam proses kreatif penyusunan rilis. Target ada 3 berita di media tentang SD Muhammadiyah Kalangan.

2. Metode

Metode pelaksanaan dijabarkan sebagai berikut :

- a. *Focus Group Discussion* dengan melibatkan mitra untuk merancang *brief* iklan dan draft naskah rilis yang akan dikirim ke media masa.
- b. Produksi papan iklan luar ruang SD Muhammadiyah Kalangan.
- c. *Workshop* penulisan naskah rilis berita untuk media masa dan pemotretan untuk rilis.
- d. Pemasangan iklan luar ruang di dekat jalan Wonosari km 4.
- e. Pengiriman rilis berita tentang profil, aktivitas dan prestasi SD Muhammadiyah Kalangan ke media massa digital

3. Hasil dan Pembahasan

Berikut ini adalah hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan di SD Muhammadiyah Kalangan.

3.1. Publikasi sekolah melalui user generated content

Workshop yang dilakukan meliputi *workshop* publikasi kegiatan sekolah melalui media digital. *Workshop* dilaksanakan di SD Muhammadiyah Kalangan pada 2 Februari 2021 dengan peserta sebanyak 10 guru. Dalam *workshop* ini para guru diajak untuk belajar menulis di *platform* digital medium ([Gambar 2](#)). Publikasi di medium ini ditujukan untuk meningkatkan publikasi sekolah di media digital, sehingga ketika pengguna media digital mencari kata 'SD Muhammadiyah Kalangan' di *Google* maka akan didapatkan konten tentang SD Muhammadiyah Kalangan. Hasil *workshop* adalah guru bisa menulis untuk media digital



Gambar 2. Workshop penulisan dan publikasi di media digital

3.2. Promosi Sekolah Melalui Iklan Luar Griya

Sekolah Dasar (SD) Muhammadiyah Kalangan mengembangkan beragam aktivitas promosi sekolah di masa pandemi. Program yang dilakukan meliputi pengembangan promosi sekolah melalui iklan luar ruang yang kreatif. Proses kreatif pembuatan iklan diawali dengan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan kepala sekolah dan para guru. FGD dilakukan di sekolah pada tanggal 3 Februari 2021. FGD dilakukan untuk mencari *tagline/ call to action* dalam konsep kreatif iklan. Akhirnya disepakati *tagline* yang dipilih adalah 'Sekolah dengan Tiga Bahasa'. Pemilihan *tagline* ini didasarkan pada adanya ekstrakurikuler pidato Bahasa Inggris dan Bahasa Arab yang menjadi diferensiasi dan sekaligus keunggulan sekolah (Gambar 3).



Gambar 3. Konsep iklan SD Muhammadiyah Kalangan

Proses kreatif dan produksi iklan dibantu oleh biro iklan JogHast. Iklan dibuat dengan media besi. Ukuran iklan adalah 1 kali 2 meter. Ketinggian iklan dari atas tanah sampai atas adalah 4 meter. Pemilihan besi didasari pada keawetannya terhadap panas dan hujan. Konsep iklan tersebut kemudian dieksekusi menjadi iklan sebagaimana tampil pada Gambar 4. Papan iklan dipasang di pinggir Jalan Wiyoro yang terletak dekat Jalan Wonosari km 4. Lokasi iklan sangat strategis dan mudah dilihat oleh pengguna jalan.



Gambar 4. Papan iklan luar griya yang terpasang

4. Kesimpulan

Program pengabdian ini telah menghasilkan publikasi di media digital dan iklan luar griya yang kreatif dari SD Muhammadiyah Kalangan. Sebelum program pengabdian ini, SD Muhammadiyah Kalangan belum memiliki publikasi promosi di media digital. Setelah program pengabdian dilakukan, SD Muhammadiyah Kalangan memiliki publikasi di media digital yang menjadi media promosi. Iklan luar griya SD Muhammadiyah Kalangan yang sebelumnya tidak layak, telah diganti dengan iklan luar griya yang layak dan kreatif.

Program ini menjadi bagian penting dalam meningkatkan *brand awareness* SD Muhammadiyah Kalangan agar lebih dikenal publik. Dengan lebih dikenal publik, SD Muhammadiyah Kalangan bisa mendapatkan siswa baru yang lebih banyak dan berkualitas. Dengan demikian, kualitas sekolah juga akan meningkat.

Acknowledgement

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dalam program pengabdian masyarakat ini

Daftar Pustaka

- Mukmin, B. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 5(1), 97-112. <https://doi.org/10.15575/isema.v5i1.6076>
- Wardhana, A. (2018). Strategi Promosi Penerimaan Siswa Baru (Studi Kasus Smk Kesehatan Cipta Bhakti Husada Yogyakarta). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 6(1), 96. <https://doi.org/10.12928/channel.v6i1.10215>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License