

DIGITAL MARKETING DALAM MENUNJANG PROMOSI DAN SOSIALISASI PESANTREN

Fauziah Adzimanitur^{1*}, Ilham Akbar²

^{1,2}Universitas Kuningan

Email*: f.adzimatatur@uniku.ac.id

Riwayat Artikel

Diterima: 01 Nov 2022

Revisi: 21 Nov 2022

Diterima: 24 Des 2022

Abstrak

Media sosial memainkan peran penting dalam mempromosikan sekolah di antara target audiens yang tepat tanpa membayar biaya iklan yang besar. Sosialisasi digital marketing dilakukan dalam bentuk penyuluhan dimana pengelola pondok pesantren adalah peserta dari penyuluhan ini. Platform digital marketing yang digunakan adalah sosial media yang sering digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Sosial media yang digunakan dalam hal ini adalah Facebook, Instagram, TikTok, dan Youtube. Digital marketing dapat dilakukan dengan mudah dan murah serta efektif dan efisien asalkan kita mengetahui karakteristik masing-masing media sosial. Namun, beberapa hal yang menjadi hambatan adalah kemampuan peserta dalam membuat konten, misalnya video, design grafis, dan sebagainya. Oleh karena itu, diperlukan waktu khusus untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam membuat konten promosi di media sosial.

Kata Kunci: Media Sosial, Digital Marketing

Arcicle History

Received: 01 Nov 2022

Revised: 21 Nov 2022

Accepted: 24 Dec 2022

Abstrack

Social media plays an important role in promoting the school among the right target audience without paying hefty advertising costs. Digital marketing socialization is carried out in the form of counseling where the manager of the Islamic boarding school is a participant of this counseling. The digital marketing platform used is social media which is often used by people in their daily lives. The social media used in this case are Facebook, Instagram, TikTok and Youtube. Digital marketing can be done easily and cheaply as well as effectively and efficiently as long as we know the characteristics of each social media. However, several things that became obstacles were the participants' ability to create content, for example videos, graphic designs, and so on. Therefore, special time is needed to provide training and assistance in creating content promotions on social media.

Keyword: Social Media, Digital Marketing

This work is licensed under 

1. Pendahuluan

Sekolah hanya berjalan lancar jika ada siswa yang datang untuk belajar. Media sosial memainkan peran penting dalam mempromosikan sekolah di antara target audiens yang tepat tanpa membayar biaya iklan yang besar. Sekolah yang memiliki staf pengajar terbaik, kampus sekolah yang luar biasa, kurikulum akademik yang bagus, serta serangkaian kegiatan ekstra kurikuler yang akan disukai siswa mana pun, dan manajemen sekolah yang kuat tidak akan berarti jika orang tidak mengetahuinya.

Sekolah atau lembaga pendidikan mana pun hanya dapat bekerja jika jumlah siswa yang hadir cukup banyak. Dan meskipun menawarkan pendidikan berkualitas terbaik adalah penting, juga perlu untuk mempromosikan sekolah agar orang-orang mengetahui sekolah tersebut. Sejak lama, sekolah dan perguruan tinggi terbiasa memasang iklan di surat kabar dan saluran tv lokal. Namun seiring dengan perkembangan zaman, cara lembaga pendidikan dalam mempromosikan diri juga perlu diubah. ([1])

Orang tua dan anaknya ingin tahu seperti apa sekolahnya, seberapa kredibel sekolah atau perguruan tinggi itu, apa review dari siswa tentang lembaga pendidikan, seperti apa kehidupan kampus, dan lain-lain [2]. Seperti halnya bisnis apa pun, lembaga pendidikan juga perlu terus berhubungan tidak hanya dengan calon siswa dan orang tua mereka, tetapi juga dengan siswa, orang tua, dan guru mereka saat ini. Poin utamanya adalah untuk terlibat dengan audiens saat mempromosikan sekolah. Media sosial adalah platform luar biasa bagi sekolah untuk melakukan sosialisasi, promosi, dan interaksi dengan audiens tanpa menghabiskan banyak uang untuk iklan [3].

Pesantren khusus terjemah Al-quran adalah salah satu lembaga pendidikan yang dikembangkan oleh Yayasan Islam Tarbiyatul Banin Dukupuntang, Setelah menyelenggarakan pendidikan formal dari mulai TK, MI, MD, SMP, SMA dan Pesantren salaf, maka sejak tahun 2009 lalu membuka pesantren khusus terjemah Al-quran. Pesantren ini diharapkan mejadi unggulan yang akan mencetak generasi baru dengan kemampuan menerjemahkan AL-quran secara fasih dan cepat.

Pesantren khusus terjemah Al-Qur'an mempunyai visi Menjadi pesantren Al-Quran yang mampu membentuk generasi qurani yang dapat memahami, mengamalkan, menjaga, menyebarkan Al-Quran dan berakhlakul karimah. Adapun misinya adalah Menyebarkan pendidikan formal terpadu plus pesantren terjemah Al-quran yang Islami yang memadukan aspek skill, knowledge, attitude, dan kepribadian Islam, cerdas intelektual, emosional, dan spiritual.

Pondok pesantren didirikan membangun pendidikan di Indonesia untuk menciptakan generasi yang berpegang teguh dalam nilai-nilai keagamaan, dan nilai-nilai sosial. Pesantren sebagai sebuah lembaga pendidikan yang banyak menampung peserta didik dari pedesaan, setelah lulus mereka akan kembali ke desa masing-masing sehingga dapat mengamalkan ilmu yang sudah didapat di pesantren.

Promosi dan sosialisasi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Khusus Terjemah Al-Quran Tarbiyatul Banin dianggap belum maksimal. Promosi dan sosialisasi sekolah lewat platform digital belum digunakan secara optimal. Selama ini proses sosialisasi dan promosi dilakukan secara tradisional dan belum menyediakan platform digital khusus yang dapat memudahkan interaksi antara calon peserta didik, orang tua, serta pengelola. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan keterampilan pemasaran digital kepada pengelola pesantren agar sosialisai dan promosi pesantren, serta interaksi audiens dengan pengelola dapat dilakukan lebih optimal.

Media sosial dan teknologi merupakan bagian integral dari kehidupan sehari-hari, dan mengintegrasikan penggunaannya ke dalam pendidikan bukanlah hal yang sulit, mengingat betapa banyak siswa yang terbiasa dengannya. Setiap platform media sosial menawarkan banyak cara berbeda untuk digunakan dalam pendidikan, mulai dari berbagi pengumuman hingga mengadakan kuliah langsung, dan masih banyak lagi.

Penting untuk memahami dampak media sosial dalam pendidikan sebelum menggunakannya. Media sosial menyediakan alat komunikasi yang lebih lancar dan langsung antara siswa, guru, dan orang tua, yang dapat memeriksa dan bertanya atau menanggapi pertanyaan. Media sosial memungkinkan lebih banyak peluang e-learning, promosi, serta komunikasi

2. Metode

Pengembangan masyarakat didefinisikan sebagai praktik dan disiplin akademik. Sebagai disiplin akademik, pengembangan masyarakat adalah ilmu sosial multidisiplin dan terapan yang bertumpu pada ilmu-ilmu sosial dasar untuk analisis struktur, dinamika, dan proses masyarakat serta untuk merencanakan intervensi dalam masyarakat. [4]. Pengembangan masyarakat adalah sistem teori dan praktik yang terus berkembang seperti yang terlihat dari pengalaman awal pendekatan kelembagaan top-down ke partisipatif kemudian ke tindakan berbasis masyarakat (*community-based action*) dan tindakan yang dipimpin masyarakat (*community-led courses of action*). Masing-masing pendekatan dan metode ini sesuai dan relevan pada masanya. Selain itu, mereka tidak dilihat sebagai entitas yang independen tetapi saling melengkapi, dengan masing-masing membangun kekuatan satu sama lain. Oleh karena itu, keberhasilan setiap kegiatan pengembangan masyarakat bukanlah masalah memilih pendekatan atau metode terbaik, melainkan menemukan kombinasi pendekatan atau metode yang tepat untuk mencapai tujuan tertentu [4].

Pendidikan masyarakat sebagai metode memastikan bahwa masyarakat menjadi lebih sadar dan karenanya lebih kritis terhadap situasi mereka sehingga mereka menyadari bahwa mereka dapat berperan dalam mengubah situasi menjadi lebih adil dan responsif terhadap kebutuhan sektor akar rumput. Program pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan keterampilan kepada pengelola pesantren untuk melakukan promosi dan sosialisasi melalui media digital. Media digital yang digunakan merupakan media social mainstream yang murah, tanpa biaya iklan, dan dapat diakses oleh siapa saja. Adapun tahapan dalam melakukan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Tahapan perencanaan: Tahap ini meliputi koordinasi dengan tim mitra dan identifikasi apa saja pengembangan yang diperlukan pada objek pengabdian masyarakat.
2. Tahap persiapan: tahap ini meliputi persiapan waktu, tempat, materi yang akan diberikan, serta peserta yang akan mengikuti kegiatan pengabdian ini.
3. Tahap pelaksanaan: pelaksanaan pengabdian dilakukan sesuai dengan waktu, tempat, dan materi yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Pendidikan yang dilakukan diberikan dengan format seminar.
4. Tahap evaluasi: pada tahap ini dilakukan evaluasi atas kegiatan yang telah dilaksanakan. Sehingga dapat diketahui apa saja yang perlu diperbaiki dan apa saja yang dapat dikembangkan untuk pengabdian berikutnya.

3. Hasil dan Pembahasan

Konsep "media sosial" adalah sintesis dari dua kata: "sosial" dan "media". Sosial, dalam konteks ini, berarti interaksi antara individu dengan kepentingan bersama, kelompok, atau bahkan komunitas. Media adalah saluran atau platform yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten buatan pengguna [5]. Sifat media sosial yang saling berhubungan memungkinkan pelanggan untuk membuat, mengembangkan, dan mendistribusikan konten iklan, yang kemudian memengaruhi niat perilaku mereka [6]. [7] berpendapat bahwa iklan Facebook secara signifikan mempengaruhi citra dan ekuitas merek. Interaksi pelanggan melalui Facebook, dan pesan yang diposting di sana, memengaruhi niat mereka untuk membeli, serta pilihan produk saat membuat keputusan pembelian [8].

Sosialisasi digital marketing ini dilakukan dalam bentuk penyuluhan dimana pengelola pondok pesantren adalah peserta dari penyuluhan ini. Platform digital marketing yang digunakan adalah sosial media yang sering digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Sosial media yang digunakan dalam hal ini adalah Facebook, Instagram, TikTok, dan Youtube. Keempat media sosial yang digunakan ini dipandang sebagai media sosial yang mudah digunakan dan dapat diakses secara gratis.

Sosialisasi dilakukan dengan pengenalan penggunaan masing-masing media sosial dan dilanjutkan dengan pembuatan konten. Pembuatan konten yang dilakukan harus dipertimbangkan dengan sangat hati-hati. Hal ini didasarkan pada beberapa pertimbangan, di antaranya adalah (i) konten yang dibuat haruslah menarik dan memberikan informasi yang dibutuhkan secara singkat, padat, dan jelas; (ii) masing-masing media sosial memiliki audiens yang berbeda, sehingga konten yang dibuat harus disesuaikan dengan masing-masing media sosial; (iii) terdapat jam-jam tertentu yang dianggap sebagai “prime time” pada masing-masing media sosial, sehingga publikasi konten harus sesuai dengan waktu tersebut. Setelah pelatihan pembuatan konten, materi dilanjutkan dengan bagaimana melihat engagement pada masing-masing media sosial, sehingga dapat diketahui seberapa efektif dan menarik informasi yang kita sajikan melalui konten pada media sosial tersebut. Selain promosi yang tidak memerlukan biaya, peserta juga dikenalkan pada fasilitas promosi berbayar pada masing-masing media sosial.

4. Penutup

4.1 Kesimpulan

Sosialisasi ini memberikan gambaran yang baru mengenai promosi di era digital ini. Digital marketing dapat dilakukan dengan mudah dan murah serta efektif dan efisien asalkan kita mengetahui karakteristik masing-masing media sosial. Namun, beberapa hal yang menjadi hambatan adalah kemampuan peserta dalam membuat konten, misalnya video, design grafis, dan sebagainya. Oleh karena itu, diperlukan waktu khusus untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam membuat konten promosi di media sosial.

4.2 Saran

Saran disusun berdasarkan temuan penelitian yang telah dibahas. Saran dapat mengacu pada tindakan praktis, pengembangan teori baru, dan/atau penelitian lanjutan.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Kuningan yang telah memberi dukungan finansial terhadap pengabdian ini

6. Daftar Pustaka

- “7 Fun Ways to Master How to Promote a School on Social Media,” 2021. <https://www.higher-education-marketing.com/blog/how-to-promote-a-school-on-social-media#:~:text=It's important to learn how, ideal tool for the job.>
- “12 Ways to use social media for education,” 2021. <https://sproutsocial.com/insights/social-media-for-education/>.
- “Why You Must Promote Your School on Social Media?” 2021. <https://sweedu.com/blog/why-to-promote-your-school-on-social-media/>.
- M. A. T. Quimbo, J. E. M. Perez, and F. O. Tan, “Community development approaches and methods: Implications for community development practice and research,” *Community Dev.*, vol. 49, no. 5, pp. 589-603, 2018, doi: 10.1080/15575330.2018.1546199.
- O. Icha and M. E. Agwu, “Effectiveness of Social Media Networks as a Strategic Tool for Organizational Marketing Management,” *J. Internet Bank. Commer.*, vol. S2, 2015.
- C. H. Lee and D. A. Cranage, *Toward Understanding Consumer Processing of Negative Online Word-of-Mouth Communication: The Roles of Opinion Consensus and Organizational Response Strategies*, vol. 38, no. 3. 2014.
- M. Dehghani and M. Tumer, “A research on effectiveness of Facebook advertising on enhancing purchase intention of consumers,” *Comput. Human Behav.*, vol. 49, pp. 597-600, 2015, doi: 10.1016/j.chb.2015.03.051.

-
- L. Di Pietro and E. Pantano, "An empirical investigation of social network influence on consumer purchasing decision: The case of Facebook," *J. Direct, Data Digit. Mark. Pract.*, vol. 14, no. 1, pp. 18-29, 2012, doi: 10.1057/dddmp.2012.10.