

IMPROVING THE QUALITY OF CONTENT ON SCHOOL SOCIAL MEDIA AS A PROMOTION TOOL AND SCHOOL BRANDING IN SURABAYA

PENINGKATAN KUALITAS KONTEN PADA MEDIA SOSIAL SEKOLAH SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN BRANDING SEKOLAH DI SURABAYA

**Nania Nuzulita*¹, Endah Purwanti², Taufik³, Fikri Yoma Rosyidan⁴, Fahira Firdausi⁵,
Novia Nurhasanah Arrasyid⁶, Oktavia Intifada Husna⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Sistem Informasi, Departemen Matematika, Fakultas Sains dan
Teknologi, Universitas Airlangga
e-mail: nania.nuzulita@fst.unair.ac.id¹

Abstract

Social media is an online media where users can participate, share, and create various content without being limited by space and time. Social media can be integrated with various lines and used to disseminate various relevant content according to the target in the community and also for the benefit of achieving the vision, mission, and goals of the organization. AL-Irsyad Education Foundation (YPAS) is the largest private school education foundation in the North Surabaya area. The levels of education covered by YPAS are Play Group education, Kindergarten, Elementary School, Junior High School, Senior High School, and Vocational High School in the field of nursing. The programs and achievements of YPAS have not been optimally utilized as part of the promotion and branding of the school to the wider community. Content quality training as a means of promotion and school branding can be a solution to these problems. The training includes training in the basic concepts of branding in schools as well as training in creating interesting and informative content as a means of branding. The results obtained from the implementation of community service show an increase in the number of followers on Instagram accounts from schools under the Al-Irsyad College Foundation. In addition, the results of the training also increased the diversity of social media content from YPAS and also increased the number of uploaded content by doubling. The next recommendation for implementing community service is optimizing the use of social media as a branding suggestion for schools considering that what is being done in community service this time is improving the quality of the content.

Keywords: Training, School, Education, Promotion, Branding, Social Media

Abstrak

Media sosial adalah sebuah media *online* tempat penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan berbagai konten tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Media sosial dapat diintegrasikan dengan berbagai lini dan digunakan untuk menyebarkan berbagai konten yang relevan sesuai target di masyarakat dan juga untuk kepentingan mencapai visi, misi, dan tujuan organisasi. Yayasan Perguruan AL-Irsyad (YPAS) merupakan yayasan pendidikan sekolah swasta terbesar yang berada di daerah Surabaya Utara. Jenjang pendidikan yang dinaungi oleh YPAS yaitu pendidikan *Play Group*, Taman Kanak-kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan Sekolah Menengah Kejuruan bidang keperawatan. Program-program dan prestasi yang dimiliki oleh YPAS belum optimal dimanfaatkan sebagai bagian dari promosi dan *branding* sekolah ke masyarakat luas. Pelatihan kualitas konten sebagai sarana promosi dan *branding* sekolah dapat menjadi solusi dari permasalahan tersebut. Pelatihan meliputi pelatihan konsep dasar *branding* pada sekolah serta pelatihan pembuatan konten yang menarik dan informatif sebagai sarana *branding*. Hasil yang didapatkan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat menunjukkan adanya kenaikan jumlah *follower* pada akun Instagram dari sekolah-sekolah yang berada di bawah Yayasan Perguruan Al-Irsyad. Selain itu, hasil pelatihan juga meningkatkan keberagaman konten media sosial dari YPAS dan juga meningkatnya jumlah konten yang di *upload* hingga dua kali lipat. Rekomendasi pelaksanaan pengabdian masyarakat berikutnya adalah optimalisasi penggunaan media sosial sebagai saran branding untuk sekolah mengingat yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat kali ini adalah peningkatan kualitas kontennya.

Kata kunci: Pelatihan, Sekolah, Pendidikan, Promosi, Media Sosial

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu sektor yang terkena dampak Pandemi Covid-19. Pada tahun 2021, 3,5 juta orang kehilangan pekerjaan akibat Pandemi Covid-19 (Ramalan, 2021). Hal ini berakibat pada kemampuan para orang tua dalam menyekolahkan anaknya. Sebuah artikel yang ditulis oleh Fakhruddin (2021) juga menunjukkan adanya penurunan minat SMK Swasta di Surabaya sebesar 10-20% dengan salah satu faktor penyebabnya adalah biaya. Sementara pada artikel lain, diangkat pula bahwa Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) mendominasi pendaftaran pada SMP Swasta di Surabaya (Jawapos, 2022). Banyaknya MBR yang mendaftar tentunya berpengaruh besar pada pemasukan dari sekolah swasta.

Yayasan Perguruan Al-Irsyad Surabaya (YPAS) merupakan lembaga pendidikan dengan konsep menerapkan pelajaran Agama Islam berdasarkan Al-Quran dan Al-Hadits, memberikan pelajaran Bahasa Arab dan ilmu pengetahuan umum yang disusun dalam kurikulum sekolah Al-Irsyad Surabaya. YPAS berdiri pada tanggal 15 Januari 1924. Seiring dengan berjalannya waktu dan kebutuhan pendidikan, lembaga yang dulunya hanya mengelola madrasah untuk pendidikan agama saja, berkembang menjadi lembaga pendidikan sekolah yang berkonsep agama Islam. Saat ini ada lima jenjang sekolah yang dinaungi oleh YPAS, yaitu pendidikan Pra-Sekolah, *Play Group* dan Taman Kanak-Kanak, pendidikan Sekolah Dasar, pendidikan Sekolah Menengah Pertama, pendidikan Sekolah Menengah Atas, dan Sekolah Menengah Kejuruan. Kompleks sekolah Al-Irsyad tampak pada Gambar 1.



Gambar 1. Kompleks Sekolah Al-Irsyad Surabaya

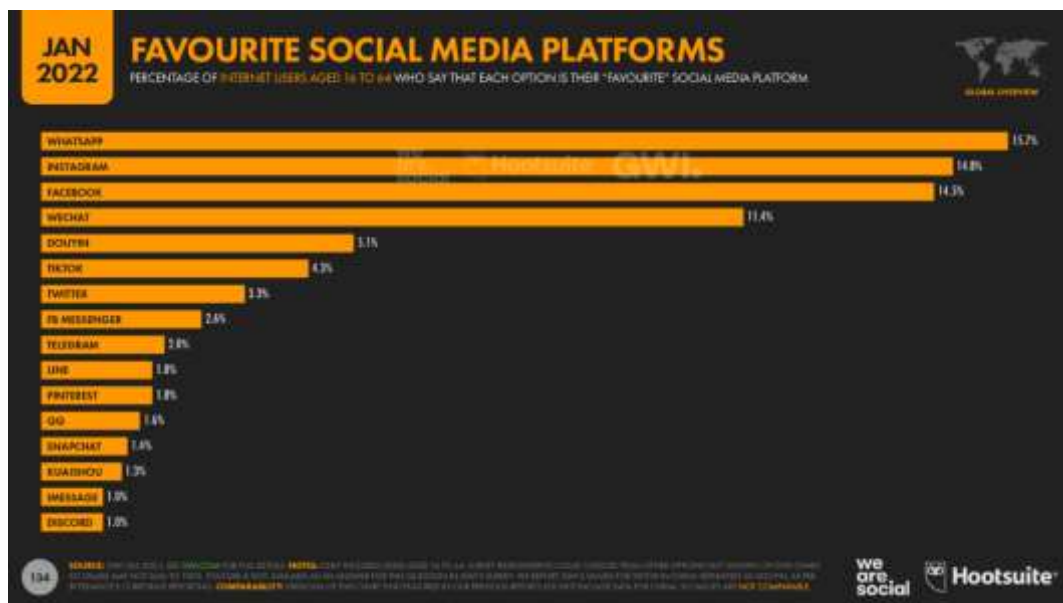
Jumlah siswa aktif YPAS tahun ajaran 2021/2022 berdasarkan data sekolah dari situs kemdikbud.go.id sebanyak 1.177 siswa, dengan jumlah guru dan karyawan sekitar 225 orang. Sebagai sebuah perguruan swasta, dampak Covid-19 sangat terasa dalam konteks penerimaan siswa baru. Sebagai contoh pada jenjang SD pada tahun 2021 yang jumlah penerimaan siswanya merosot hingga 30% lebih. Berkurangnya peminat siswa untuk bersekolah di YPAS menjadi masalah yang cukup besar.

Strategi yang telah dilakukan YPAS untuk menaikkan jumlah siswa baru (peminat) adalah dengan memberikan program-program beasiswa, dan diskon khusus untuk pendaftar pada gelombang pertama (YPAS, 2021). Program beasiswa yang ditawarkan yaitu:

1. Beasiswa Al-Fatih
2. Beasiswa Tahfidz
3. Beasiswa Sholahudin Al Ayyubi / Siswa Prestasi
4. Beasiswa Salam
5. Beasiswa Ahmad Surkati
6. Beasiswa Abu Ayyub Al Anshori

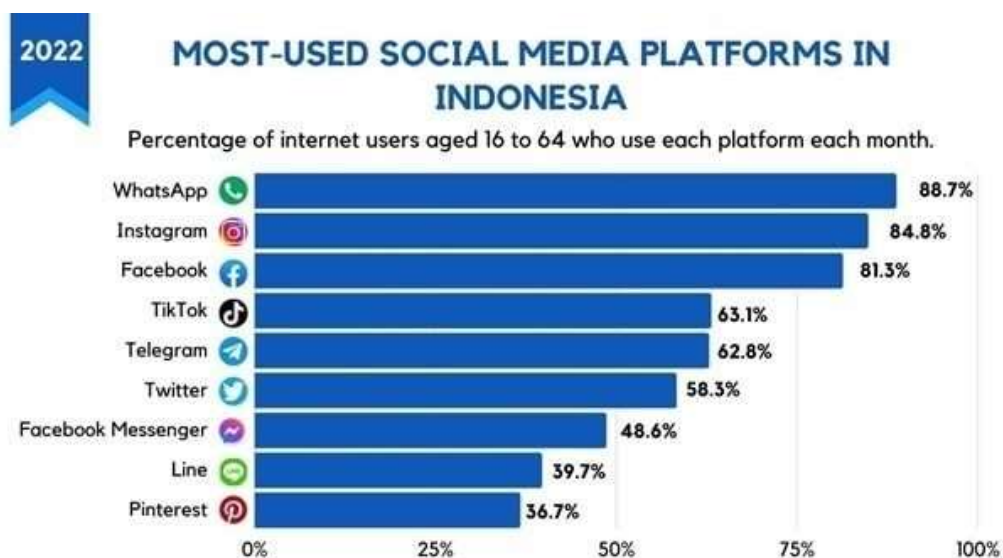
Beberapa siswa mendapatkan juara di lomba Tahfidz, *News Presenter*, Kaligrafi, Da'i cilik, lomba cerdas cermat. Prestasi-prestasi siswa tersebut harusnya dapat dimanfaatkan untuk menunjang program promosi sekolah. Prestasi yang diperoleh di tingkat nasional, harusnya dapat digunakan oleh sekolah sebagai sarana untuk *branding*. Namun, hal tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal oleh sekolah. Prestasi yang diperoleh kurang di ekspose ke lingkungan eksternal sekolah, sehingga masyarakat belum begitu mengenal keunggulan sekolah tersebut.

Media sosial adalah sebuah media *online* di mana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan berbagai konten tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Konten menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik (KBBI, 2022). Macam-macam konten di antaranya yaitu, konten yang berisi tulisan, konten yang berisi gambar, konten suara, dan konten video. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana dokumentasi dari berbagai konten yang ada seperti profil, informasi, reportase, kejadian, rekaman peristiwa, dan hasil riset atau kajian. Media sosial juga dapat diintegrasikan dengan berbagai lini dan digunakan untuk menyebarkan berbagai konten yang relevan sesuai target di masyarakat dan juga untuk kepentingan mencapai visi, misi, dan tujuan organisasi. Media sosial juga dapat menjadi sarana untuk promosi/*branding* (Taufik et al, 2022; Justitia, Werdiningsih, Effendy, & Taufik, 2021). Melalui tangan para pakar manajemen dan *marketing*, media sosial dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strategi manajemen.



Gambar 2. Platform Media Sosial Terfavorit di Dunia tahun 2022 (Kemp, 2022)

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia. Berdasarkan data yang ditunjukkan pada website dataportal (<https://datareportal.com/reports/>) yang terlihat pada gambar 2, Instagram menempati nomor dua sebagai media sosial terpopuler di dunia pada tahun 2022 (Kemp, 2022). Hal ini konsisten dengan data penggunaan media sosial terfavorit di Indonesia pada gambar 3 dengan Instagram menempati nomor dua sebagai media sosial yang sering digunakan di Indonesia (Tran, 2022). Instagram menjadi salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana promosi (Indihadi, 2021; Fauzia & Persada, 2020). Selain itu, media sosial sering digunakan sebagai mesin pencari sekarang sehingga perilaku tersebut dapat membuat suatu merek atau pun organisasi dikenal luas (Gasrow, 2022).



Gambar 3. Platform Media Sosial yang Paling Sering digunakan di Indonesia tahun 2022 (Tran, 2022)

YPAS juga telah memiliki akun media sosial, khususnya media sosial Instagram. Setiap jenjang sekolah memiliki akun tersendiri di media sosial, yaitu @smkalirsyadsby, @smaalirsyadsurabaya, @smpalirsyadsby, @perpus_sd_al_irsyad, dan @pgtk_alirsyad. Masing-masing akun tersebut dikelola secara mandiri oleh setiap jenjang, dan digunakan khusus untuk menampilkan kegiatan yang dilakukan oleh jenjang yang bersangkutan.

Apabila dilihat dari nama akun Instagram seluruh jenjang sekolah di YPAS, terlihat bahwa tidak ada keseragaman cara pemberian nama. Hal tersebut menunjukkan bahwa belum ada perencanaan dan strategi khusus untuk penggunaan sosial media tersebut. Kemungkinan pembuatan akun tersebut hanya inisiatif pribadi dari pengelola jenjang sekolah. Jumlah konten terbanyak diunggah oleh jenjang SMA yaitu sebanyak 586 *posting*-an. Jumlah pengikut paling banyak dimiliki oleh jenjang SMK yaitu 1.128 pengikut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa YPAS telah menggunakan media sosial sebagai sarana berinteraksi dengan masyarakat, namun belum dimanfaatkan secara optimal.

Berdasarkan uraian kondisi mitra YPAS, dapat dituliskan permasalahan yang ada yaitu:

1. Manajemen penggunaan media sosial belum dilakukan secara maksimal
2. Promosi dan *branding* sekolah melalui media sosial belum dilakukan secara maksimal
3. Konten yang di-*upload* di media sosial hanya sebatas arsip foto kegiatan
4. Program dan prestasi sekolah perlu dikenal ke masyarakat luas

Tujuan dari pelatihan ini Peningkatan kemampuan Guru-guru Yayasan Perguruan Al-Irsyad Surabaya dalam membuat konten promosi sekolah dengan menggunakan Canva. Dengan pelatihan ini diharapkan peserta dapat membuat konten untuk masing-masing jenjang sekolah dengan memanfaatkan aplikasi yang ada, dan dapat memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai media promosi dan *branding* sekolah. Sehingga diharapkan masyarakat lebih mengenal sekolah tersebut beserta prestasi-prestasinya, yang berimbas pada peningkatan jumlah pendaftar pada saat penerimaan siswa baru.

Manfaat dari kegiatan pelatihan ini adalah peningkatan kompetensi dalam memanfaatkan aplikasi Canva untuk mendesain materi atau konten promosi dan *branding* sekolah serta pemanfaatan media promosi Instagram sebagai media promosi dan *branding* sekolah.

Pemanfaatan dan manajemen media sosial yang baik akan dapat meningkatkan pamor YPAS yang diharapkan juga akan berdampak pula pada meningkatnya jumlah calon siswa yang berminat masuk di YPAS.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT



Gambar 4. Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah pelatihan dan pendampingan untuk mengelola konten media sosial sekolah. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ditunjukkan pada gambar 4. Tahapan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data dan Informasi
Pengumpulan data dan informasi dilakukan mulai bulan Mei-Juni 2022, dengan melakukan wawancara dan diskusi dengan pihak pengelola sekolah YPAS.
2. Pengolahan Data dan Informasi
Pengolahan data dan informasi mulai bulan Juli 2022 untuk menggali informasi mengenai materi promosi dan *branding* yang akan dibuat.
3. Persiapan dan Konsolidasi Tim
Persiapan dan konsolidasi tim *steering comitee* dan *organizing comitee*, agar pelaksanaan pelatihan dan pendampingan berjalan lancar.
4. Penyusunan Modul
Modul pelatihan terdiri dari pengenalan konsep *branding*, pembuatan konten untuk tujuan promosi dan *branding*, dan manajemen pengelolaan media sosial.
5. Pelaksanaan dan Pelatihan
Kegiatan pelatihan adakan dilakukan secara luring dan daring. Pelatihan dilaksanakan selama dua hari dengan pelaksanaan hari pertama dilakukan pada Aula YPAS secara luring dan hari kedua dilaksanakan secara mandiri oleh peserta.
6. Evaluasi Pelaksanaan Pelatihan
Peserta diminta untuk membuat hasil karya dengan menggunakan aplikasi Canva sesuai dengan yang telah diajarkan pada PkM. Hasil karya tersebut kemudian di unggah pada IG *official* dari sekolah atau organisasi yang diwakili oleh peserta ataupun IG peserta dengan menyertakan tagar #UnairHebat dan #PengmasProdiSIUnair2022. Peserta juga diminta untuk mengisi *form* evaluasi peserta dengan menggunakan *GoogleForm* pada *link* <https://intip.in/EvalPengmas2022> untuk mendapatkan *feedback* atau umpan balik dari pelatihan serta gambaran kebutuhan pelatihan pada ke depannya.

Mekanisme pelaksanaan kegiatan dijelaskan pada tabel 1. Berikut ini adalah deskripsi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat:

- a. Tim melaksanakan kunjungan mitra sebanyak dua kali. Kunjungan pertama dilakukan untuk meninjau lokasi dan juga kebutuhan pengabdian masyarakat. Kunjungan kedua dilakukan untuk melakukan pengabdian masyarakat.

- b. Selain melakukan kunjungan, tim mengadakan lomba antar peserta terkait dengan materi yang diberikan saat *workshop* dengan batasan waktu selama satu (1) minggu.
- c. Tim juga memberikan akses komunikasi secara daring yang berupa grup *WhatsApp*. Grup tersebut dibentuk setelah pelatihan dilaksanakan dan peserta pelatihan dapat mengajukan pertanyaan melalui grup tersebut.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Jadwal		
		Minggu Pertama	Minggu Kedua	Minggu Ketiga
1	Pengumpulan Kebutuhan Pengabdian Masyarakat			
2	Pelaksanaan Pelatihan			
3	Pelaksanaan dan Pengumuman Lomba Hasil Karya Peserta			
4	Pendampingan			

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat dalam bentuk *workshop* pelatihan dan pendampingan dilaksanakan dalam dua hari pada tanggal 2 dan 3 Agustus 2022 di Yayasan Perguruan Al-Irsyad Surabaya (YPAS). Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada gambar 5. Adapun bentuk kegiatannya berupa pelatihan pendampingan pembuatan konten promosi di media sosial melalui beberapa tema pelatihan.



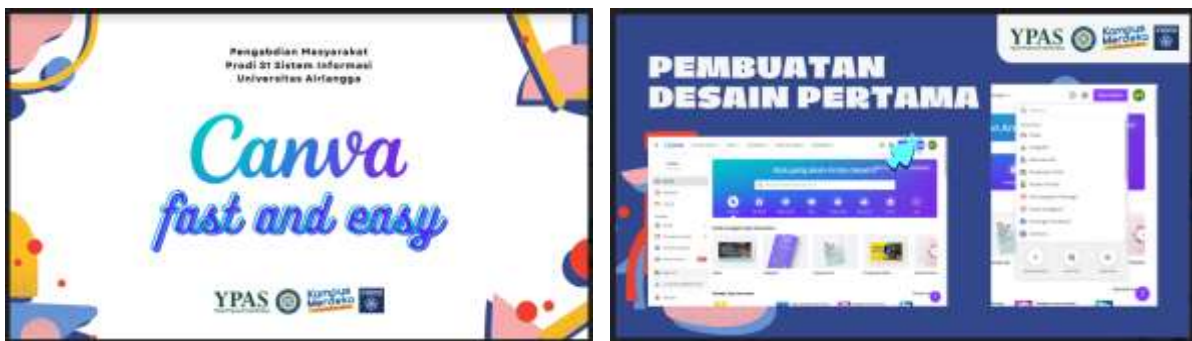
Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan *Workshop* di YPAS

Tema pelatihan dibagi menjadi dua yaitu desain brosur dan *digital marketing* terkait tentang *branding* sekolah. Adapun pemateri dari pelatihan merupakan mahasiswa dan dosen dari Prodi S1 Sistem Informasi. Dosen maupun mahasiswa yang tidak menjadi pembicara, membantu menjadi asisten pelatihan. Seluruh peserta yang ikut pelatihan telah membawa laptop masing-masing dan juga tempat pelaksanaan pelatihan mempunyai akses internet yang memadai sehingga pelatihan dapat dilaksanakan dengan mudah. Peserta dari pelatihan tidak hanya guru namun juga beberapa siswa yang terlibat dalam organisasi sekolah dan mempunyai media sosial untuk dipromosikan.

Desain Brosur Promosi dengan Canva - *Canva Fast and Easy*

Tema pertama dari pelatihan adalah desain brosur. Desain brosur dilakukan dengan menggunakan aplikasi Canva. Tema ini dilaksanakan pada sesi pertama. Canva dipilih karena kemudahan akses dan juga banyaknya fitur menarik yang dapat diakses secara gratis. Canva dapat diakses melalui tautan <https://www.canva.com> dengan menggunakan web browser apa pun yang ada di laptop peserta. Untuk menggunakan aplikasi tersebut, pengguna hanya perlu mendaftarkan diri dengan menggunakan email maupun akun media sosial seperti Facebook.

Canva mengelompokkan *template* yang disediakan berdasarkan kelompok kebutuhan. Berikut ini adalah macam *template* yang disediakan oleh Canva (Mahardika, Wiranda, & Pramita, 2021): (1) Medial sosial seperti Facebook maupun Instagram; (2) *template* yang berkaitan untuk promosi *event* seperti *leaflet* dan poster; (3) *template* presentasi; dan lain sebagainya.



Gambar 6. Materi Penggunaan Canva



Gambar 7. Materi *Digital Marketing for School Branding*

Selain digunakan untuk membuat desain poster maupun media lainnya, Canva juga dirancang dapat terkoneksi langsung dengan media sosial dari penggunanya. Hal ini memudahkan penggunanya untuk menyebarkan karya yang telah dibuat melalui media sosial. Gambar 6 menunjukkan cuplikan materi mengenai Canva. Selain pelatihan mengenai Canva, teori penggunaan warna juga diberikan pada sesi ini. Pemberian tersebut dimaksudkan agar peserta dapat menggunakan perpaduan warna yang tepat sehingga menghasilkan karya yang indah.

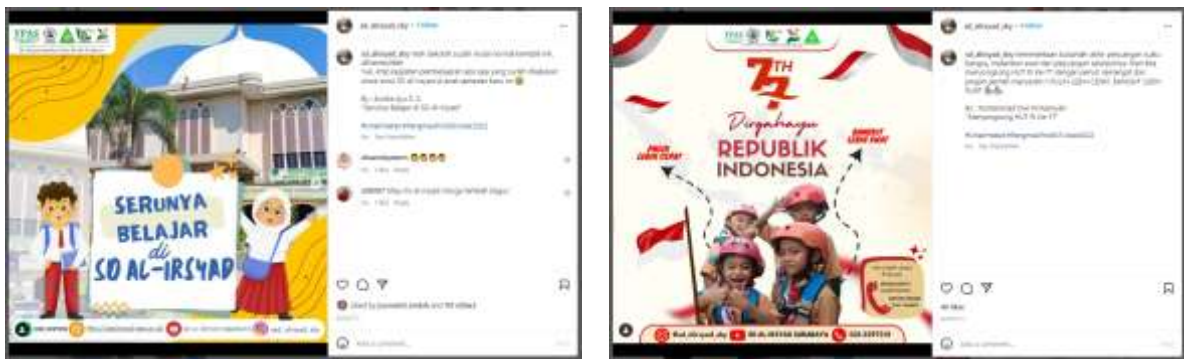
Digital Marketing for School Branding

Tema kedua adalah pelatihan mengenai *digital marketing* untuk *branding* sekolah. Tema ini dimaksudkan untuk menekankan pentingnya mempromosikan sekolah, terutama melalui media sosial, untuk menunjukkan eksistensi sekolah. Dalam tema ini, dijelaskan langkah-langkah membangun *branding* sekolah, perlunya melakukan analisis SWOT mengenai kebutuhan pendidikan masyarakat sekitar, perlunya menentukan target kualitas sekolah, dan lain sebagainya. Poin penting lainnya adalah diperlukan pula personal *branding* dari siswa,

guru, orang tua, dan juga pengurus yayasan yang dapat dilakukan melalui media sosial secara insentif agar eksistensi sekolah dapat diketahui masyarakat. Penugasan peserta pengabdian masyarakat dilaksanakan setelah sesi ini selesai disampaikan. Gambar 7 menunjukkan materi mengenai *digital marketing*.

Luaran Pengabdian Masyarakat

Pelatihan yang diberikan memberikan penugasan kepada peserta untuk membuat karya sesuai dengan tema pelatihan yang disajikan. Karya tersebut diunggah pada media sosial Instagram dari peserta yang dapat berupa Instagram pribadi maupun Instagram resmi dari sekolah atau organisasi dari peserta. Peserta diberi waktu selama satu minggu untuk membuat karya dan kemudian dimuat di Instagram masing-masing dengan menyertakan tagar #UnairHebat dan #PengmasProdiSIUnair2022. Karya tersebut kemudian dinilai untuk memperoleh juara 1, 2, 3, dan juga favorit yang nantinya akan diberi hadiah.



Gambar 8. Hasil Karya Peserta *Workshop* Pengabdian Masyarakat



(a)



(b)

Gambar 9. Tampilan IG Salah Satu Peserta Pengabdian Masyarakat (a) Sebelum dan (b) Sesudah Pelatihan

Selain menghasilkan karya, pelatihan ini meningkatkan jumlah *follower* dari IG organisasi maupun sekolah yang ada di pada YPAS. Pelatihan ini juga menghasilkan lahirnya media sosial resmi yang dimiliki oleh YPAS. Jumlah intensitas *posting* konten juga meningkat hingga dua kali lipat dibandingkan sebelum pelatihan. Bentuk konten yang disajikan tidak hanya foto namun juga berupa video dan estetika dari tampilan IG mulai diperhatikan.

Meski sebagian besar peserta menunjukkan antusiasme yang luar biasa untuk mengumpulkan karyanya, ada beberapa peserta yang tidak mengerjakan penugasan tersebut di mana peserta yang tidak mengumpulkan karyanya merupakan peserta di luar YPAS. Hal ini dikarenakan adanya faktor eksternal yaitu fokus kesibukan lain dari sekolah tersebut sehingga tidak dapat mengerjakan tugas yang diberikan. Gambar 8 menunjukkan contoh hasil karya peserta yang dikumpulkan saat penugasan sementara gambar 9 menunjukkan contoh perbaikan tampilan pada IG dari Al-Irsyad.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Tingkat Kepuasan Peserta *Workshop*

No	Kategori	Deskripsi	Nilai
1	Penyaji/	Bahasa yang digunakan oleh penyaji	3.21
2	Pemateri	Suara penyaji	3.31
3		Sarana/alat pengajaran yang digunakan penyaji	3.47
4		Penguasaan materi	3.42
5		Penyampaian materi dan interaksi dengan peserta	3.21
6		Pemberian kesempatan tanya jawab	3.1
7	Materi	Manfaat materi bagi kebutuhan	3.21
8		Kualitas materi	3.52
9		Kelengkapan materi pada modul pelatihan	3.4
10		Alokasi waktu materi	3.68
11	Fasilitas	Suasana pelatihan	3.47
12		Kenyamanan ruang/laboratorium	3.42
13		Layanan dan sikap panitia penyelenggara	3.63
14		Sarana pendukung lainnya (musholla, toilet, dan sebagainya)	3.78
15		Suasana pelatihan	3.68

Kuesioner untuk mengetahui kepuasan pelaksanaan PkM dalam bentuk *GoogleForm* disebarakan oleh panitia pada akhir pelatihan. Kuesioner dibagi menjadi tiga yaitu mengenai penyaji/pemateri, materi, dan fasilitas. Dari hasil kuesioner dapat diketahui jawaban rata-rata mengenai: (1) penyaji/pemateri adalah 3.27 dari skala 4, (2) materi adalah 3.53 dari skala 4, dan (3) fasilitas adalah 3.64 dari skala 4. Semua rata-rata dari tiga aspek yang ditanyakan di atas nilai 3 dari 4. Hal ini menunjukkan bahwa peserta puas dengan pelaksanaan pengabdian masyarakat. Hasil kuesioner ditunjukkan pada tabel 2.

PENUTUP

Pengabdian kepada Masyarakat yang berjudul Peningkatan Kualitas Konten pada Media Sosial Sekolah sebagai Sarana Promosi dan *Branding* Sekolah di Surabaya dilaksanakan ada 2-3 Agustus 2022 telah berjalan dengan baik dan telah mencapai target yang diharapkan yaitu meningkatnya wawasan peserta terkait dengan Canva sebagai media promosi sekolah dan

pentingnya *branding* sekolah untuk menunjukkan eksistensi sekolah pada masyarakat. Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan dalam bentuk pelatihan/*workshop* yang diikuti oleh 21 peserta yang merupakan guru dari YPAS dan sekolah sekitar serta perwakilan organisasi siswa yang memiliki media sosial untuk promosi sekolah.

Saran untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat berikutnya diharapkan dapat melanjutkan pelatihan mengenai promosi sekolah terutama untuk sekolah swasta yang mengalami penurunan minat oleh masyarakat. Bentuk pelatihan yang dapat diberikan sebagai contoh adalah optimalisasi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Selain itu, pelatihan pemanfaatan Canva dalam aspek lainnya juga dapat dijadikan pertimbangan seperti pembuatan materi pembelajaran dan lain sebagainya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang telah memfasilitasi dan membantu kesuksesan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat “Peningkatan Kualitas Konten pada Media Sosial Sekolah sebagai Sarana Promosi dan *Branding* Sekolah di Surabaya”. Adapun pihak-pihak yang terlibat ada penyelenggaraan Pengabdian Masyarakat ini adalah sebagai berikut: (1) LPPM Universitas Airlangga dengan fasilitas pendanaan Pengabdian Masyarakat tahun 2022 dengan SK Rektor Universitas Airlangga Nomor: 1023/UN3/2022, (2) Dekan dan Wakil Dekan III Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Airlangga, (3) Bapak Mokhammad Priyanto selaku Direktur Yayasan Perguruan Al-Irsyad Surabaya dan Bapak Agus Widjajanto selaku Manajer Rumah Tangga, (4) peserta pengabdian masyarakat baik dari YPAS maupun dari sekolah sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Fakhrudin, M. (2021). Peminat SMK Swasta di Surabaya Turun 10-20 Persen. Retrieved September 12, 2022, from <https://repjogja.republika.co.id/berita/qyusso327/peminat-smk-swasta-di-surabaya-turun-1020-persen>
- Fauzia, L. V, & Persada, A. G. (2020). Rekonstruksi Media Sosial Instagram Sebagai Upaya Re-Branding Komunitas Kantong Pintar. *Automata*. Retrieved from <https://journal.uii.ac.id/AUTOMATA/article/view/15519> ..
- Gasrow, S. (2022). Are People Using Social Media as the New Search Engines? Retrieved September 12, 2022, from <https://rdwgroup.com/blog/are-social-media-platforms-the-new-search-engine/>
- Indihadi. (2021). Manfaat Instagram Sebagai Media Promosi. Retrieved September 12, 2022, from <https://teknologi.id/publik/manfaat-instagram-sebagai-media-promosi>
- Jawapos. (2022). Pendaftar SMP Swasta Surabaya Didominasi MBR. Retrieved September 12, 2022, from <https://www.jawapos.com/surabaya/04/07/2022/pendaftar-smp-swasta-surabaya-didominasi-mbr/>
- Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, T. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 60–72. <https://doi.org/10.47747/jnpm.v2i2.388>
- KBBI. (2022). Arti kata konten - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. Retrieved September 12, 2022, from <https://kbbi.web.id/konten>
- Kemp, S. (2022). Digital 2022: The World’s Favourite Social Media Platforms — DataReportal – Global Digital Insights. Retrieved September 12, 2022, from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-favourite-social-platforms>
- Mahardika, A. I., Wiranda, N., & Pramita, M. (2021). Pembuatan Media Pembelajaran

Menarik Menggunakan Canva untuk Optimalisasi Pembelajaran Daring. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 2614–7947. Retrieved from <https://jurnalfkip.unram.ac.id/index.php/JPPM/article/view/2817/1853>

Ramalan, S. (2021). 3,5 Juta Orang Kehilangan Pekerjaan Akibat Pandemi Covid-19.

Retrieved September 12, 2022, from <https://www.idxchannel.com/market-news/35-juta-orang-kehilangan-pekerjaan-akibat-pandemi-covid-19>

Taufik, Werdiningsih, I., Nuzulita, N., Secoria, I. G., & Putri, A. M. R. (2022). Training and Assistance of Online Marketing of Processed Marine Products Micro-medium Business “Lamora” In Kauman Village, Socah, Bangkalan, 6(1), 185–194.

<https://doi.org/10.20473/jlm.v6i1.2022.185-194>

Tran, G. (2022). 5 Best Ways To Effectively Promote Indonesian Websites. Retrieved September 12, 2022, from <https://gtelocalize.com/promote-indonesian-website/>

YPAS. (2021). Info PPDB. Retrieved September 12, 2022, from <https://ypas.or.id/v2/31-ppdb/110-info-ppdb.html>