

PERANCANGAN MEDIA DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PROMOSI PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB) PADA ERA MODERN

Andi Sahputra Depari^{1,a}, Hijriah^{2,b} dan Hesti Rosita Dwi Putri^{3,c}

Institut Teknologi Kalimantan^{1,2,3}.

Jl. Soekarno Hatta No.KM 15, Karang Joang, Kec. Balikpapan Utara, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur 76127^{1,2,3}.

^aandi.sahputra@lecturer.itk.ac.id

Abstrak.

Kegiatan pendampingan atau pelatihan perancangan media digital untuk promosi penerimaan peserta didik baru (PPDB) merupakan kolaborasi yang sukses antara tim pengajar Institut Teknologi Kalimantan dengan Sekolah Nasional KPS Balikpapan. Pelatihan ini melibatkan tim dosen, mahasiswa, dan sekolah nasional KPS Kota Balikpapan, yang diberikan pemahaman mendalam tentang konsep dan strategi dalam merancang media digital untuk promosi penerimaan peserta didik baru (PPDB). Dalam suasana kolaboratif, peserta aktif berpartisipasi dalam diskusi dan latihan praktis untuk merancang media digital. Kesuksesan kegiatan ini tercermin dalam partisipasi yang tinggi dan hasil konkret yang diharapkan dapat meningkatkan visibilitas serta daya tarik sekolah bagi calon siswa maupun masyarakat umum, serta mendukung pertumbuhan jangka panjang institusi pendidikan.

Kata kunci: Perancangan, Media Digital, Promosi, PPDB, Sekolah

Abstract.

The mentoring or training activities for designing digital media to promote the admission of new students (PPDB) represent a successful collaboration between teaching staff of the Kalimantan Institute of Technology with the KPS National School in Balikpapan. This training involves teams of lecturers, students, and the KPS National School in Balikpapan, who are provided with a deep understanding of the concepts and strategies involved in designing digital media to promote PPDB. In a collaborative atmosphere, participants actively engage in discussions and practical exercises to design digital media. The success of these activities is reflected in the high level of participation and concrete results, expected to enhance the visibility and attractiveness of schools to prospective students and the general public, thereby supporting the long-term growth of educational institutions.

Keywords: Design, Digital Media, Promotion, PPDB, School

Pendahuluan

Strategi pemasaran merupakan aspek penting dalam meningkatkan minat calon peserta didik untuk mendapatkan jumlah siswa yang sesuai target yang ingin dicapai sebuah sekolah[1]. Di era digital yang berkembang pesat, penggunaan media digital telah terbukti menjadi strategi yang efektif dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam pendidikan[2]. Banyak perguruan tinggi

memanfaatkan media digital untuk promosi, pemasaran, dan komunikasi guna menargetkan mahasiswa, meningkatkan metode pengajaran, serta mendorong mobilitas internasional[3]. Sama halnya dengan bisnis menggunakan pemasaran digital di media sosial untuk meningkatkan penjualan produk-produk pendidikan[4]. Salah satu aspek penting dalam dunia pendidikan adalah proses penerimaan peserta didik baru (PPDB). PPDB adalah proses yang krusial untuk setiap sekolah khususnya swasta dalam menentukan calon siswa yang akan diterima di suatu institusi pendidikan. Proses ini tidak hanya memengaruhi institusi pendidikan, tetapi juga berdampak pada masyarakat yang menjadi target penerimaan.

Dalam konteks tersebut, memanfaatkan media digital untuk tujuan pemasaran dan perencanaan adalah hal yang penting bagi lembaga pendidikan untuk menarik dan melibatkan calon mahasiswa secara efektif[5]. Brosur merupakan jenis media informasi berupa selebar kertas yang didalamnya terdapat informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan agar produk dan jasa tersebut dapat dikenal dimasyarakat[6]. Media digital memang memberikan berbagai keuntungan dalam pendidikan. Ini memungkinkan distribusi informasi kepada siswa secara fleksibel dan menarik, mengatasi kendala waktu dan ruang [7]. Media digital menawarkan berbagai keunggulan seperti jangkauan yang luas, fleksibilitas dalam penyampaian informasi, serta kemampuan untuk menyajikan konten yang menarik dan interaktif bagi calon peserta didik yang diharapkan.

Namun demikian, meskipun media digital menawarkan berbagai potensi tersebut, penggunaannya dalam konteks PPDB belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Instansi pendidikan seringkali mengandalkan metode promosi tradisional seperti brosur, pamflet, dan papan pengumuman fisik untuk memasarkan layanan. Namun, di lingkungan yang dinamis saat ini, ada kebutuhan yang semakin meningkat untuk beralih ke strategi pemasaran digital untuk efektif menjangkau dan berinteraksi dengan calon siswa [8]. Kegiatan pemasaran sangat penting bagi organisasi pendidikan untuk mengatasi tantangan seperti dukungan keuangan, penerimaan tenaga pendidik, maupun penerimaan siswa, yang memerlukan pendekatan proaktif untuk menyesuaikan dengan kondisi pasar[9]. Meskipun metode promosi tradisional masih umum digunakan, lembaga pendidikan dituntut untuk mengeksplorasi teknik pemasaran inovatif guna meningkatkan visibilitas [10]. Hal ini dapat mengakibatkan keterbatasan dalam mencapai target audiens secara luas, terutama di era di mana mayoritas masyarakat telah beralih ke media digital sebagai sumber utama informasi. Pada era digital saat ini menjadi sangat penting dalam mempromosikan sekolah terutama pada masa Penerimaan Peserta Didik Baru[11].

Oleh karena itu, tim dosen dari Institut Teknologi Kalimantan melakukan pendampingan atau Pelatihan untuk tenaga pendidik di SMA KPS Balikpapan dalam rangka merancang dan Pelatihan untuk menghasilkan produk media digital yg berperan sebagai promosi PPDB. Perancangan media digital sebagai strategi promosi PPDB menjadi suatu kebutuhan yang mendesak. Pergeseran menuju sistem online telah menekankan kebutuhan bagi sekolah untuk mengadopsi strategi pemasaran digital[12]. Dengan memanfaatkan teknologi dan platform digital seperti Instagram, Facebook, Gmail, Twitter dll. Institusi pendidikan dapat meningkatkan visibilitasnya, memperluas jangkauan promosi, serta memberikan pengalaman yang lebih menarik dan interaktif bagi calon peserta didik maupun masyarakat secara umum melalui media digital.

Metode Pelaksanaan

Dalam menjalankan aktivitas pengabdian, tim dosen Institut Teknologi Kalimantan menerapkan serangkaian tahapan yang terstruktur dengan tujuan menghasilkan media digital yang berkualitas serta sesuai dengan tuntutan dan preferensi pasar yang dituju. Lokasi pengabdian berada di Sekolah Nasional KPS Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Adapun tahapannya dapat dilihat dibawah ini:

1. Pemaparan Materi

Pada tahap ini, dilakukan pemaparan materi yang mencakup penjelasan tentang konsep dan prinsip dasar perancangan media digital sebagai strategi promosi PPDB. Materi ini disampaikan oleh tim dosen dari Institut Teknologi Kalimantan yang memiliki keahlian dan pengalaman dalam bidang

teknologi informasi dan komunikasi serta pemasaran pendidikan. Pemaparan materi mencakup topik seperti konsep media digital, strategi promosi yang efektif, penargetan audiens, desain grafis, dan penggunaan platform media sosial.

2. Perancangan oleh Peserta

Setelah pemaparan materi, peserta yang terdiri dari tenaga pendidik sekolah diberikan kesempatan untuk melakukan perancangan media digital secara langsung. Mereka akan menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari dalam tahap pertama untuk merancang poster atau produk media digital yang bertujuan untuk mempromosikan PPDB di sekolah mereka. Peserta akan dibimbing dan dipandu oleh tim dosen selama proses perancangan ini. Alat atau aplikasi pembuat media digital adalah aplikasi Canva yang sangat dikenal dan kompatibel dalam pembuatan media digital.

3. Review dan Feedback

Tahap terakhir adalah melakukan review untuk setiap poster atau produk media digital yang dihasilkan oleh para peserta. Dalam tahap ini, poster atau produk media digital akan langsung dievaluasi oleh tim dosen. Tujuan dari review ini adalah untuk memberikan umpan balik yang konstruktif kepada para peserta agar mereka dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas karya mereka. Feedback dari pemateri dan peserta lainnya sangat diperlukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari setiap poster atau produk media digital, serta memberikan saran-saran perbaikan yang relevan.

Melalui tahapan-tahapan ini, diharapkan peserta dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep perancangan media digital sebagai strategi promosi PPDB, serta mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam merancang karya yang kreatif dan efektif. Proses review dan feedback juga menjadi sarana untuk meningkatkan kualitas hasil akhir dan memastikan bahwa produk media digital yang dihasilkan dapat mencapai tujuan promosi PPDB secara optimal.

Hasil Dan Pembahasan

a. Pemaparan oleh Pemateri

Pemaparan materi mencakup topik seperti konsep media digital, strategi promosi yang efektif, penargetan audiens, desain grafis, dan penggunaan platform media sosial sampai aplikasi pembuat media digital yang kompatibel dan baik untuk PPDB. Berikut dibawah ini dokumentasi pada saat pemaparan materi oleh pemateri.



Gambar 1. Dokumentasi Pemaparan Materi
Sumber: Penulis

b. Pendampingan Perancangan Media Digital

Setelah pemaparan materi, peserta yang terdiri dari tenaga pendidik sekolah diberikan kesempatan untuk melakukan perancangan media digital secara langsung. Peserta dibimbing dan dipandu oleh tim dosen selama proses perancangan media digital. Alat atau aplikasi pembuat media digital adalah aplikasi Canva yang sangat dikenal dan kompatibel dalam pembuatan media digital. Berikut dibawah ini dokumentasi pada saat pemaparan materi oleh pemateri.



Gambar 2. Dokumentasi Pendampingan Pembuatan Media Digital
Sumber: Penulis

c. Hasil Perancangan Media Digital

Pendampingan atau Pelatihan pembuatan media digital telah membawa hasil yang sangat memuaskan, terutama dalam konteks pembuatan poster digital untuk penerimaan peserta didik baru (PPDB). Para peserta tidak hanya berhasil menghasilkan beragam jenis poster digital yang menarik, tetapi juga berhasil menciptakan karya-karya yang bervariasi, mencerminkan tingkat kreativitas. Berikut ini adalah beberapa contoh poster digital yang mencerminkan keberhasilan peserta dalam menarik minat calon peserta didik baru melalui poster digital yang telah dibuat:



Gambar 3. Media digital hasil pelatihan
Sumber: Penulis



Gambar 4. Media digital hasil pelatihan
Sumber: Penulis

d. Feed Back dan Review Media Digital

Dalam tahap ini, poster atau produk media digital akan langsung dievaluasi oleh tim dosen. Tujuan dari review ini adalah untuk memberikan umpan balik yang konstruktif kepada para peserta agar mereka dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas karya mereka. Feedback dari pemateri dan peserta lainnya sangat diperlukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari setiap poster atau produk media digital, serta memberikan saran-saran perbaikan yang relevan. Adapun dokumentasi review media digital poster dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 5. Review dan feedback media digital
Sumber: Penulis

Kesimpulan

Kegiatan pendampingan atau pelatihan perancangan media digital untuk promosi penerimaan peserta didik baru (PPDB) telah berlangsung dengan sukses, mencerminkan kolaborasi yang efektif antara institusi pendidikan dan tim pengajar. Melalui proses ini, peserta mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang konsep dan strategi yang efektif dalam merancang media digital khususnya untuk PPDB. Dengan demikian, diharapkan bahwa implementasi praktik-praktik baru ini akan meningkatkan visibilitas dan daya tarik sekolah bagi calon siswa maupun masyarakat umum, serta mendukung pertumbuhan dan keberhasilan institusi pendidikan di masa depan.

Ucapan Terima Kasih

Disampaikan kepada seluruh peserta yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, termasuk tim dosen, mahasiswa, peserta, dan sekolah nasional KPS Kota Balikpapan, atas dukungan yang telah memungkinkan terselenggaranya kegiatan dengan baik.

Daftar Pustaka

- [1] Winiharti, K., Simbolon, B.R., & Sinaga, D.B. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SD Santo Bellarminus Bekasi. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*.
- [2] Christian, Klein. (2023). Understanding the Relevance of Digital Media in Higher Education. *International journal of technology in education and science*, doi: 10.46328/ijtes.451
- [3] Omar, A., Alismaiel. (2023). Digital Media Used in Education: The Influence on Cyberbullying Behaviors among Youth Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, doi: 10.3390/ijerph20021370
- [4] N., Tri, Suswanto, Saptadi., Sean, Coonery, Sumarta. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi Berbasis Aplikasi Media Sosial dalam Mendukung Penerapan Bidang Ilmu Jurnalistik di Era Digital. *Abdimas Universal*, doi: 10.36277/abdimasuniversal.v5i1.291
- [5] Ana, Margarida, Almeida., Rita, Santos., João, Batista., Dora, Maria, de, Oliveira, Simões, Ribeiro, Pereira., Célia, Sousa. (2016). Digital media as a driver of a more inclusive higher education: towards a proposal of an action plan. doi: 10.1145/3019943.3019962
- [6] Febriyanto, E., Mutakin, A., & Armansyah, F.S. (2017). Perancangan Desain Brosur Penunjang Informasi dan Promosi pada SMA Pribadi 2.
- [7] Menrisal. (2022). Digital Learning Media: Review. doi: 10.56778/jdlde.v1i4.32
- [8] V., R., Zarubina., M., Ya., Zarubin., E., V., Vasilchuk. (2022). Promotion of educational services of the university in the conditions of digitalization. "Türan" universitetiniñ habarsysy, doi: 10.46914/1562-2959-2022-1-4-300-310
- [9] Kseniia, Bliumska-Danko. (2022). Theoretical and methodological aspects of the application of marketing communications in the activities of educational organizations. *Ukraïns'kij žurnal prikladnoï ekonomïki*, doi: 10.36887/2415-8453-2022-2-42
- [10] Nuri, Taskin. (2022). Promotional marketing in archives: the case of the isam library archive. *Arşiv dünyası*, doi: 10.53474/ad.1105761
- [11] Putri, H. R.D, Hijriah, Depari AS. (2023). Pelatihan Penggunaan Warna Dan Tipografi Pada Media Poster Ppdb Di Sekolah Nasional KPS Balik Papan. *Jurnal PKM Linggau (Jurnal pengabdian dan pemberdayaan Masyarakat)*. <https://doi.org/10.55526/pkml.v3i1.462>
- [12] Elvi, Citraresmana., Erlina, Erlina., Randy, Ridwansyah., Kriswanda, Krishnapatria. (2023). Pelatihan strategi promosi dan komunikasi digital bagi pelaku pariwisata dan umkm di masa pandemik. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk masyarakat*, doi: 10.24198/dharmakarya.v11i4.32560