

Kumawula, Vol. 5, No.3, Desember 2022, Hal 565 – 571

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i3.41740>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

OPTIMALISASI MEDIA PROMOSI MELALUI PENGEMBANGAN DESAIN & KONTEN *MARKETING* YAYASAN PENDIDIKAN HANDAYANI 1979 KABUPATEN BANDUNG

Heny Hendrayati^{1*}, Tia Yuliawati², Asep Miftahuddin³, Annisa Ciptagustia⁴, Netti Siska Nurhayati⁵, Teguh Sandjaya⁶

^{1,2,3,4,5}Universitas Pendidikan Indonesia

⁶Universitas Padjadjaran

*Korespondensi : henyhendrayati@upi.edu

ABSTRACT

The increasingly fierce level of competition between private schools, requires each school to optimize promotional media in order to maintain its existence. No matter how good a school is, if it is not promoted optimally, it will have an impact on the minimum number of students and the lack of recognition of the school in the community. Along with the impact of the Covid-19 pandemic, causing behavioral changes with more use of digital technology in all fields, including education. Private schools under the Yayasan Pendidikan Handayani 1979 need promotional media that can attract new students through the use of digital technology, one of which is through the development of design and marketing content in the form of visual communication media. The purpose of this Community Service is to create an effective and communicative visual communication media to promote the schools in the Yayasan Pendidikan Handayani 1979, where the existing content is expected to convince prospective students to attend these schools, and in the end can increase the number of new students. This Community Service activity was carried out in several stages, starting with problem identification, training activities, then making booklets as the promotional media used for each unit within the Yayasan Pendidikan Handayani 1979, namely SMP Handayani 1 Banjaran, SMA Handayani 1 Pameungpeuk, SMA Handayani 2 Banjaran and SMK Handayani Banjaran. The result of this Community Service activity is the production of school promotion booklets which are expected to convince prospective students and ultimately increase the number of new students.

Keywords: *Booklet, Marketing Content, School Promotion, Visual Communication Media*

ABSTRAK

Tingkat persaingan yang semakin ketat antar sekolah swasta mengharuskan setiap sekolah melakukan optimalisasi media promosi demi mempertahankan eksistensinya. Betapapun bagusnya suatu sekolah apabila tidak dipromosikan dengan maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah peserta didik dan tidak dikenalnya sekolah tersebut di kalangan masyarakat. Seiring dengan adanya dampak pandemi Covid-19, menyebabkan perubahan perilaku dengan lebih banyaknya penggunaan teknologi digital dalam segala bidang, termasuk

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 07/09/2022
Diterima : 03/11/2022
Dipublikasikan : 22/12/2022

bidang pendidikan. Sekolah-sekolah swasta di bawah naungan Yayasan Pendidikan Handayani 1979 membutuhkan media promosi yang dapat menarik peserta didik baru melalui pemanfaatan teknologi digital, salah satunya melalui pengembangan desain dan konten *marketing* berbentuk media komunikasi visual. Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah membuat media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif untuk mempromosikan sekolah-sekolah yang ada di Yayasan Pendidikan Handayani 1979, di mana konten yang ada diharapkan dapat meyakinkan calon peserta didik untuk bersekolah di sekolah-sekolah tersebut dan pada akhirnya dapat menambah jumlah peserta didik baru. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu diawali dengan identifikasi masalah, kegiatan pelatihan, kemudian pembuatan *booklet* sebagai media yang digunakan sebagai media promosi bagi setiap unit yang berada di lingkungan Yayasan Pendidikan Handayani 1979, yaitu SMP Handayani 1 Banjaran, SMA Handayani 1 Pameungpeuk, SMA Handayani 2 Banjaran dan SMK Handayani Banjaran. Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah dihasilkannya *booklet* promosi sekolah yang diharapkan dapat meyakinkan calon peserta didik dan pada akhirnya dapat menambah jumlah peserta didik baru.

Kata Kunci: Konten *Marketing*, *Booklet*, Promosi Sekolah, Media Komunikasi Visual

PENDAHULUAN

Pendidikan dapat berjalan dengan baik jika terdapat komponen peserta didik, tenaga pendidik dan kependidikan, sarana prasarana dan gedung pembelajaran yang memadai dan saling berhubungan satu sama lain. Setiap tahunnya, sekolah membuka pendaftaran siswa baru untuk berlangsungnya pendidikan dalam sekolah tersebut. Bagi suatu sekolah, penerimaan siswa baru merupakan suatu hal yang penting karena hal ini akan menjadi sebuah titik awal untuk berlangsungnya kelancaran tugas sekolah (Yuliana, 2009).

Tingkat persaingan yang semakin ketat antar sekolah, terutama sekolah-sekolah swasta mengharuskan setiap sekolah melakukan pengelolaan yang baik agar memberikan layanan terbaik bagi setiap peserta didiknya. Jika tidak dikelola dengan baik, maka masyarakat akan dengan mudah mencari sekolah lain yang lebih menguntungkan dan menjanjikan. Sekolah dituntut untuk dapat memosisikan diri dengan melakukan promosi yang baik demi mempertahankan eksistensinya. Betapapun bagus suatu sekolah apabila tidak dipromosikan dengan maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah peserta didik dan tidak dikenalnya sekolah tersebut di kalangan masyarakat.

Promosi adalah kegiatan yang mempunyai tujuan memperkenalkan produk berupa barang maupun jasa ke masyarakat luas agar menarik minat masyarakat untuk mengetahui, membeli, dan menggunakan produk atau jasa yang disediakan. Perkembangan teknologi dan internet saat ini dapat membantu masyarakat mempromosikan produk (Fedryansyah, Pancasilawan, & Zaenudin, 2020). Promosi terdiri atas kegiatan penjualan, periklanan, tenaga penjual, *public relation* dan pemasaran langsung (Miaty & Tresna, 2020). Promosi dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa media, antara lain media cetak atau media komunikasi visual dan media elektronik (Listyawati, 2016).

Promosi menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, fungsi promosi di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat calon siswa (Setiawan et al., 2015; Tyagita, 2016). Hal tersebut tidak terkecuali bagi sekolah-sekolah yang berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Handayani 1979 Kabupaten Bandung, yaitu SMP Handayani 1 Banjaran, SMA Handayani 1 Pameungpeuk, SMA Handayani 2 Banjaran dan SMK Handayani Banjaran. Di mana dalam statusnya sebagai sekolah swasta, sekolah-

sekolah tersebut dituntut untuk melakukan promosi guna memperkenalkan ke masyarakat yang lebih luas. Tujuan dari promosi tersebut tentunya agar masyarakat atau calon peserta didik mengetahui dan tertarik terhadap sekolah-sekolah yang berada di lingkungan Yayasan Pendidikan Handayani 1979, selain itu untuk menginformasikan dan menanamkan nilai kepercayaan dalam benak setiap masyarakat atau calon peserta didik yang pada akhirnya akan menumbuhkan minat untuk bergabung dan menjadi bagian di sekolah-sekolah tersebut.

Seiring dengan adanya dampak pandemi Covid-19, menyebabkan perubahan perilaku dengan lebih banyaknya penggunaan teknologi digital dalam segala bidang, termasuk bidang pendidikan. Teknologi digital dalam bidang pendidikan digunakan untuk menunjang pelaksanaan pendidikan secara daring demi memutus rantai penyebaran Covid-19 (Wardhani & Krisnani, 2020). Sekolah-sekolah swasta di bawah naungan Yayasan Pendidikan Handayani 1979 membutuhkan media promosi yang dapat menarik peserta didik baru melalui pemanfaatan teknologi digital, salah satunya melalui pengembangan desain dan konten *marketing* berbentuk media komunikasi visual.

Media komunikasi visual merupakan suatu proses penyampaian pesan atau informasi yang disampaikan kepada orang lain dengan menggunakan media gambar yang hanya dapat dibaca dengan alat penglihatan (Musfiquon, 2012; Sunarya et al., 2019). Media komunikasi visual umumnya mengombinasikan desain grafis, gambar, ilustrasi, lambang, seni, tipografi, dan warna untuk penyampaian (Putra, 2021).

Saat ini media komunikasi visual sudah memiliki banyak bentuk, salah satunya adalah media cetak. Media cetak adalah sebuah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke masyarakat luas secara fisik (Pribadi, 2017).

Adapun media cetak yang akan digunakan adalah *booklet*. *Booklet* adalah sebuah buku kecil yang memiliki paling sedikit lima halaman tetapi tidak lebih dari empat puluh delapan halaman diluar hitungan sampul (Pralisaputri et al., 2016). *Booklet* berisikan

informasi-informasi penting, suatu *booklet* isinya harus jelas, tegas, mudah dimengerti dan akan lebih menarik jika *booklet* tersebut disertai dengan gambar. Bentuknya yang kecil menjadikan *booklet* mudah dibawa ke mana saja. *Booklet* bersifat informatif, desainnya yang menarik dapat menimbulkan rasa ingin tahu, sehingga calon peserta didik bisa memahami dengan mudah apa yang disampaikan dalam media promosi ini (Gemilang, 2016).

Berdasarkan latar belakang tersebut, yang menjadi tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah membuat media komunikasi visual berbentuk *booklet* yang efektif dan komunikatif untuk mempromosikan sekolah-sekolah yang ada di lingkungan Yayasan Pendidikan Handayani 1979, di mana konten yang ada diharapkan dapat meyakinkan calon peserta didik untuk bersekolah di sekolah-sekolah tersebut, dan pada akhirnya dapat menambah jumlah peserta didik baru.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini yaitu berupa *workshop* pembuatan *booklet* sebagai media promosi sekolah berbentuk media komunikasi visual bagi sekolah-sekolah yang berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Handayani 1979, yaitu SMP Handayani 1 Banjaran, SMA Handayani 1 Pameungpeuk, SMA Handayani 2 Banjaran dan SMK Handayani Banjaran.

Adapun langkah-langkah kegiatannya terdiri dari 3 (tiga) tahapan kegiatan yaitu (1) Pra kegiatan, (2) Kegiatan dan (3) Pasca kegiatan.

a) Pra Kegiatan

Pada awal sebelum kegiatan dilaksanakan, tim melakukan studi pendahuluan yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi sasaran, mengidentifikasi, dan membuat perumusan masalah yang terjadi di lapangan. *Output* dari kegiatan ini adalah diperolehnya data yang mendukung untuk

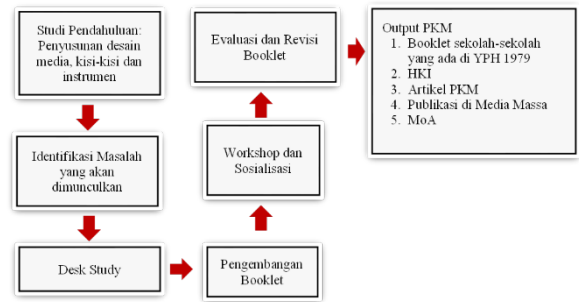
mengidentifikasi permasalahan yang ada di lokasi sasaran agar dapat dirumuskan dan disusun program yang tepat untuk diterapkan (*desk study*). Pada tahap ini juga, tim melakukan pertemuan dengan tim promosi sekolah di Yayasan Pendidikan Handayani 1979 untuk melaksanakan *workshop* awal dalam mengenalkan urgensi dari konten *digital marketing* sebagai media promosi saat ini.

b) Kegiatan

Kegiatan utama dari kegiatan PKM ini berupa *workshop* pembuatan *booklet* promosi sekolah. *Workshop* ini sendiri diadakan 2 (dua) kali, di mana pada pertemuan pertama diawali dengan pemaparan materi dan pelatihan penggunaan aplikasi Canva yang akan digunakan untuk membuat *booklet* promosi sekolah. Setelah dilakukan pelatihan, unit sekolah mendesain *booklet* yang bisa digunakan sebagai media promosi. *Booklet* berisi informasi lengkap mengenai sekolah, mulai dari profil sekolah, struktur organisasi sekolah, program unggulan sekolah, kegiatan ekstrakurikuler yang ada di sekolah, serta hal lainnya yang diperlukan. Selanjutnya pertemuan kedua tim PKM beserta tim promosi sekolah melaksanakan kegiatan pembuatan *booklet* dengan memanfaatkan aplikasi Canva.

c) Pasca Kegiatan

Pada tahapan pasca kegiatan utama dilaksanakan, tim melakukan *workshop* evaluasi kegiatan untuk mengetahui apa kekurangan dari *booklet* promosi sekolah yang sudah ada dan melakukan revisi bersama dengan tim promosi sekolah dari Yayasan Pendidikan Handayani 1979. Setelah itu, tim kemudian menyiapkan semua luaran/output yang dijanjikan dari kegiatan PKM ini.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

(Sumber: Diolah oleh Penulis, 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pembuatan *Booklet* Promosi Sekolah

Pada awal sebelum kegiatan dilaksanakan, tim melakukan pertemuan dengan tim promosi sekolah di Yayasan Pendidikan Handayani 1979 untuk melaksanakan *workshop* awal untuk mengenalkan urgensi dari konten *digital marketing* sebagai media promosi saat ini. Tindak lanjut dari pertemuan tersebut yaitu tim PKM melaksanakan pelatihan penggunaan aplikasi Canva yang akan digunakan untuk membuat *booklet* promosi sekolah. Aplikasi Canva dipilih karena kemudahan dalam pengoperasian aplikasi dan dapat digunakan di komputer ataupun *smartphone*. Selain itu, aplikasi Canva juga dapat digunakan secara gratis (Ririd, Vista, Sabilla, Dien, & Asmara, 2022).



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan *Booklet*

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Setelah dilakukan pelatihan, unit sekolah mendesain *booklet* yang bisa digunakan sebagai media promosi. *Booklet* berisi informasi lengkap mengenai

sekolah, mulai dari profil sekolah, struktur organisasi sekolah, program unggulan sekolah, kegiatan ekstrakurikuler yang ada di sekolah, serta hal lainnya yang diperlukan. Selanjutnya tim PKM bersama tim promosi sekolah melaksanakan kegiatan pembuatan *booklet* dengan memanfaatkan aplikasi Canva.



Gambar 3. Proses Pembuatan Booklet Promosi

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

b. *Workshop* Evaluasi Kegiatan

Pada tahap akhir kegiatan PKM, tim melakukan *workshop* evaluasi kegiatan untuk mengetahui apa kekurangan dari *booklet* promosi sekolah yang sudah ada dan melakukan revisi bersama dengan tim promosi sekolah dari Yayasan Pendidikan Handayani 1979.



Gambar 4. *Workshop* Evaluasi Kegiatan

Pada tahapan ini juga, tim PKM bersama tim promosi sekolah mulai menyosialisasikan desain dan konten *marketing* yang telah dihasilkan dalam bentuk *booklet* promosi sekolah kepada sebagian guru dan wakil kepala sekolah yang berada di lingkungan Yayasan Pendidikan Handayani 1979, yaitu SMP Handayani 1 Banjaran, SMA Handayani

1 Pameungpeuk, SMA Handayani 2 Banjaran, dan SMK Handayani Banjaran.



Gambar 5. Tim PKM bersama Tim Promosi dan Guru di Lingkungan YPH 1979
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

c. Hasil yang Dihasilkan

Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah dihasilkannya *booklet* promosi sekolah dari 4 (empat) unit sekolah yang berada di lingkungan Yayasan Pendidikan Handayani 1979, yaitu SMP Handayani 1 Banjaran, SMA Handayani 1 Pameungpeuk, SMA Handayani 2 Banjaran, dan SMK Handayani Banjaran.



Gambar 6. *Booklet* yang Dihasilkan
(Sumber: Dokumentasi Tim PKM dan Tim Promosi Sekolah YPH 1979, 2022)

Booklet tersebut berisi informasi lengkap mengenai sekolah, mulai dari profil sekolah, struktur organisasi sekolah,

program unggulan sekolah, kegiatan ekstrakurikuler yang ada di sekolah, serta hal lainnya yang diperlukan.

Booklet promosi sekolah yang sudah dihasilkan ini diharapkan dapat meyakinkan calon peserta didik dan pada akhirnya dapat menambah jumlah peserta didik baru di sekolah-sekolah di Yayasan Pendidikan Handayani 1979.

SIMPULAN

Tim PKM dan tim promosi sekolah di Lingkungan Yayasan Pendidikan Handayani 1979 telah menghasilkan media promosi visual berupa 4 (empat) buah *booklet* promosi sekolah untuk SMP Handayani 1 Banjaran, SMA Handayani 1 Pameungpeuk, SMA Handayani 2 Banjaran, dan SMK Handayani Banjaran.

Booklet tersebut berisi informasi lengkap mengenai sekolah, mulai dari profil sekolah, struktur organisasi sekolah, program unggulan sekolah, kegiatan ekstrakurikuler yang ada di sekolah, serta hal lainnya yang diperlukan.

Booklet promosi sekolah yang telah dihasilkan ini diharapkan dapat meyakinkan calon peserta didik dan pada akhirnya dapat menambah jumlah peserta didik baru di sekolah-sekolah di Yayasan Pendidikan Handayani 1979.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Universitas Pendidikan Indonesia yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pendidikan Indonesia Tahun Anggaran 2022. Terima kasih kepada Ketua Yayasan Pendidikan Handayani 1979 yang telah memberikan kesempatan kepada pengabdian untuk melakukan kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

Fedryansyah, M., Pancasilawan, R., & Zaenudin, M. (2020). PENGEMBANGAN POTENSI EKONOMI WILAYAH DALAM PERSPEKTIF KEWIRAUSAHAAN DI

DESA KADAKAJAYA. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 533–538. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i3.30915>

Gemilang, R. (2016). Pengembangan booklet sebagai media layanan informasi untuk pemahaman gaya hidup hedonisme siswa kelas XI di SMAN 3 Sidoarjo (Doctoral dissertation, State University of Surabaya).

Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(1).

Miati, I., & Tresna, P. W. (2020). BAURAN PEMASARAN PADA BATIK GENDHEIS KOTA BANJAR. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 129–143.

Musfiqon, H. M. (2012). Pengembangan Media dan Sumber Pembelajaran. Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya.

Pralisaputri, K. R., Soegiyanto, H., & Muryani, C. (2016). Pengembangan media booklet berbasis SETS pada materi pokok mitigasi dan adaptasi bencana alam untuk kelas X SMA (eksperimen pada siswa kelas X SMA Negeri 8 Surakarta tahun ajaran 2014/2015). *GeoEco*, 2(2).

Pribadi, B. A. (2017). Media & teknologi dalam pembelajaran. Prenada Media.

Putra, R. W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan. Penerbit Andi.

Ririd, A. R. T. H., Vista, C. B., Sabilla, W. I., Dien, H. E., & Asmara, R. A. (2022). WORKSHOP OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING UNTUK PELAKU UMKM PADA LAPAK BERKAH PKK, DI DESA TOYOMARTO SINGOSARI, KABUPATEN MALANG. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 149–155.

Setiawan, A., Couto, N., & Trinanda, R. (2015). Promosi Sekolah SMK Kartika 1-1 Padang Melalui Media Grafis (*Booklet*). Dekave: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 3(1).

Sunarya, L., Maimunah, M., & Sari, R. (2019). Media Komunikasi Visual Sebagai Penunjang Promosi Pada SMK Multimedia Mandiri. *Creative*

- Communication and Innovative Technology Journal*, 12(1), 22-32.
- Tyagita, B. P. A. (2016). Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama di Kabupaten Semarang 1. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(1), 67-79.
- Yuliana, S. A. (2009). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditya Media dan Fakultas Ilmu Pendidikan UNY.
- Wardhani, T. Z. Y., & Krisnani, H. (2020). OPTIMALISASI PERAN PENGAWASAN ORANG TUA DALAM PELAKSANAAN SEKOLAH ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 48–59.