



Implementasi Digital Marketing di SMK Kriya Sahid Sukoharjo Guna Meningkatkan Jumlah Siswa Baru

Dahlan Susilo^{*1}, Diyah Ruswanti², Farid Fitriyadi³

^{1,2,3}Universitas Sahid Surakarta

dahlan.susilo@usahidsolo.ac.id, dyahruswanti@usahidsolo.ac.id,

faridfitriyadi@usahidsolo.ac.id

ABSTRAK

Permasalahan yang dialami SMK Kriya Sahid Sukoharjo dari tahun 2019 hingga 2022 adalah menurunnya jumlah siswa baru dari tahun ke tahun tidak dapat mencapai target minimal jumlah siswa yang memadai. Salah satu kelemahan yang terjadi pada bagian penerimaan siswa baru adalah terbatasnya skill petugas dalam membuat konten media sosial untuk mempublikasikan keberadaan sekolah dan kegiatan-kegiatannya. Tim pengabdian memberikan pelatihan dan penguatan dalam membuat konten media sosial yang menarik untuk dipublikasikan. Hasil dari pelaksanaan pengabdian ini adalah Tim penerimaan siswa baru SMK Kriya Sahid Sukoharjo mampu membuat desain yang menarik, sederhana dan pesan mudah ditangkap oleh masyarakat sasaran. Konten tersebut diunggah pada media sosial dan website sekolah, sehingga dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat sekitar dengan lebih efektif.

Kata kunci : Informasi Sekolah, Konten Media Sosial, Penerimaan Siswa Baru

ABSTRACT

The problem of SMK Kriya Sahid Sukoharjo was decline in the number of new students from year 2019 to 2022. It cannot reach the minimum target of an adequate number of students. One of the weaknesses that occurs in the new student admission team is the limited skill of officers in creating social media content to publicize the existence of the school and its activities. The service team provides training and reinforcement in creating interesting social media content for publication. The result of the implementation of this service is that the new student admission team of SMK Kriya Sahid Sukoharjo is able to create attractive designs, sederhana and messages easily captured by the target community. The content is prevented on social media and school websites, so that it can publish the informations to the surrounding community more effectively.

Keywords: *New Student Admission, School Information, Social Media Content*

PENDAHULUAN

SMK Kriya Sahid Sukoharjo yang didirikan pada tanggal 8 juli 2003 oleh Bapak Prof. Dr. H. Sukamdani Sahid Gitisardjono merupakan Sekolah yang berbasis Seni Kriya Kreatif dan Teknologi. Yang terdiri dari 4 Program Keahlian, yaitu :

1. Desain & Produksi Kriya Kayu Semakin berkembangnya dunia industri kayu di Indonesia khususnya diharapkan para siswa dapat menguasai keahlian di bidang kayu dengan baik. Dan juga dapat menghasilkan karya-karya yang lebih inovatif.
2. Desain & Produksi Kriya Tekstil Dengan proses belajar yang tepat siswa diharapkan dapat menerima dan mengaplikasikan teknik - teknik dalam dunia industri tekstil dengan benar. Sehingga para siswa memiliki kompetensi yang maksimal dan mampu bersaing di dunia industri.
3. Multimedia Semakin cepatnya perkembangan di industri multimedia, diharapkan mampu menyiapkan tenaga - tenaga profesional di bidang industri multimedia. Sehingga dunia industry multimedia dapat terus berkembang di semua wilayah.
4. Teknik Komputer dan Jaringan Teknik Komputer & Jaringan merupakan program yang sangat prospek sekali pada saat ini dan yang akan datang karena hampir disetiap instansi/lembaga selalu membutuhkan.

Permasalahan yang terjadi saat ini adalah jumlah siswa yang tidak mencapai target minimal, jumlah siswa dalam tiga tahun terakhir hanyalah 140 siswa, dengan perincian sebagai berikut :

1. Program Keahlian Kriya Kreatif Kayu dan Rotan : 1, 2, 0, total 3 siswa
2. Program Keahlian Kriya Kreatif Batik dan Tekstil: 11, 11, 15, total 37 siswa
3. Program Keahlian Multimedia : 15, 23, 16, total 54 siswa
4. Program Keahlian Teknik Komputer dan Jaringan: 23, 14, 9, total 46 siswa

Kecenderungan menurunnya jumlah siswa baru dari tahun ke tahun hampir semua prodi ini menjadi bahan evaluasi yang mendalam bagaimana meningkatkan minat masyarakat agar tertarik masuk ke sekolah ini.

Pada era informasi ini, Digital Marketing dapat membantu sebuah lembaga dalam mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa yang ditawarkan. Digital Marketing juga dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup dikarenakan adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak. Penerapan teknologi digital yang membentuk *online channel* ke pasar melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya *blog*, *feed*, *podcast*, dan jejaring sosial dapat memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program ini meliputi beberapa tahap di antaranya tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Berikut penjelasan setiap tahapan pelaksanaan:

1. Persiapan
 - a. Tim berkoordinasi pelaksanaan pengabdian di SMK Kriya Sahid Sukoharjo
 - b. Tim dan mitra menentukan bidang pengabdian
 - c. Tim pengabdian menyusun rencana kerja pengabdian
2. Pelaksanaan Penyuluhan dan Pelatihan
Pelatihan dilaksanakan berdasar aktivitas yang sudah dilakukan mitra, yakni SMK Kriya Sahid Sukoharjo. Realita menunjukkan jumlah peminat dan siswa baru yang masuk per tahun selalu tidak mencapai target dan cenderung menurun.

Saat ini mitra sudah mencoba menggunakan media sosial untuk mempromosikan sekolah ke masyarakat, khususnya ke siswa SMP di Sukoharjo dan sekitarnya. Pelatihan Digital Marketing dilakukan berupa pembekalan materi digital marketing dan pengayaan konten serta perluasan media sosial yang digunakan. Perluasan media sosial dan ketepatan sasaran promosi akan berdampak pada jumlah kunjungan media yang digunakan menjadi lebih tinggi.

Materi konten yang menarik juga memberi sumbangan terhadap peminat yang berkunjung dan menikmati materi yang disajikan. Pendampingan pelaksanaan Digital Marketing dilakukan berupa pemantauan pelaksanaan digital marketing dan pengayaan konten serta perluasan media sosial yang digunakan. Hasil pemantauan akan digunakan untuk meningkatkan konten media sosial dan ketepatan sasaran promosi pada masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat di SMK Kriya Sahid Sukoharjo ini fokus pada tiga hal sebagai berikut:

1. Peningkatan konten Website : kegiatan pendampingan website dilaksanakan dengan tujuan untuk menata konten konten yang akan di-posting/diunggah pada website tersebut agar tampilan lebih menarik. Pendampingan pada website ini dilakukan dengan memperbaiki komposisi warna yang akan digunakan dan tata letak konten (Gambar 1).



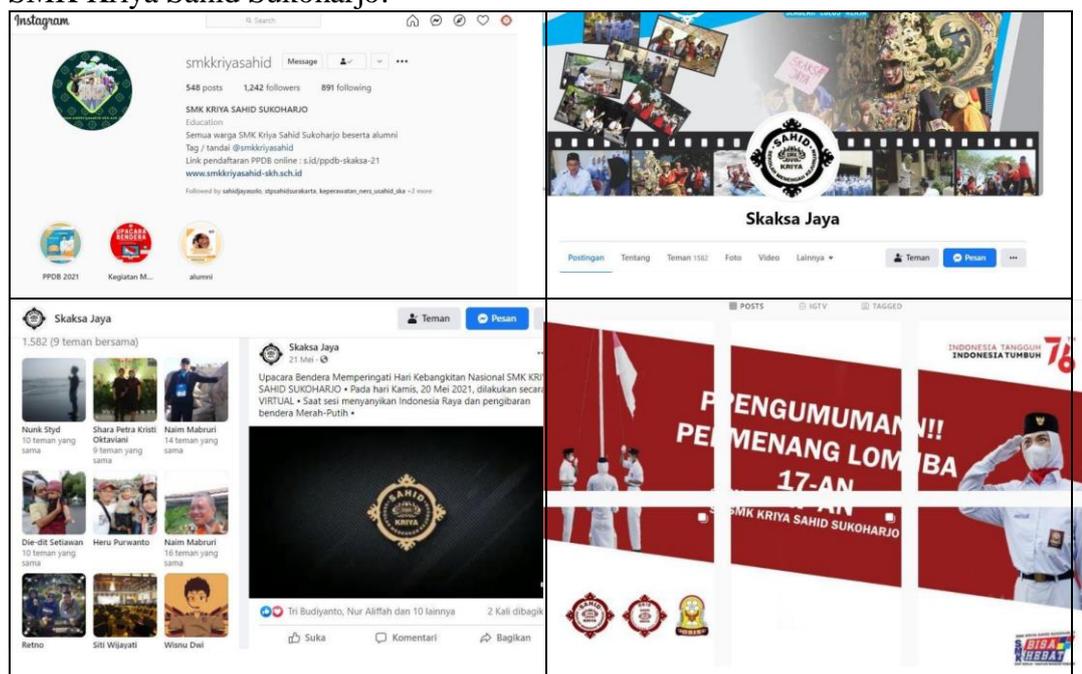
Gambar 1. Tampilan laman SMK Kriya Sahid Sukoharjo

2. Optimasi Mesin Pencari (SEO): kegiatan pendampingan dalam memanfaatkan *Search Engine Optimization* (SEO) adalah sebuah tindakan optimasi *website* yang dilakukan dengan tujuan untuk bisa mendapatkan ranking teratas di hasil pencarian. Dengan mendapatkan peringkat terbaik di hasil pencarian, maka potensi untuk mendapatkan banyak *traffic* organik juga akan semakin besar. Dengan tingginya trafik maka SMK Sahid Sukoharjo akan semakin mudah untuk dikenal masyarakat umum dan sebagai media promosi yang tepat untuk SMK Kriya Sahid Sukoharjo (Gambar 2).



Gambar 2. Promo SMK Kriya Sahid Sukoharjo yang dimasukkan dalam SEO

3. Jejaring sosial (*social network*): Optimalisasi sosial media/jejaring sosial ini merupakan salah satu upaya atau cara untuk memperkenalkan SMK Kriya Sahid Sukoharjo kepada masyarakat luas. Optimalisasi ini dilakukan dengan cara membuat akun di beberapa *platform social media*, SMK Kriya memilih *social media Instagram* dan *facebook* sebagai *platform digital* untuk memperkenalkan SMK Kriya Sahid Sukoharjo.



Gambar 3. Tampilan beberapa *platform social media* SMK Kriya Sahid Sukoharjo

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini telah terlaksana dengan baik dan lancar meliputi pelatihan dan pendampingan pembuatan konten untuk *digital marketing* SMK Kriya Sahid Sukoharjo guna meningkatkan peran

Social Media.

Pelatihan dan pendampingan implementasi *social media* dapat diterapkan untuk meningkatkan promosi kepada siswa-siswi SMP sesuai dengan target yang diberikan kepada SMK Kriya Sahid Sukoharjo.

Pelatihan pembuatan konten *digital marketing* yang tepat dan menarik dapat peningkatan kemampuan tim penerimaan siswa baru dalam membuat mengisi website dan media-media sosial yang dimiliki SMK Kriya Sahid Sukoharjo secara berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, Dave. 2002. *E-Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation and Practice*. New Jersey: Prentice Hall.
- Nadya. 2016. Peran Digital Marketing dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.
- Pangestika, Nadia. 2018. Studi Aplikatif Peningkatan Penjualan Menu Kategori Puzzle dan Plowhorse Melalui Suggestive Selling.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*.
- Ryan, Damian & Jones, Calvin. 2009. *Understanding Digital Marketing*. London: Kogan Page.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan, Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.