

Pemanfaatan Instagram sebagai *Media Branding* di PAUD Annisa Serang

Puspita Asri Praceka¹, Dimas Handrianto², Yuda Ganda Putra³

¹Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

²Magister Administrasi Publik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

³Pendidikan Doktor, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Correspondence email: puspita@untirta.ac.id

Abstrak

Program pengabdian pada masyarakat ini berlokasi di Satuan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Annisa, Ciracas, Kota Serang. Semakin banyaknya jumlah PAUD yang ada, membuat satuan PAUD harus bisa bersaing dengan sekolah lain yang memberikan layanan serupa. Salahsatu hal yang bisa dilakukan adalah *branding* melalui media sosial Instagram. Belum adanya upaya branding yang dilakukan oleh pengelola PAUD Annisa adalah salahsatu alasan mengapa program ini dilakukan. Subjek dari program ini adalah kepala lembaga dan guru di PAUD Annisa. Metode yang dilakukan adalah pendampingan dari mulai mengenalkan konsep *branding*, mempelajari teknik edit sederhana melalui aplikasi di telepon genggam, sampai praktek mengunggah konten di Instagram, pembuatan *caption* dan pemilihan *hashtags*.

Katakunci: *branding* sekolah; PAUD; instagram

Abstract

This community service program is located at the Annisa Early Childhood Education Unit (PAUD), Ciracas, Serang City. The increasing number of PAUDs available means that PAUD units must be able to compete with other schools that provide similar services. One thing that can be done is branding through social media Instagram. The absence of branding efforts by the Annisa PAUD management is one of the reasons why this program was carried out. The subjects of this program are heads of institutions and teachers at PAUD Annisa. The method used is assistance from introducing the concept of branding, learning simple editing techniques via an application on a mobile phone, to practicing uploading content on Instagram, creating captions and selecting hashtags.

Keywords: *school branding; early childhood education programs; instagram*

Pendahuluan

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) memiliki peranan penting di masyarakat. Anak usia dini dalam rentang umur 3-5 tahun dapat mengikuti PAUD sebagai persiapan untuk menuju tingkat pendidikan selanjutnya (Nengsi, 2019). Namun muncul masalah krusial yaitu jumlah PAUD yang menjamur dan banyak ada kenyataannya tidak selalu dibarengi dengan upaya peningkatan kualitas pembelajaran (Zaman, 2016).

Pengelolaan PAUD di beberapa tempat banyak diawali oleh inisiatif masyarakat sekitar untuk menyediakan pendidikan bagi anak-anak di lokasi tersebut. Sebagian besar PAUD swasta hanya mengandalkan sumber pendanaan dari SPP per bulan yang besarnya hanya 10-50 ribu per anak. Jumlah ini tidak seimbang dengan kebutuhan sehingga di beberapa tempat guru rela digaji agar pelaksanaan pembelajaran tetap berlangsung (Mohammad Fauziddin, n.d.). Pendidikan mayoritas lembaga PAUD yang minim berdampak pada anggaran pendidikan yang minim untuk mengembangkan kualitas kelembagaan, manajerial, SDM, sarana dan prasarana pendidikan dan pembelajaran (Anam, 2021).

Salahsatu upaya meningkatkan kualitas adalah dengan membuat PAUD tersebut diminati oleh masyarakat. Fauziddin menyampaikan tujuh cara agar PAUD diminati masyarakat yaitu menunjukkan kualitas atau hasil pembelajaran anak yang nampak dan bisa dirasakan orangtua (Mohammad Fauziddin, n.d.)

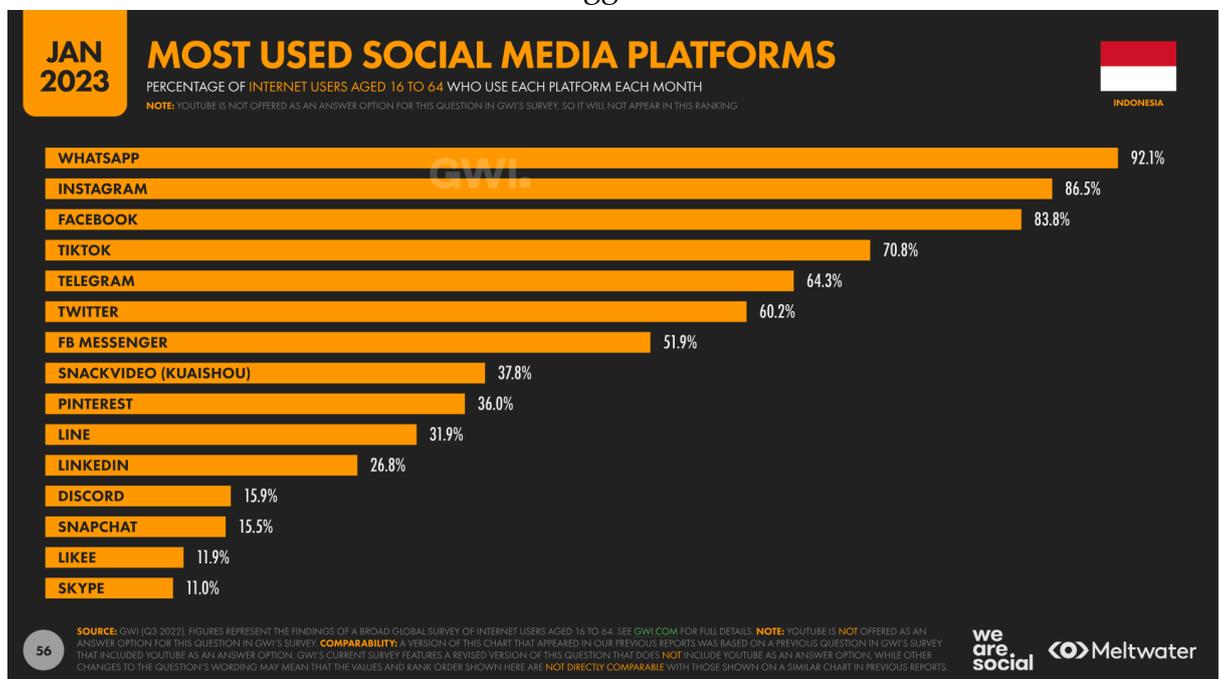
Program pengabdian ini dilakukan di PAUD Annisa. Pendirian PAUD ini dimulai dengan beberapa ibu di Perumas Ciracas RW 12 yang berinisiatif mendirikan PAUD di lingkungannya pada 2006. Dengan menempati sebuah rumah yang dipinjamkan sementara oleh tokoh masyarakat di sana. Seiring waktu, jumlah pendidik lima orang dan murid pernah mencapai 50 anak. PAUD Annisa saat itu tidak memiliki lahan yang cukup untuk melakukan kegiatan sehingga terpaksa harus berolahraga di jalan depan sekolah. Namun di tahun 2023, PAUD Annisa memiliki lokasi baru yang lebih luas, sehingga anak-anak tidak perlu berolahraga di jalan.

Dengan kondisi seperti ini, PAUD Annisa memiliki kelebihan dibandingkan dengan sekolah lain di sekitar sana, dan diharapkan jumlah siswa bertambah di tahun ajaran mendatang. Namun hal ini tidak serta-merta dapat tercapai, jika PAUD Annisa tidak atau kurang dikenal oleh masyarakat. PAUD Annisa tidak bisa mengandalkan hanya masyarakat sekitar RW 12, karena menurut pengakuan pengelola, di sekitar lokasi anak-anak mulai beranjak dewasa. PAUD Annisa harus melakukan penyebaran informasi sekolah ke lingkungan yang lebih luas. Data referensi Kemendikbud 2023 mencatat di kota Serang terdapat 241 TK dan 227 Kelompok Bermain (*JUMLAH DATA SATUAN PENDIDIKAN (PAUD) PER PROV. BANTEN*, n.d.). Menurut data sekolah Kemendikbud dalam radius terdekat dari PAUD Annisa terdapat empat sekolah sejenis, yaitu berjarak 0.92 km, 1.07km, dan 1.16 km (*Sekolah Kita, SPS BKB KEMAS ANNISA*, n.d.).

Branding sekolah diperlukan untuk meningkatkan animo siswa dan awareness masyarakat, hal ini penting mengingat semakin ketatnya persaingan antar sekolah (Susilo, 2022). Aktifitas *branding* atau pencitraan berfokus agar suatu produk bisa melekat di benak konsumen (Kikit Azeharie, 2022). Salahsatu cara agar nama PAUD Annisa melekat di benak masyarakat adalah dengan melakukan *branding* melalui sosial media.

Sosial media yang dipilih sebagai medium untuk branding PAUD Annisa adalah Instagram. Data we are social menyebutkan bahwa tahun 2023 Instagram menempati posisi kedua sebagai platforms yang sering dipakai setelah Whatsaap. Namun informasi di Whatsapp tidak bisa diakses oleh publik yang lebih luas (DIGITAL 2023, n.d.)

Gambar 1. Daftar Penggunaan Media Sosial



Sumber : We Are Social

Observasi yang dilakukan Praceka (2021) di salahsatu TK di Kota Serang, menunjukkan bahwa di TK tersebut kemampuan guru dalam penggunaan aplikasi video editing terbatas (Praceka, 2021). Hal yang sama juga terjadi di PAUD Annisa, dari empat guru hanya satu yang terbiasa menggunakan aplikasi editing video yaitu Capcut. Oleh karena itu pelatihan ini dibatasi hanya dengan menggunakan aplikasi di telepon genggam yang mudah dioperasikan

Metode

Program pengabdian pada masyarakat di PAUD Annisa ini dilakukan dalam beberapa tahap

1. Melakukan observasi awal

Tahapan observasi awal ini dilakukan dengan melihat langsung kondisi PAUD Annisa saat ini. Observasi dilaksanakan dengan melihat proses pembelajaran di sekolah dan kondisi bangunan baru. Dilakukan juga wawancara kepada kepala Lembaga PAUD Annisa yaitu Sri Wahyuni untuk mengetahui sejarah sekolah, citra yang ingin dibangun dan kelebihan yang mereka ingin munculkan dalam proses *branding* ini.

2. Koordinasi dengan mitra

Dalam tahapan ini dibahas apa hasil observasi dan wawancara, poin-poin yang bisa ditonjolkan dalam branding, serta rencana pelaksanaan kegiatan.

3. Penyusunan materi

Tim melakukan penyusunan materi, metode yang paling tepat untuk menyamakan materi tersebut, serta waktu pelaksanaan kegiatan

4. Penyelenggaraan Kegiatan

Penyelenggaraan tahapan kegiatan dan evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini

Hasil dan Diskusi

Kegiatan ini diikuti oleh empat guru PAUD Annisa, dengan hasil akhir setiap guru bisa membuat konten promosi untuk akun media sosial sekolah.

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan observasi kepada guru dan kepala lembaga untuk melihat sejauhmana pengetahuan soal *branding* dan penggunaan sosial media. Hasilnya, dari empat guru hanya satu yang secara aktif membuat konten di Tiktok dan menjadi pengguna pasif Instagram; dua guru diantaranya hanya menjadi pengguna pasif Tiktok dan Instagram; satu orang hanya memiliki akun Instagram, namun jarang memakainya.

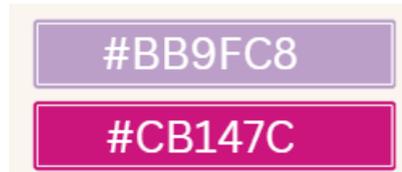
Dalam tahap ini juga dilakukan persiapan untuk melakukan *branding* melalui media sosial, yaitu

- a. Membuat email khusus *branding*, terpisah dengan email sekolah untuk kepentingan lainnya
- b. Membuat titik di Google Maps yang menunjukkan lokasi sekolah dan mengunggah foto-foto kegiatan dan kondisi terbaru sekolah
- c. Mengunduh aplikasi dan membuat akun Canva
- d. Mengunduh aplikasi dan membuat akun Instagram
- e. Mengunduh aplikasi dan membuat akun Capcut
- f. Mengunduh aplikasi Snapseed

Dari hasil observasi dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa

- a. Pemilihan warna dominan adalah magenta terang sedang (dengan kode #bb9fc8) dan magenta-pink (dengan kode #cb147c). Warna ini disesuaikan dengan seragam olahraga yang dipakai oleh siswa.

Gambar 2. Warna Dominan



Sumber : (Hex Color Code, n.d.)

- b. Untuk jenis huruf dalam logo dipilih Lastica

Gambar 3. Penggunaan huruf



Sumber : Canva

- c. Logo yang dibuat

Gambar 4. Logo



Sumber : Canva

Logo ini akan dipakai untuk profil Instagram dan semua konten di media sosial.

2. Tahap Pelaksanaan

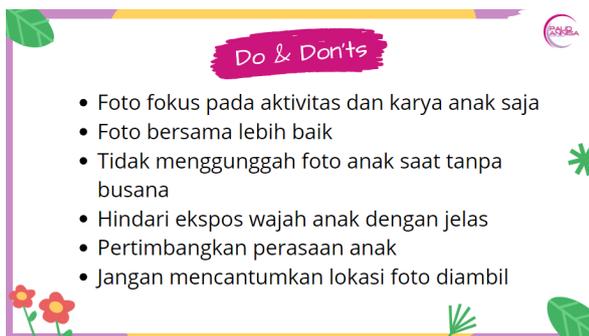
Tahap 1: Pemberian Materi

Dalam tahapan pelaksanaan ini, diawali dengan pemberian materi tentang

- a. Digital marketing
- b. Branding dan brand image
- c. Pentingnya branding untuk sekolah
- d. Panduan foto dan video

Panduan ini disarikan dari paparan Nukmat Luthfie, pendiri Lembaga Literasi Media Sosial (Feby, n.d.). Panduan ini diberikan kepada guru, agar berhati-hati mengunggah foto dan video anak didik mereka

Gambar 5. Panduan Foto & Video



Sumber : (Feby, n.d.)

- e. Cara membuat foto dan video yang menarik
- f. Pemilihan sosial media yang tepat
- g. Instagram dan fitur yang disediakan
- h. Pemilihan format foto dan video yang sesuai dengan fitur Instagram
- i. Cara membuat caption yang menarik
- j. Pemilihan hashtags yang tepat

Gambar 6. Pemberian Materi



Sumber. Dokumentasi

Tahap 2: Praktek

Pada tahapan ini, guru diajak untuk mempraktekkan hasil dari materi yang sudah disampaikan sebelumnya

Gambar 7. Praktek Pengambilan Gambar



Sumber: Dokumentasi

Gambar 8. Contoh Foto



Sumber. Dokumentasi

Praktek mengedit melalui aplikasi Capcut dan snapseed. Mengunggagah di Canva untuk memasukan ke *template*

Gambar 9. Praktek Editing di Aplikasi Telepon Genggam



Sumber. dokumentasi

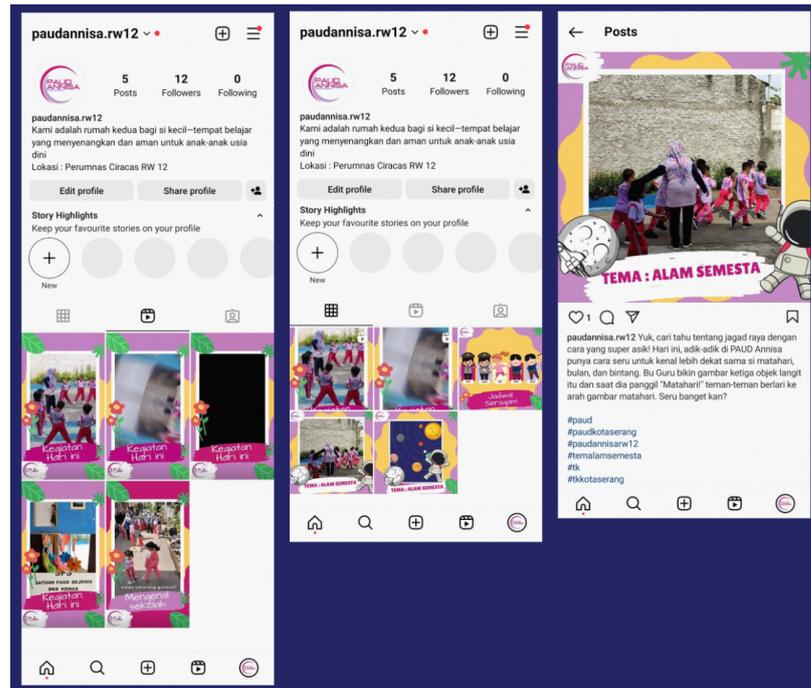
Gambar 10. Praktek Editing di Aplikasi Telepon Genggam



Sumber. Tangkap layar aplikasi Canva

Mengunggah di Instagram dan memasukkan *caption* dan *hashtags* yang tepat

Gambar 11. Tampilan Instagram PAUD Annisa



Sumber. Tangkap layar instagram

Semua tahapan praktek dilakukan dengan menggunakan telepon genggam. Penggunaan *hashtags* (tagar) dalam konten media sosial merupakan salahsatu cara untuk mempromosikan akun atau produk dalam unggahan tersebut, salahsatunya penggunaan *hashtags* dalam mempromosikan makanan lokal (Setianto, Yearry Panji; Praceka, Puspita Asri; Handaningtias, 2019). Penggunaan *hashtags* yang tepat dapat membuat konten berhubungan dengan konten lain dengan *hashtags* yang sama. Hal yang sama bisa dilakukan juga untuk menyebarkan informasi tentang PAUD Annisa. Untuk konten-konten yang dibuat, guru diminta untuk memasukkan *hashtags* berikut [#paud](#) [#paudkotaserang](#) [#paudannisarw12](#) [#temalamsemesta](#) [#tk](#) [#tkkotaserang](#)

Tahap 3: Membuat jadwal konten

Untuk tahapan ini, guru dan kepala lembaga diajak untuk membuat perkiraan konten-konten yang akan dibuat selama beberapa bulan ke depan

Gambar 12. Jadwal Konten

Sumber. Tangkap layar

Kesimpulan

Pada tahap ini, pengusul meminta untuk mengunggah hasil karya di akun Instagram sekolah. Evaluasi akan dilakukan pada satu bulan setelah pelatihan, tiga bulan dan satu semester untuk melihat bagaimana kemampuan guru-guru dalam mengelola sosial media. Dari kegiatan ini dapat diambil kesimpulan

1. Dari empat guru, hanya satu yang bisa mengikuti arahan dengan baik. Latar belakang guru tersebut sebelumnya sudah sering mengunggah video di Tiktok sehingga tidak memiliki kesulitan berarti untuk mengedit video.
2. Guru yang sudah menguasai diminta untuk melatih rekan-rekannya yang lain di sela-sela kegiatan sekolah.
3. Dibutuhkan waktu pelatihan kembali untuk mengulang materi agar bisa dipahami oleh semua guru.
4. Kegiatan ini sebaiknya dilakukan juga di lembaga lain yang membutuhkan *branding*

Ucapan Terimakasih

Pelaksana program pengabdian kepada masyarakat ini berterima kasih pada pihak yang berkenan dan berkontribusi dalam kegiatan ini, terutama kepada kepala lembaga PAUD Annisa dan guru yang terlibat.

Referensi

Anam, N. (2021). *Berbagai Problematika Pendidikan Dan Pembelajaran Di Dalam Lembaga Pendidikan PAUD Dan TK/RA Di Indonesia*. [Https://Iaiq.Ac.Id](https://Iaiq.Ac.Id).

DIGITAL 2023. (n.d.). Retrieved November 16, 2023, from <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>

Feby. (n.d.). *Posting Foto Anak di Media Sosial, Ini Aturannya!* Retrieved November 16, 2023, from <https://parentalk.id/posting-foto-anak-di-media-sosial-ini-aturannya/>

- Hex Color Code. (n.d.). Retrieved November 16, 2023, from <https://encycolorpedia.com/bb9fc8>
- JUMLAH DATA SATUAN PENDIDIKAN (PAUD) PER PROV. BANTEN. (n.d.). Retrieved November 16, 2023, from <https://referensi.data.kemdikbud.go.id/pendidikan/paud/280000/1/all/all/all>
- Kikit Azeharie. (2022). *Branding Adalah: Definisi, Tujuan, dan Contoh*. Majoo.
- Mohammad Fauziddin, M. P. (n.d.). *Cara Mengelola Lembaga PAUD Agar Diminati Masyarakat*. Retrieved November 16, 2023, from <https://pgpaud.universitaspahlawan.ac.id/cara-mengelola-lembaga-paud-agar-diminati-masyarakat/>
- Nengsi, A. W. (2019). Al Fitrah Journal Of Early Childhood Islamic Education. *ANALISIS PROBLEMATIKA ANAK USIA 3-5 TAHUN BELUM MENDAPATKAN PENDIDIKAN DI PAUD*, 2(1).
- Praceka, P. A. (2021). Pendampingan Pembuatan Video Bahan Ajar Sebagai Upaya Memaksimalkan Proses Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) Pada Guru TK Tunas Insan Kamil, Kota Serang, Provinsi Banten. *Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.31506/komunitas:jpkm.v1i1.11678>
- Sekolah Kita, SPS BKB KEMAS ANNISA. (n.d.). Retrieved November 16, 2023, from <https://sekolah.data.kemdikbud.go.id/index.php/Chome/profil/6287B146-7328-4FE2-8239-5C27D48013B9>
- Setianto, Yearry Panji; Praceka, Puspita Asri; Handaningtias, U. R. (2019). *The Perk of Promoting Local Food through Social Media : Instagrammatics of # kulinerlokal in Indonesia*.
- Susilo, M. J. (2022). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa Dan Awareness Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, 12(1).
- Zaman, Z. (2016). PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN TEACHING AND LEARNING USING LOCALLY AVAILABLE RESOURCES (TALULAR) UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PEMBELAJARAN DI LEMBAGA PAUD KURANG BERUNTUNG. *PEDAGOGIA Jurnal Ilmu Pendidikan*, 13(2), 226. <https://doi.org/10.17509/pedagogia.v13i2.3554>