



School Website Management As Media
Promotion and Information At Kindergarten
ABA Kadisoka

Windha Mega Pradnya Duhita

EasyChair preprints are intended for rapid dissemination of research results and are integrated with the rest of EasyChair.

December 4, 2019

School Website Management As Media Promotion and Information At Kindergarten ABA Kadisoka

Manajemen Website Sekolah Sebagai Media Promosi dan Informasi Pada TK ABA Kadisoka

Windha Mega PD

Universitas Amikom Yogyakarta

Jl. Ringroad Utara, Condongcatur, Depok, Sleman Yogyakarta, telp/fax (0274) 884201 / (0274) 884208

e-mail: windha.m@amikom.ac.id

Abstrak

Penggunaan internet dalam masyarakat saat ini sudah menjadi salah satu media informasi yang utama. Masyarakat sudah terbiasa untuk memperoleh informasi melalui dunia maya. Untuk itu, pembuatan website sebagai sarana publikasi menjadi alternatif yang cukup efektif. Saat ini TK ABA Kadisoka dalam mempromosikan sekolah dan menginformasikan kegiatannya masih memanfaatkan brosur yang dibagikan ke warga sekitar. Sehingga jangkauan informasinya sangat terbatas. Untuk itu perlu adanya upaya peningkatan citra sekolah diantaranya dengan membentuk tim penerimaan siswa baru, rancang bangun website sekolah dan pengisian konten website, agar dapat digunakan untuk penyampaian informasi menyeluruh kepada masyarakat dengan cakupan lebih luas lagi. Di samping itu, citra sekolah menjadi meningkat sebagai sekolah yang mengikuti perkembangan teknologi.

Luaran dari kegiatan ini adalah tersedianya website sebagai media promosi dan informasi kegiatan sekolah. Adapun konten yang disertakan dalam website sekolah diantaranya: profil sekolah, kegiatan sekolah, informasi penerimaan siswa baru, dan prestasi yang diraih sekolah. Selain itu, luaran dari kegiatan ini adalah peningkatan kemampuan guru dalam pengelolaan website diantaranya mempublikasikan kegiatan dan prestasi yang diraih sekolah.

Kata kunci: media informasi online, sekolah, sistem informasi, website sekolah

Abstract

The use of the internet in today's society has become one of the main information media. People are used to getting information through cyberspace. For that reason, making a website as a means of publication becomes an effective alternative. Currently TK ABA Kadisoka in promoting schools and informing their activities is still utilizing brochures distributed to local residents. So the range of information is very limited. For this reason, it is necessary to improve the school's image, including by forming a new student admission team, designing school websites and filling in website content, so that it can be used to deliver comprehensive information to the public with a wider scope. In addition, the image of schools has improved as schools follow technological developments.

The output of this activity is the availability of the website as a promotional media and information on school activities. The content included in the school website includes: school profile, school activities, information on admission of new students, and achievements achieved by the school. In addition, the output of this activity is to improve the ability of teachers in managing the website including publicizing the activities and achievements of the school.

Keywords: online information media, schools, information systems, school websites management

1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi berupa internet dapat dimanfaatkan berbagai pihak, sebagai sarana untuk memperoleh berbagai macam informasi dari berbagai penjuru dunia dalam segala bidang. Dalam lingkup sekolah, ketika ada banyak informasi yang harus disampaikan kepada masyarakat, seperti profil sekolah, kegiatan sekolah, informasi penerimaan siswa baru, dan prestasi yang diraih sekolah, maka memerlukan media yang cukup memadai. Baik dalam sasaran publik, waktu maupun aktivitasnya. Menurut pendapat Suryosubroto (2012:32) yang mengungkapkan pada dasarnya media hubungan masyarakat terdiri atas dua hal, yaitu kata-kata yang tercetak (the printed word) dan kata-kata lisan (the spoken word). Dimana media cetak yang utama adalah website[1]. Website memiliki kekuatan untuk menyampaikan informasi secara cepat dan dengan jangkauan yang cukup luas.

TK dan PAUD ABA Kadisoka awal berdiri mulai tahun 1979 yang dirintis sebagai TK PKK Kadisoka. Tahun 2004 berubah nama menjadi TK dan PAUD ABA Kadisoka hingga sekarang. Menempati gedung milik sendiri dengan jumlah kelas aktif 4 kelas dan kapasitas 15 orang anak per kelas. Juga memiliki 1 kelas PAUD dengan kapasitas murid 17 orang. Jumlah tenaga pendidik 8 orang. Menempati gedung 2 lantai milik sendiri dengan ukuran 10 x 30 meter sebagai kelas untuk kegiatan operasional dengan dilengkapi peralatan penunjang sederhana untuk menunjang kegiatan bermain dan belajar. Untuk menopang operasional TK pengelola harus mendapatkan jumlah siswa minimal 60% dari kapasitas. Karena dengan adanya siswa yang belajar di TK terdapat biaya masuk dan iuran bulanan. Orang tua dan wali murid memilih tempat belajar berdasarkan kredibilitas dari sekolah. Oleh karena itu peningkatan citra sekolah perlu ditingkatkan di tengah persaingan dengan sekolah lain yang ada di kawasan sekitar.

Peningkatan mutu dan citra TK ABA Kadisoka perlu dilakukan agar mampu menarik minat siswa baru. Agar target jumlah siswa dapat terpenuhi maka perlu dilakukan berbagai usaha. Untuk memastikan operasional TK ABA Kadisoka tetap berjalan, maka target jumlah peserta didik yang ditetapkan sekolah harus memenuhi tiap tahunnya. Sehingga perlu adanya upaya dalam meningkatkan mutu, citra serta dalam mempromosikan TK ABA Kadisoka agar target tersebut tercapai.

Dalam memperoleh informasi tentang sekolah, saat ini dengan menggunakan website sudah dapat menyajikan berbagai informasi yang dibutuhkan. Untuk menyesuaikan perkembangan kemajuan ini, TK ABA Kadisoka perlu menggunakan media promosi lain untuk memperkenalkan sekolah dan menginformasikan kegiatannya selain menggunakan brosur yang dibagikan ke warga sekitar. Permasalahan yang sering muncul saat mempromosikan menggunakan brosur adalah desain brosur diserahkan ke pihak ketiga, data kegiatan serta prestasi tidak update. Melihat permasalahan tersebut, maka pada penelitian ini, dilakukan beberapa kegiatan diantaranya 1) pembuatan website sekolah pada TK ABA Kadisoka sebagai bentuk pemanfaatan media hubungan masyarakat dan peningkatan citra baik sekolah. 2) mengadakan pelatihan manajemen pemasaran dan pengelolaan website. 3) pelatihan pengisian konten dan desain grafis, agar informasi yang ditampilkan di website lebih menarik dan mudah dipahami. Dimana indikator mudah diantaranya adalah informasi yang disajikan dalam website ditempatkan pada urutan yang logis. Setiap level pada website mempermudah pengunjung untuk dapat kembali pada level sebelumnya maupun melangkah pada level berikutnya. Karena website profil sekolah merupakan cermin sekolah pada masyarakat umum, sehingga informasi yang disajikan harus mudah diterima.

Adapun luaran dari kegiatan ini adalah

- 1) pemanfaatan media hubungan masyarakat menggunakan teknologi informasi, yaitu berupa website sekolah untuk peningkatan citra sekolah. Dengan konten yang disertakan dalam website sekolah diantaranya: profil sekolah, kegiatan sekolah, informasi penerimaan siswa baru, dan prestasi yang diraih sekolah.
- 2) Peningkatan kemampuan guru dan pengelola sekolah dalam hal desain untuk pengisian konten website sebagai media promosi dan informasi.

2. TINJAUAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Seminar Nasional Pengabdian pada Masyarakat 2019

SNPMas 2019

STMIK Dipanegara Makassar, 16 Desember 2019

Kegiatan pengabdian masyarakat tentang pengelolaan website di lembaga pendidikan yang pernah dilakukan oleh Fachri Naufaldi dengan judul "Pengelolaan Website di Lembaga Pendidikan", menyampaikan bahwa penggunaan internet oleh profesional merupakan cikal bakal dari perkembangan teknologi internet. Dalam pengelolaan website pada lembaga pendidikan harus memperhatikan beberapa aspek, diantaranya: 1). Setiap link yang ditawarkan harus dapat diakses, sehingga tidak mengecewakan pengunjung website. 2). Tersedianya kontak yang dapat dihubungi sebagai sarana informasi lebih lanjut. 3). Penetapan penempatan informasi, dimana informasi yang penting berada di kiri layar. 4). Pemilihan warna pada tampilan website dengan memilih warna yang memudahkan isi pesan pada halaman website mudah dibaca, memilih kombinasi warna yang menarik dan tidak mengganggu dalam membaca informasi. 5). Mudah dalam penggunaan, setiap informasi dikelompokkan, level pada website tidak membingungkan pengunjung untuk kembali ke level sebelumnya maupun melangkah ke level berikutnya. 6). Website yang dibuat memiliki tujuan, seperti model promosi, model informasi dan model perdagangan online[1].

Keenam aspek yang disampaikan pada penelitian di atas, dijadikan landasan dalam pembangunan website pada kegiatan pengabdian yang penulis lakukan.

Publikasi pengabdian masyarakat yang dijadikan acuan lainnya adalah yang dilakukan oleh Dr. Karwanto dan I Gede Yogi dengan judul "Pencitraan Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di SMPN 45 Surabaya diperoleh hasil bahwa upaya menciptakan citra sekolah, salah satunya adalah aktivasi situs sekolah[2].

2.2 Internet Marketing

Internet marketing merupakan usaha untuk mempromosikan, mengenalkan, dan memasarkan produk atau jasa menggunakan media online yaitu internet. Pada awal tahun 1990 an, internet menjadi pintu utama untuk media periklanan. Tidak ada yang menyangka pada saat itu bahwa online marketing berdampak langsung pada pasar dan mempengaruhi performa bisnis tradisional serta media periklanan yang lain.

Pada permulaan tahun 2000, perusahaan besar mulai serius mempertimbangkan pemasaran digital pada rencana promosinya dengan menyiapkan anggaran untuk media iklan dan promosi yang baru.

Jenis internet marketing yang dapat digunakan untuk memasarkan produk maupun jasa diantaranya dapat berupa website, blog, media sosial, *market place*. Namun membuat media pemasaran di internet tidak berhenti dengan membuat saja, melainkan perlu teknik agar media yang dibuat tersampaikan pada pasar yang dibidik. Salah satu caranya adalah menggunakan SEO (Search Engine Optimization).



Gambar 1. Aktifitas Internet Marketing [3]

Pemasaran Internet atau pemasaran elektronik tidak mampu berjalan efektif dengan begitu saja semudah menaruh informasi pada website. Pemasaran online perlu dilakukan optimasi agar target penonton iklan lebih spesifik. Dengan menggunakan pendekatan kaidah optimasi mesin pencarian yang berjalan dengan

cara pencocokan kata kunci dengan hasil pencarian yang relevan. Mesin pencarian pada umumnya menggunakan pencocokan kata atau frase yang dimasukkan. Semakin banyak kata yang cocok dalam suatu kalimat iklan maka peluang muncul pada mesin pencarian semakin besar.

Mesin pencarian dengan pembaruan algoritma terbaru tidak hanya mencari berdasarkan pengulangan jumlah kata pada suatu halaman website. Tag atau penanda juga dihitung sebagai bahan tambahan prosentase pada hasil pencarian. Perlu juga ditambahkan gambar maupun video dengan tambahan keterangan agar lebih banyak muncul pada mesin pencarian.

Sementara tujuan yang jelas dari pemasaran internet adalah untuk menjual barang, jasa atau iklan melalui internet. Namun, itu bukan satu-satunya tujuan bisnis yang menggunakan pemasaran internet; sebuah perusahaan mungkin memasarkan secara online untuk mengkomunikasikan pesan tentang dirinya (membangun mereknya) atau untuk melakukan penelitian. Pemasaran online dapat menjadi cara yang sangat efektif untuk mengidentifikasi target pasar atau menemukan keinginan dan kebutuhan segmen pemasaran. [5]

3. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah disesuaikan dengan permasalahan dan target luaran pada TK ABA Kadisoka. Sedangkan metode pembangunan website adalah dengan metode System Development Life Cycle (SDLC) model. Untuk mendapatkan gambaran efektifitas informasi mengenai sekolah melalui brosur, penulis melakukan kegiatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Yaitu menggunakan metode kuisisioner sebagai instrument untuk memperoleh data. Adapun sample yang digunakan adalah orang tua yang mempunyai anak balita melalui PKK.

Adapun Metode yang digunakan untuk pembangun website sekolah adalah menggunakan metode SDLC. Tahapan yang dilakukan dalam mengembangkan sistem diantaranya melakukan identifikasi project, Inisiasi dan perencanaan project, Analisis kebutuhan sistem, Desain logika sesuai dengan kebutuhan sistem, termasuk desain database dan desain fisikal, Implementasi menggunakan bahasa pemrograman php dan DBMS My SQL, dan yang terakhir adalah Pemeliharaan sistem.

Setelah pembuatan website sekolah selesai, berikutnya yang utama adalah bagaimana pengisian konten website yang baik. Mengingat website sebagai wajah sekolah di masyarakat. Untuk itu perlu penyampaian yang lugas dan mudah dimengerti oleh sebagian besar kalangan masyarakat.

Metode pelaksanaan kegiatan ini mengacu pada setiap masalah seperti terdapat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan dari setiap masalah yang ada

No	Masalah	Metode Pelaksanaan
1	Belum ada media atau metode promosi dan informasi yang <i>up to date</i>	Pembuatan website sekolah untuk menyampaikan informasi dan citra sekolah
2	Kurangnya pengetahuan optimasi konten pada website	Pelatihan pengelolaan konten website, diantaranya penambahan menu, pengisian artikel, pengaturan gambar, upload video dan penambahan kegiatan sekolah.
3	Asal siswa hanya dari wilayah sekitar	Pemasangan SEO pada website sekolah yang dibangun

4. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Berdasarkan pada metode pelaksanaan pada kegiatan ini, dari permasalahan yang ada, telah diperoleh berbagai capaian yang sesuai dengan target, diantaranya adalah sebagai berikut :

4.1 Tersedianya website sekolah untuk menyampaikan informasi dan citra sekolah.

Kegiatan utama pada program pengabdian masyarakat ini adalah Pembuatan website sekolah pada TK ABA Kadisoka. Tujuan dibuatnya website sekolah ini adalah untuk perluasan wilayah jangkauan peserta didik. selain itu, dengan adanya website sekolah, ada beberapa hal yang dibidik yaitu banyak orang tua dan wali

Seminar Nasional Pengabdian pada Masyarakat 2019

SNPMas 2019

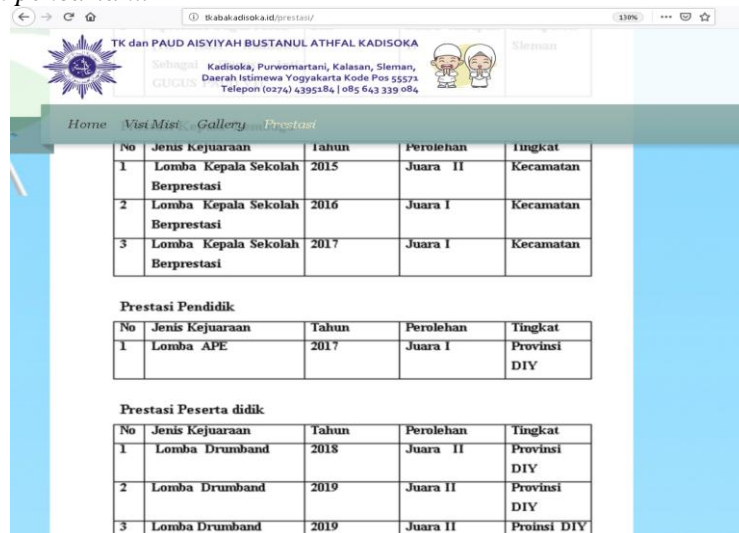
STMIK Dipanegara Makassar, 16 Desember 2019

murid dapat lebih mengenal TK Aba Kadisoka. Mampu mengetahui berbagai prestasi siswa didik dan sekolah sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi orang tua murid dalam menyekolahkan putra putri mereka. Memperoleh informasi sarana dan prasarana yang dimiliki oleh sekolah dan lain-lain.



Gambar 2. Tampilan website tkabakadisoka.id

4.2 Pelatihan Pengelolaan dan penggunaan Sistem Informasi berupa website dengan optimasi konten agar mudah terbaca mesin pencarian..



Gambar 3. Kegiatan Pengisian konten agar menarik

Pada pelaksanaan pelatihan ini diikuti oleh guru yang ditunjuk oleh kepala sekolah sebagai admin yang bertanggung jawab untuk mengelola konten website sekolah TK ABA Kadisoka. Materi yang disampaikan diantaranya: menambahkan menu, upload gambar, upload tabel, pengelolaan berita seputar informasi sekolah.

4.3 Pemasangan SEO pada website sekolah TK ABA Kadisoka

Pembuatan media promosi di internet tidak berhenti dengan membuat saja, melainkan perlu teknik agar media yang dibuat tersampaikan pada pasar yang dibidik. Salah satu caranya adalah menggunakan SEO

(Search Engine Optimization). Agar website sekolah TK ABA Kadisoka ini selalu berada pada halaman pertama halaman mesin pencarian sekolah taman kanak-kanak, maka kata kunci yang digunakan diantaranya: taman kanak-kanak, sekolah berprestasi, drum band TK.

5. KESIMPULAN

Dari Pelatihan Pemasaran Online dan Manajemen Pengelolaan konten website pada Sekolah TK Aba Kadisoka Kalasan Sleman Yogyakarta diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Website sekolah mendukung untuk promosi dalam meningkatkan citra sekolah pada masyarakat yang lebih luas.
- b. Optimasi pada konten website mampu meningkatkan peluang muncul pada mesin pencarian.
- c. Pemilihan kata kunci yang tepat pada pemasangan SEO sangat mempengaruhi performa pencarian website.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan dukungan finansial terhadap kegiatan ini, sehingga pembuatan dan pelatihan manajemen website pada sekolah TK ABA Kadisoka.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "9462-Article Text-22293-1-10-20190422.pdf" .
- [2] I. GEDE YOGI PRATYAHARA NUGRAHA, "Pencitraan Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di Smpn 45 Surabaya," *Inspirasi Manaj. Pendidik.*, vol. 6, no. 3, 2018.
- [3] Todaro, Miguel. 2007, *Internet Marketing Methods Revealed*, Atlantic Publishing Group, Florida.
- [4] Lee, Ook. 2001, *Internet Marketing Research*, Vol. 1, Idea Group, United States of America.
- [5] Ryan, Damian; Jones, Calvin (2009), *Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation*, Kogan Page, ISBN 978-0749453893