



Website:

ejournal.umm.ac.id/index.php/janayu

***Correspondence:**

satriosudarso@umsida.ac.id

DOI: 10.22219/janayu.v5i3.34856

Sitasi:

Sudarso, S., Wardana, M, D, K., Zaenha, M, A, R., Masfufah, H., Yulianti, M. (2024). Transformasi Pendidikan Usia Dini: Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Citra Sekolah dan Profesionalisme Guru PAUD. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 5(3), 243-270

Proses Artikel

Diajukan:

5 Juli 2024

Direviu:

8 Agustus 2024

Direvisi:

26 Agustus 2024

Diterima:

28 Agustus 2024

Diterbitkan:

30 Oktober 2024

Alamat Kantor:

Jurusan Akuntansi
Universitas Muhammadiyah
Malang Gedung Kuliah
Bersama 2 Lantai 3.
Jalan Raya Tlogomas
246, Malang, Jawa
Timur, Indonesia

P-ISSN: 2721-0421

E-ISSN: 2721-0340

Transformasi Pendidikan Usia Dini: Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Citra Sekolah dan Profesionalisme Guru PAUD

Satrio Sudarso^{1*}, Mahardika Darmawan Kusuma
Wardana², Mochamad Abdi Redani Zaenha³, Hanem
Masfufah⁴, Mila Yulianti⁵

^{1,3}Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas
Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia

^{2,4,5}Fakultas Psikologi dan Ilmu Pendidikan, Universitas
Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia

ABSTRACT

Purpose – Community service activities at TK ABA Purwosari showed the importance of using digital tools and training teachers to optimise technology and create interactive content in early childhood education. The collaborative effort between the community service team of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and PCA Purwosari shows digital marketing training is needed to improve school reputation and teachers' digital skills which in accordance with this objective includes improving teachers' digital capabilities and the application of digital marketing strategies to improve educational outcomes and school reputation.

Methodology – This mentoring and training is to equip educators with skills in educational technology and digital promotion strategies so that they can improve student learning outcomes and raise awareness about school enterprises. The program includes direct instruction, observation, interviews, stakeholder coordination, evaluation through focus groups and questionnaires.

Findings – The program significantly improved teachers' skills in creating engaging promotional content and learning materials. Training provided includes using Canva for presentations, CapCut for videos, Instagram for promotions, and Google My Business for visibility. Tools such as Kaboot and Math Playground enhance interactive learning, while paper crafts boost creativity. High teacher satisfaction and positive feedback indicate the success of the program.

Originality – The service program at TK ABA 1 Purwosari and TK ABA 2 Al Wathan improved educational practices and marketing strategies through constructivist-based training and related support activities.

KEYWORDS: Advancement Education, Digital Marketing, Learning Technology, School Image, Teacher Competency

ABSTRAK

Tujuan – Kegiatan pengabdian di TK ABA Purwosari menunjukkan pentingnya penggunaan alat digital dan pelatihan guru untuk mengoptimalkan teknologi dan membuat konten interaktif dalam pendidikan anak usia dini. Upaya kolaboratif antara tim pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dan PCA Purwosari



menunjukkan pelatihan pemasaran digital diperlukan untuk meningkatkan reputasi sekolah dan keterampilan digital guru dimana sesuai dengan Tujuan ini mencakup meningkatkan kemampuan digital guru dan penerapan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan hasil pendidikan dan reputasi sekolah.

Metode – Pendampingan dan pelatihan ini untuk membekali pendidik dengan keterampilan bidang teknologi pendidikan dan strategi promosi digital sehingga mereka dapat meningkatkan hasil belajar siswa dan meningkatkan kesadaran tentang perusahaan sekolah. Program ini mencakup instruksi langsung, observasi, wawancara, koordinasi pemangku kepentingan, evaluasi melalui kelompok fokus dan kuesioner.

Hasil – Program ini secara signifikan meningkatkan keterampilan guru dalam membuat konten promosi dan materi pembelajaran yang menarik. Pelatihan yang diberikan meliputi penggunaan Canva untuk presentasi, CapCut untuk video, Instagram untuk promosi, dan Google Bisnisku untuk visibilitas. Alat-alat seperti Kahoot dan Math Playground meningkatkan pembelajaran interaktif, sementara kerajinan tangan dari kertas meningkatkan kreativitas. Kepuasan guru yang tinggi dan umpan balik yang positif menunjukkan keberhasilan program ini.

Originalitas – Program pengabdian di TK ABA 1 Purwosari dan TK ABA 2 Al Wathan meningkatkan praktik pendidikan dan strategi pemasaran melalui pelatihan berbasis konstruktivis dan kegiatan dukungan terkait.

KATA KUNCI: Citra Sekolah, Kompetensi Guru, Pemasaran Digital, Pendidikan Berkemajuan, Teknologi Pembelajaran.

PENDAHULUAN

Pada abad ke-21, pendidikan difokuskan pada kualitas profesionalisme guru untuk menghasilkan siswa yang baik dan meningkatkan standar pendidikan secara keseluruhan ([Sharon Kim, 2019](#)). Pengembangan profesional guru melibatkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan serta perubahan perspektif dan keyakinan untuk memenuhi tuntutan pekerjaan mereka. Untuk meningkatkan kualitas pendidikan secara signifikan, guru yang berpengalaman sangat penting. Ini karena tugas guru tidak hanya terbatas pada proses pengajaran; mereka juga harus mengajar dan melatih siswa untuk memiliki sifat dan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan zaman saat ini ([Siddiqui, 2020](#)).

Taman Kanak-Kanak telah diakui oleh pemerintah sejak puluhan tahun lalu, tetapi usia tersebut belum tentu menunjukkan kualitas institusi terkait ([Widadi, 2017](#)). Pengembangan sumber daya manusia di dalamnya adalah salah satu dari banyak faktor yang mendorong hal ini, khususnya bagi tenaga pengajar. Kinerja setiap guru dalam sumber daya manusia organisasi ditentukan oleh kinerja individu masing-masing. Produksi ditunjukkan oleh setiap peran utama, dimana meningkatkan kinerja individu dan pada akhirnya, meningkatkan kinerja organisasi.

Di era teknologi saat ini, guru harus meningkatkan nilai untuk mempersiapkan siswa yang hebat dan siap menghadapi tantangan seiring perkembangan zaman ([GUNAWAN,](#)

2022). Teknologi dapat membantu guru PAUD menjadi lebih kreatif dengan membuat materi pembelajaran yang menarik dan interaktif di era modern. Dalam proses pembelajaran, kreativitas dan inovasi guru menjadi sangat penting untuk meningkatkan potensi anak. Dalam dunia pendidikan yang terus berkembang, terutama di era digital saat ini, inovasi dan kreatif adalah dua komponen penting sebagai pusat pengajaran dan pengembangan siswa, guru sangat berperan penting dalam meningkatkan perkembangan berbasis digital. Untuk memastikan bahwa siswa dapat mengelola dan memanfaatkan teknologi dan informasi di masa yang akan datang, mereka harus memiliki keterampilan dan kemampuan berpikir kreatif, hal ini dikarenakan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berevolusi sangat cepat ([Widadi, 2017](#)).

Fokus yang kuat pada pelatihan guru PAUD diperlukan untuk meningkatkan kualitas pendidikan anak usia dini. Guru PAUD harus memahami perkembangan anak usia dini dalam semua aspeknya, termasuk fisik, kognitif, sosial, emosional, dan bahasa ([Sari, 2020](#)). Selain itu, mereka harus dididik tentang teknik pengajaran yang efektif yang sesuai dengan karakteristik pembelajaran anak usia dini, seperti pembelajaran berbasis proyek dan pendekatan bermain. Guru PAUD sadar bahwa pengetahuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dapat meningkatkan kualitas pendidikan siswa secara komprehensif. Untuk memastikan bahwa guru memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk memberikan pendidikan kepada anak-anak usia dini, guru PAUD harus dibekali dengan keterampilan dalam menggunakan teknologi secara efektif, yang mencakup penggunaan aplikasi edukasi interaktif dan platform pembelajaran digital yang sesuai dengan perkembangan mereka.

Terlebih dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, lembaga pendidikan terutama dalam lembaga pendidikan Islam menghadapi persaingan yang semakin sengit untuk menarik perhatian siswa. Menggunakan strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk menang dalam persaingan ini ([RP Prihatin, 2020](#)). Dengan munculnya berbagai lembaga pendidikan baru dan pertumbuhan populasi yang cepat, lembaga pendidikan Islam harus menghadapi persaingan yang sengit untuk tetap relevan dan menarik perhatian siswa dan orang tua.

Institusi pendidikan Islam juga memiliki kemampuan untuk membedakan diri melalui program akademik yang inovatif dan unik. Program khusus yang menawarkan disiplin ilmu atau keahlian tertentu, penggunaan teknologi dalam pembelajaran, atau kurikulum yang berfokus pada peningkatan kualitas pembelajaran dapat menarik siswa dan orang tua. Institusi pendidikan Islam harus menggunakan pemasaran digital untuk mempromosikan keunikan dan kelebihanannya. Pemasaran digital adalah usaha yang dilakukan oleh pemasar untuk memanfaatkan media elektronik sehingga pemasar dapat memasarkan dan menjual barang atau jasa mereka melalui internet, yang pada gilirannya akan memungkinkan masyarakat secara luas untuk mengetahuinya ([Urmila Dewi, 2018](#)). Institusi pendidikan dapat memanfaatkan media sosial ([MY, 2022](#)), situs web, kampanye digital, dan strategi pemasaran online lainnya untuk mencapai target audiens yang lebih luas dan meningkatkan kehadiran dan reputasi online mereka.

Sekolah-sekolah di era digital sekarang semakin sadar akan pentingnya membangun merek yang kuat dan unik. Sekolah menggunakan strategi branding untuk menguatkan

kepercayaan anonimitas masyarakat ([Azizah, 2022](#)). Dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, branding sekolah menjadi semakin penting. Hal ini karena dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, orang tua dan calon siswa dapat dengan mudah mencari informasi tentang sekolah melalui internet. Oleh karena itu, citra dan reputasi sekolah sangat memengaruhi pilihan orang tua dan calon siswa untuk sekolah mereka.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada sekolah Taman Kanak-Kanak (TK) Aisyiyah Bushtanul Athfal (ABA) 1 Purwosari dan TK Aisyiyah Bushtanul Athfal (ABA) 2 Al Wathan, yang merupakan bagian dari Amal Usaha Aisyiyah (AUA) dan berlokasi di bawah naungan Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) Purwosari, Pasuruan dengan didasarkan keterangan yang konkrit dari kepala sekolah hingga pengurus PCA Purwosari, ternyata memiliki permasalahan prioritas terletak pada diperlukannya pembinaan dan pendampingan tentang manajemen pemasaran digital yang dikaitkan dengan output usaha meningkatkan branding sekolah dan memajukan kompetensi pengajaran guru sekolah di era pembelajaran digital saat ini.

Bekerja sama dengan PCA Purwosari, Pasuruan, terkait keluhan sekolah di bawah naungan PCA tersebut tentang kondisi sekolah yang kurang maju dalam hal akses teknologi, pengabdian mengumpulkan informasi tentang masalah kompetensi guru yang sedang dihadapi saat ini. Masalah-masalah yang dituju yaitu membuat materi pembelajaran yang menarik dan mudah dipahami oleh siswa adalah menjadi tugas yang sulit, kesulitan untuk mengubah materi pembelajaran yang sudah ada menjadi materi pembelajaran yang interaktif dan mudah diakses oleh siswa, beberapa guru tidak memiliki perangkat yang diperlukan untuk membuat materi pembelajaran seperti notebook. Mayoritas sekitar 80% dari guru TK ABA dengan kategori skala usia 35 – 45 tahun yang tinggal di daerah pedesaan belum memahami teknologi serta guru tersebut juga tidak dapat memanfaatkan teknologi yang sudah ada secara umum dengan optimal sebagai peraga pembelajaran interaktif.

Keberhasilan pembelajaran siswa PAUD bergantung pada aktivitas dan kreativitas guru, terutama di era digital saat ini. Metode yang berbeda diperlukan dan penggunaan media yang sesuai dengan evolusi zaman juga diperlukan. Faktor perkembangan seperti kreativitas, perkembangan kognitif, bahasa, dan perkembangan sosial emosional serta pembentukan kerja sama siswa harus terkait dengan media yang digunakan. Sangat penting untuk mempertimbangkan apa yang dapat dilakukan teknologi untuk anak usia dini untuk membantu mereka belajar, terutama aplikasi matematika yang menarik, teknologi interaktif berbasis bermain, dan lingkungan di mana mereka dapat bekerja sama.

Adapun informasi tentang masalah yang dihadapi sekolah saat ini terkait branding sekolah yaitu minimnya pengetahuan yang dimiliki oleh pihak sekolah tentang pentingnya pemasaran digital guna branding sekolah, minimnya kegiatan pelatihan terkait promosi PAUD, perubahan pemahaman guru tentang pentingnya merubah pola pikir keterampilan penggunaan aplikasi membuat materi promosi di era digital, guru dan tenaga kependidikan belum memiliki kemampuan secara optimal untuk memanfaatkan teknologi informasi dengan efektif dan efisien, kurangnya pengenalan dan penggunaan berbagai platform pendidikan online dan media sosial untuk meningkatkan kualitas pendidikan dengan

kondisi saat ini hanya sebatas keperluan pribadi guru misal dalam penggunaan Instagram untuk sekedar penggunaan posting kegiatan sehari hari, sedangkan untuk keperluan promosi sekolah hingga membuat alat pembelajaran interaktif para guru belum memahaminya. Dimana dapat diukur pula dengan belum optimalnya penggunaan akun media sosial sekolah guna kegiatan promosi hingga penggunaan alat pembelajaran yang masih konvensional.

Permasalahan utama sesuai yang dihadapi sekolah adalah kurangnya pemahaman tentang manajemen pemasaran digital, yang menghambat penerapan strategi pemasaran digital yang efektif untuk mendukung pembelajaran di usia dini. Kurangnya pengetahuan tentang cara memanfaatkan media sosial dan alat pemasaran digital lainnya dalam konteks komersial juga menjadi hambatan dalam mempromosikan sekolah dan meningkatkan keterlibatan orang tua siswa.

Untuk mengatasi masalah pemasaran sekolah, institusi harus memiliki strategi pemasaran digital dan branding sekolah yang matang. Sekolah juga harus mengetahui betapa pentingnya menggabungkan teknologi dengan pendekatan pendidikan yang holistik dan berorientasi nilai. Pemasaran digital menawarkan banyak peluang untuk mencapai target pasar yang lebih luas. Sekolah akan memiliki kemampuan untuk membangun citra positif dan mengedukasi masyarakat tentang pendekatan unik mereka melalui penggunaan strategi pemasaran yang tepat, konten yang menarik, dan interaksi aktif di media sosial. Selain itu, pencitraan sekolah adalah cara untuk membedakan sekolah dari yang lain dan menunjukkan keunikan sekolah kepada masyarakat umum.

Keterbatasan anggaran dana sekolah dalam mengadakan pelatihan terhadap semua tenaga pengajar dan tenaga kependidikan ataupun sampai merekrut tenaga ahli untuk mengatasi permasalahan sekolah terkait digitalisasi menjadi kendala utama sekolah di bawah naungan PCA Purwosari tersebut sulit untuk berkembang seiring perkembangan sekolah lain yang telah maju di daerah perkotaan misalnya penggunaan media sosial yang massif dalam hal Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).

Pengabdian dari tim pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Sidoarjo memberikan solusi dengan mengaplikasikan strategi pemasaran digital dan aplikasi pembelajaran digital guna meningkatkan penggunaan teknologi dalam pendidikan. Memberikan akses pendidikan yang lebih baik bagi anak-anak dengan latar belakang yang beragam mengakomodasi prinsip inklusivitas SDG's nomor 4. Selain itu, implementasi pelaksanaan ini memiliki potensi untuk meningkatkan keterlibatan orang tua dalam pendidikan usia dini, memenuhi harapan SDG's untuk melibatkan semua pihak yang terlibat dalam pendidikan anak-anak. Strategi pemasaran digital juga mendukung pengukuran keberhasilan dan dampak dari upaya pemberdayaan pendidikan usia dini, yang sejalan dengan tujuan SDG's nomor 4 dan akan memberikan kontribusi besar untuk penyediaan pendidikan berkualitas yang inklusif dan merata bagi semua siswa.

Janayu METODE

5.3

Tujuan program ini adalah untuk meningkatkan kualitas pembelajaran di tingkat PAUD dengan menggunakan dua unsur fokus kegiatan utama yaitu meningkatkan kemampuan guru untuk menggunakan aplikasi edukasi interaktif berbasis digital dan

kemampuan pihak sekolah dalam mengaplikasikan pemasaran digital. Dengan menggunakan pendekatan pendampingan dan pembinaan yang terarah, tujuannya adalah untuk memberikan guru pengetahuan dan keterampilan praktis untuk menggunakan teknologi pendidikan untuk membuat pengalaman belajar yang lebih interaktif dan menarik bagi siswa TK serta membuat media promosi guna pemasaran bentuk digital untuk meningkatkan *brand awareness* sekolah.

Kegiatan ini dilaksanakan efektif selama 5 bulan pada bulan Februari 2024 sampai dengan Juni 2024. Guru PAUD sebanyak 8 orang perempuan. Tim Pengabdian dosen sejumlah 2 orang sekaligus sebagai instruktur yang merupakan dosen sarjana Universitas Muhammadiyah Sidoarjo serta 3 orang mahasiswa yang terlibat.

Awal inisiatif kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini didasarkan pada analisis kebutuhan. Setelah melakukan penelitian pustaka dan menelaah kegiatan pengabdian sebelumnya, pengabdian menemukan bahwa guru PAUD di sekolah terkait belum memiliki kemampuan untuk menggunakan media pembelajaran interaktif hingga membuat media promosi untuk sekolah. Akibatnya, pengabdian memutuskan untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di sekolah sasaran. Pendampingan ini akan berfokus pada penerapan aplikasi pendidikan interaktif. Tim pengabdian memberikan petunjuk langkah demi langkah tentang cara menerapkan teknologi ini ke dalam pembelajaran sehari-hari dan guna untuk kegiatan pemasaran digital. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, ada beberapa tahapan yang direncanakan sebagai solusi dari permasalahan yang ada yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pemetaan dan Analisis Awal

Pemetaan masalah dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap pihak sekolah selama melaksanakan pembelajaran yang dilaksanakan oleh pendidik PAUD di TK ABA 1 Purwosari dan TK ABA 2 AL Wathan dimana meliputi kendala yang terjadi saat pembelajaran dan menggali informasi tentang kebutuhan peningkatan kompetensi pendidik PAUD serta metode pemasaran sekolah yang digunakan. Dalam tahap ini dilakukan analisis kebutuhan mitra yang dilakukan dalam tiga tahap, yaitu observasi, negosiasi dan diskusi, serta inisiasi dan solusi.

2. Tahap Persiapan Kegiatan

Persiapan kegiatan dilakukan dengan koordinasi dengan mitra terkait hal-hal apa saja yang perlu dipersiapkan untuk pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan. Tahap ini dilakukan dengan melakukan pertemuan dan sosialisasi antara tim pengabdian dengan mitra yaitu Pihak PCA, kepala sekolah dan Guru PAUD untuk menjelaskan siapa saja pesertanya, pengaturan jadwal pelaksanaan kegiatan sehingga pelaksanaan pelatihan tidak mengganggu tugas utama mitra dalam melakukan kegiatan belajar mengajar di lembaganya. Dalam tahap ini disepakati tentang data peserta pelatihan, materi pelatihan, hari, tanggal pelaksanaan kegiatan hingga susunan acara kegiatan.

3. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan terhadap kepala sekolah dan guru-guru PAUD dengan menggunakan metode *Direct Instruction*. *Direct Instruction* adalah model

pembelajaran yang dirancang untuk meningkatkan penguasaan berbagai keterampilan (pengetahuan prosedural) dan pengetahuan faktual yang dapat diajarkan secara langkah demi langkah ([Purnamasari, 2016](#)). Model *Direct Instruction* yang digunakan dalam pengabdian ini adalah model pembelajaran yang dikhususkan untuk mengembangkan pemahaman peserta tentang pengetahuan prosedural dan pengetahuan deklaratif yang terstruktur dengan baik dan dipelajari secara bertahap.

4. Tahap Monitoring Kegiatan

Pelaksanaan monitoring dilakukan melalui media Whatsapp Grup. Peserta dibagi menjadi dua kelompok dan didampingi oleh tim pengabdi. Monitoring dilaksanakan selama masa pengabdian. Waktu monitoring dilaksanakan dengan fleksibel menyesuaikan kesepakatan antara peserta dan tim pengabdi setiap harinya. Mentoring diisi dengan kegiatan tanya jawab seputar penggunaan aplikasi digital dan tim pengabdi membantu menyelesaikan kendala yang dialami oleh peserta melalui audio dan video tutorial.

5. Tahap Evaluasi Kegiatan

Untuk mengetahui sejauh mana program pelatihan berhasil dan memenuhi kebutuhan peserta, respons peserta dinilai setelah pelatihan selesai. Evaluasi ini mencakup beberapa langkah dalam proses pengabdian:

a. Analisis Respon Guru Terhadap Materi Pelatihan

Setiap peserta diminta untuk mengisi kuesioner evaluasi yang telah disiapkan untuk mengevaluasi materi pelatihan secara individual. Fokus dari kuesioner evaluasi adalah untuk mengumpulkan tanggapan tentang kejelasan materi, relevansinya dengan kebutuhan pembelajaran dan seberapa mudah materi dipahami. Selanjutnya, data yang dikumpulkan dari kuesioner evaluasi dianalisis secara kuantitatif. Tujuan analisis ini adalah untuk menemukan pola dan tren umum dalam bagaimana peserta merespon materi pelatihan.

Tabel 1. Indikator Respon Guru Terhadap Pelaksanaan Pelatihan

No	INDIKATOR RESPON	
	Prosentase	Kategori
1	85 – 100%	Baik Sekali
2	65 – 84%	Baik
3	50 – 65%	Cukup Baik
4	0 – 50%	Kurang Baik

b. Evaluasi Kepuasan Peserta Terhadap Metode Pelatihan

Setelah pelatihan berakhir, peserta pelatihan berpartisipasi dalam diskusi fokus kelompok (*Focus Group Discussion*). Selain penggunaan kuesioner evaluasi individu, diskusi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang materi pelatihan yang telah diberikan. Selain itu, diskusi fokus kelompok dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi tanggapan peserta yang lebih mendalam dan mengidentifikasi elemen yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan apabila ada program pelatihan berikutnya. Hasil diskusi fokus kelompok kemudian diperiksa

secara menyeluruh untuk mengidentifikasi masalah utama, masalah umum, dan ide perbaikan yang disarankan oleh peserta. Alur kegiatan pengabdian yang dilaksanakan terdapat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang dilaksanakan dapat dijelaskan dengan tahapan sebagai berikut:

A. Tahap Pemetaan

Proyeksi hasil dari kegiatan pemetaan masalah ini dapat mengidentifikasi dengan jelas kendala-kendala yang dihadapi oleh pendidik PAUD di TK ABA 1 Purwosari dan TK ABA 2 AL Wathan, terutama dalam penerapan pembelajaran dan pemasaran sekolah. Dengan analisis kebutuhan yang dilakukan melalui observasi, negosiasi, dan diskusi, serta inisiasi solusi, dapat diperoleh gambaran komprehensif mengenai area yang memerlukan peningkatan, seperti kompetensi digital guru, metode pembelajaran, dan strategi pemasaran sekolah. Hasilnya menjadi dasar untuk merancang program pendampingan dan pelatihan yang lebih relevan, pengembangan materi pembelajaran yang lebih efektif serta strategi pemasaran yang lebih inovatif, dimana kesemuanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan daya tarik sekolah di mata masyarakat.

B. Tahap Persiapan Kegiatan

Beberapa aspek utama diperlukan untuk memproyeksikan hasil dari upaya persiapan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pertama, pelatihan dan pendampingan diharapkan dapat dilaksanakan secara efektif tanpa mengganggu waktu efektif pendidikan di sekolah. Kedua, pelatihan akan lebih terorganisir dan relevan dengan kebutuhan guru karena kesepakatan mitra, seperti pihak PCA, kepala sekolah, dan guru PAUD, setuju tentang data peserta, materi pelatihan, jadwal, dan susunan acara yang telah disusun oleh tim pengabdian. Diharapkan bahwa hasilnya akan mencakup peningkatan kapasitas dan keterampilan pendidik dalam menerapkan teknologi digital dalam pembelajaran, serta penerapan strategi promosi sekolah yang lebih baik.

C. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Hasil dari pelaksanaan kegiatan pelatihan melalui metode instruksi langsung mencapai beberapa keberhasilan. Pertama, peserta guru dapat memahami materi secara lebih sistematis dan terstruktur karena metode ini memungkinkan tim pengabdian untuk

mengontrol urutan dan cakupan materi pelajaran. Kedua, karena instruksi langsung efektif dalam situasi dengan waktu belajar terbatas, peserta diharapkan dapat memaksimalkan pemahaman mereka dalam waktu singkat, sesuai dengan pengetahuan prosedural dan deklaratif yang diajarkan.

Penekanan pada penjelasan teori secara langsung disertai praktik di tempat di waktu bersamaan misalnya pada pengajaran *paper craft* yang mendengarkan intruksi melipat dan menggunting dan langsung dipraktikkan membentuk kertas sesuai pola oleh para guru. Hal pelatihan tentang tutorial produksi video pembelajaran juga yang harus disimak para guru *step by step* dengan praktik pada *gadget* masing2 agar lebih mengerti dan disimulasikan langsung hasilnya.

Hasil serta bukti nyata kegiatan masing masing dijabarkan sebagai berikut:

1. Pembelajaran aplikasi Canva

Canva adalah aplikasi desain grafis yang intuitif dan mudah digunakan yang sangat bermanfaat untuk membuat materi pembelajaran dan bahan materi promosi. Berikut adalah beberapa fungsi utama Canva yang diperuntukkan kepada guru sekolah PAUD:

Fungsi Canva Untuk Bahan Materi Pembelajaran di TK ABA 1 Purwosari dan TK ABA 2 AL Wathan yaitu **Slide Presentasi Interaktif, Konstruksi Lembar Kerja dan Aktivitas, Poster Pendidikan, Design Untuk Konten di Media Sosial (IG), Cerita di platform media sosial (IG), Brosur dan Flyer Elektronik**



Gambar 2. Karya Pendampingan Konten Materi Edukasi di TK ABA 1 Purwosari & TK ABA 2 Al Wathan

1. Pembelajaran aplikasi Cap Cut

CapCut adalah aplikasi pengeditan video yang populer dan mudah digunakan yang dapat digunakan untuk membuat bahan promosi sekolah maupun materi pembelajaran guru. Aplikasi pengeditan video CapCut menawarkan fitur pengeditan sederhana seperti pemotongan, penggabungan, dan penyusunan klip, serta berbagai efek visual, animasi, teks, dan stiker yang lucu dan edukatif untuk membuat video lebih

interaktif dan menarik bagi anak-anak. Dengan menggunakan fitur rekam layar, guru dapat membuat tutorial *step-by-step*, menambahkan narasi suara dan musik latar untuk meningkatkan penjelasan, dan menggunakan transisi dan efek khusus untuk menjaga perhatian siswa. Selain itu, CapCut memungkinkan Anda membuat kolase video yang menggabungkan berbagai klip sekaligus. Ini adalah alat yang sangat baik untuk menampilkan berbagai kegiatan atau eksperimen dalam satu layar.

Dengan berbagai template, CapCut memungkinkan membuat video promosi acara sekolah dengan cepat dan profesional. Sekolah dapat memperkuat identitas visual mereka dengan menambahkan logo dan elemen branding lainnya. Guru juga dapat menambahkan teks informasi dan subtitle untuk membuat pesannya lebih mudah dipahami. Selain itu, CapCut dapat digunakan untuk membuat montase video yang menampilkan kegiatan sekolah dengan efek *time-lapse* dan *slow motion* yang menambah elemen dramatis. Selain itu, aplikasi ini memungkinkan pembuatan video dalam format yang sesuai untuk platform media sosial sekolah yaitu Instagram, dengan referensi musik yang luas dan stiker dan animasi untuk membuat video lebih menarik. Adapun link contoh pendampingan produksi video pembelajaran adalah sebagai berikut:

<https://drive.google.com/file/d/1Ynydtboz5KIXDuu6e50FouMoMZRI9PU/view?usp=sharing>

2. Aktivasi Instagram sebagai media sosial yang efektif untuk promosi sekolah

Instagram merupakan platform media sosial yang sangat efektif untuk promosi sekolah karena memiliki berbagai fitur yang mendukung visibilitas, interaksi, dan keterlibatan audiens yaitu orang tua siswa. Instagram memainkan peran penting dalam promosi sekolah karena memberikan visibilitas dan branding melalui akun bisnis, memungkinkan akses ke alat analitik dan pemasaran, dan memberikan identitas visual yang konsisten melalui foto dan video berkualitas tinggi. Postingan, Stories, IGTV, dan Reels yang membagikan update, acara, dan prestasi siswa meningkatkan keterlibatan dan interaksi. Postingan yang menarik, *countdown* di *Stories*, dan *live streaming* memungkinkan promosi acara dan kegiatan seperti *open house* dan pentas seni. Di sisi lain, komentar, pesan langsung, polling hingga Q&A meningkatkan interaksi langsung dengan pengguna Instagram. Testimoni alumni dan orang tua siswa membangun reputasi dan memberikan gambaran nyata tentang kehidupan di sekolah.

Tim pengabdian mendampingi untuk memproduksi konten edukatif di ke dua sekolah TK dengan disesuaikan kebutuhan dari pangsa pasar terkait. Pembelajaran, keterlibatan, dan promosi sekolah didukung oleh konten edukatif di Instagram sekolah TK tersebut. Konten ini membantu anak-anak memahami konsep dasar dengan menyampaikan informasi pembelajaran melalui gambar, video, dan infografis yang menarik dan mengajak mereka berpartisipasi dalam aktivitas interaktif. Komunikasi dua arah, saran parenting, dan pendekatan pembelajaran di rumah meningkatkan keterlibatan orang tua. Dengan menggunakan video dan gambar berkualitas tinggi, promosi dan branding sekolah diperkuat dengan menampilkan prestasi siswa, pencapaian sekolah, dan fasilitas terbaik. Konten juga dapat digunakan dalam

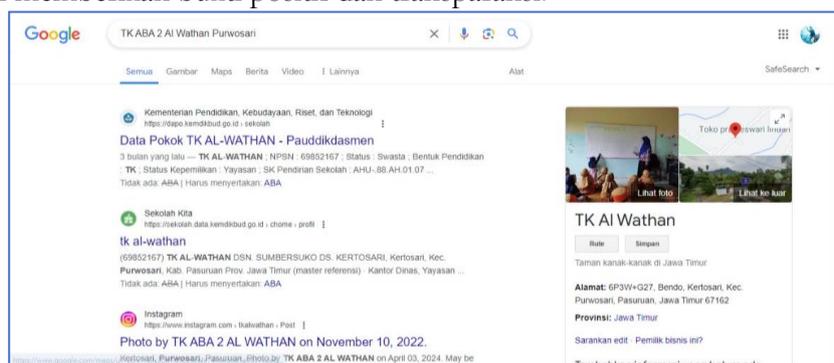
kampanye sosial, meningkatkan kesadaran tentang masalah penting dan membagikan testimoni serta kisah sukses untuk meningkatkan reputasi sekolah.



Gambar 3. Karya Pendampingan Produksi Konten Edukatif di akun IG TK ABA 1 Purwosari & TK ABA 2 Al Wathan

3. Pembuatan dan penggunaan “Google Bisnisku” untuk visibilitas sekolah

Google Bisnisku memainkan peran penting dalam mempromosikan sekolah PAUD dengan meningkatkan visibilitas online melalui Google Maps dan hasil pencarian lokal. Sekolah dapat menggunakan fitur ini untuk menyediakan informasi lengkap dan akurat seperti detail kontak, jam kerja operasional dan deskripsi sekolah serta mengawasi ulasan pelanggan untuk meningkatkan reputasi. Sekolah berbagi informasi tentang aktivitas dan prestasi siswa melalui postingan, foto, dan video sambil menggunakan data analitik untuk mengoptimalkan kampanye pemasaran dan meningkatkan komunikasi dengan orang tua siswa. Integrasi dengan bagian Google Ekosistem ini membantu meningkatkan SEO lokal dan menumbuhkan kepercayaan dengan memberikan bukti positif dan transparansi.



Gambar 4. Profil sekolah TK ABA 2 AL Wathan terpublish di laman pencarian Google

4. Aplikasi web “Math Playground” untuk konten edukasi numerasi online

Math Playground memainkan peran penting dalam konten edukasi numerasi online di sekolah TK terhadap guru guru karena menawarkan aktivitas matematika interaktif yang mengajarkan konsep dasar numerasi, membantu anak-anak usia dini memahami keterampilan matematika seperti penjumlahan dan pengurangan, dan

meningkatkan pemahaman mereka tentang geometri. Aplikasi ini menggunakan pendekatan pembelajaran berbasis permainan yang menghibur dan memungkinkan akses yang fleksibel melalui berbagai perangkat online.

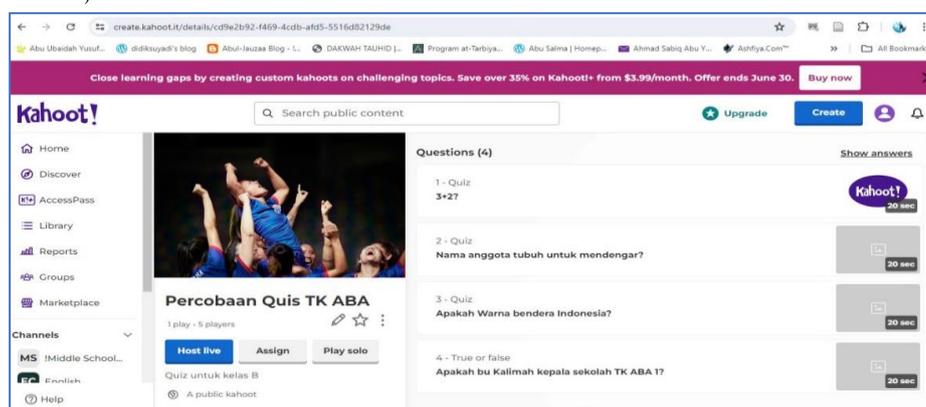
Math Playground membantu guru menyusun pengajaran yang sesuai dan meningkatkan motivasi dan keterlibatan siswa dalam matematika dengan fitur monitoring kemajuan dan integrasi dengan kurikulum yang dapat disesuaikan dengan sekolah terkait. Dalam praktik di sekolah, tim pengabdian mendemonstrasikan penggunaan aplikasi dengan berbagai macam operasi matematika dan memainkan permainan yang menarik hingga dapat dipahami oleh semua guru di sekolah.

5. Aplikasi “Kahoot” untuk konten pembelajaran interaktif

Kahoot adalah aplikasi yang sangat penting untuk konten pembelajaran interaktif, baik untuk siswa maupun orang tua siswa. Utamanya platform Kahoot memungkinkan guru membuat kuis dan permainan pendidikan yang interaktif, yang menjadikan mereka membuat materi pelajaran yang menarik dan menyenangkan. Untuk meningkatkan keterlibatan siswa dalam proses belajar, siswa dapat berpartisipasi dalam kuis ini baik secara langsung di kelas maupun secara daring. Kahoot juga memungkinkan siswa untuk belajar dengan cara yang kompetitif namun mendidik, mendorong mereka untuk lebih memahami pelajaran dan membantu mereka belajar mandiri.

Kahoot dapat digunakan untuk mengatur kuis atau pertanyaan yang memungkinkan orang tua memantau kemajuan pendidikan anak-anak mereka. Hal ini meningkatkan keterlibatan orang tua dalam pendidikan anak-anak dan memungkinkan mereka untuk memahami topik atau keterampilan khusus yang sedang dipelajari oleh anak-anak mereka. Secara keseluruhan, Kahoot tidak hanya membuat pembelajaran lebih interaktif, tetapi juga mendorong komunikasi dan keterlibatan antara siswa dan orang tua lebih intens.

Dalam praktiknya demonstrasi tutorial penggunaan Kahoot sangat digemari oleh para guru di sekolah dengan mencoba terlibat langsung dalam quiz yang dibuat dari awal hingga menjawab proyek contoh quiz dimana materinya disesuaikan dengan pembelajaran di sekolah PAUD.



Gambar 5. Pendampingan Tutorial Quiz dalam Aplikasi Kahoot

6. Aplikasi pembelajaran “Paper Craft”

Pembelajaran seni kertas sangat penting bagi guru PAUD untuk mengembangkan berbagai aspek pembelajaran anak usia dini. Keterampilan motorik halus siswa TK secara langsung ditingkatkan oleh kegiatan kertas yang melibatkan pemotongan, lipatan, dan perakitan kertas. Di masa depan, proses ini akan membantu mereka memperkuat otot jari-jari mereka, yang sangat penting untuk kemampuan menulis. Papercraft juga meningkatkan kreativitas dan imajinasi anak-anak PAUD. Guru dapat mengajak anak-anak untuk menggambar, mewarnai, atau mendekorasi kertas berdasarkan tema atau konsep tertentu. Hal ini tidak hanya membuat pembelajaran lebih menyenangkan, tetapi juga membantu anak-anak mengkomunikasikan ide-ide mereka secara visual. Selain itu, belajar membuat seni kertas dapat membantu siswa TK memahami geometri dan matematika. Misalnya, melalui aktivitas memotong dan menyusun kertas, anak-anak dapat belajar bentuk, ukuran, dan pola. Guru juga dapat membuat kegiatan yang membantu anak-anak memahami dasar pengukuran, angka, atau pola geometris dalam konteks yang menyenangkan dan interaktif. Seni kertas juga membantu siswa belajar keterampilan sosial dan keterampilan hidup. Anak-anak diajarkan untuk bekerja sama dalam kelompok, berbagi bahan, dan berbicara tentang pekerjaan mereka. Ini membantu mereka belajar bekerja sama dan berkomunikasi dengan teman sebaya dan gurunya. Terakhir, kegiatan pembuatan seni kertas dapat membantu anak-anak PAUD mempelajari keterampilan seperti ketekunan, kesabaran, dan ketekunan. Membuat karya dari kertas membutuhkan perhatian dan perhatian khusus, yang merupakan keterampilan penting yang akan membantu mereka di kemudian hari. Demonstrasi oleh tim pengabdian dilakukan secara bertahap dari langkah awal hingga penyelesaian hasil jadi disertai tips dan trik menjadikan hasil seni lebih rapi dan kuat dalam aplikasinya. Klasifikasi pelatihan dan pendampingan pembuatan proyek contoh paper craft dengan tingkat kesulitan yang mudah (dasar) dan telah disediakan template sebagai praktik bahan pembelajaran.



Gambar 6. Hasil Karya Pelatihan Produksi Paper Craft oleh Guru TK ABA

7. Produksi Video Profil Sekolah

Ide produksi video profil sekolah TK ABA memiliki banyak manfaat dan sangat penting untuk pemasaran dan komunikasi sekolah. Pertama, video profil dapat membantu orang tua dan calon siswa mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang lingkungan belajar, fasilitas, dan suasana sekolah. Dengan melihat kegiatan sehari-hari, ruang kelas, dan fasilitas seperti taman bermain, orang tua dapat membuat keputusan yang lebih cerdas tentang rencana penempatan sekolah anak mereka. Kedua, video profil dapat membantu memperkuat branding dan identitas sekolah. Dengan menggunakan gambar dan narasi yang sesuai dengan nilai-nilai

pendidikan sekolah, mereka membangun citra positif yang dapat menarik minat siswa dan membuat orang tua percaya pada kualitas pendidikan yang diberikan sekolah. Video profil TK ABA juga dapat membantu orang tua siswa lebih terlibat dalam kegiatan sekolah. Orang tua dapat merasa lebih terlibat dan terhubung dengan kegiatan akademik anak-anak mereka dengan melihat bagaimana kehidupan sehari-hari di sekolah berlangsung. Selain itu, video ini dapat digunakan secara efektif untuk mempromosikan acara dan kegiatan khusus dan memberikan informasi penting kepada *stake holder* sekolah. Pentingnya video profil juga terletak pada daya tarik visualnya, dengan dapat menangkap emosi dan atmosfer yang sulit ditangkap hanya dengan teks atau gambar. Hal ini memungkinkan sekolah untuk menyampaikan pesan komunikasi visual dengan cara yang lebih menarik. Kegiatan shooting pengambilan gambar dan video dilakukan pada waktu hari dan jam aktif pembelajaran di 2 sekolah dengan titik fokus pengambilan video pada penjelasan sejarah, visi misi, profil, kegiatan pembelajaran, ekstra kurikuler hingga testimoni kepala sekolah dan para guru tentang sekolah terkait. Adapun link produksi video profil TK ABA 1 Purwosari dapat dilihat pada link sebagai berikut: <https://youtu.be/yRidqnOsGb4?si=Xk0MNVMI9OdtYxRC> sedangkan link produksi video profil TK ABA 2 AL Wathan dapat dilihat pada link sebagai berikut: <https://youtu.be/cpDQE-Z0D-A?si=yGT8n0oFGsJ-OGbx>.

8. Produksi Landing page profil sekolah

Tim pengabdian menggunakan aplikasi Carrd untuk memproduksi sebuah landing page untuk TK ABA. Penjelasan konsep hingga tutorial membuat landing page didemonstrasikan dengan penuh ketelitian kepada para guru sampai dengan setidaknya bisa mencoba membuat bahkan mengoperasikan fitur yang ada dalam aplikasi Carrd. Dengan menggunakan Aplikasi Carrd, para guru dapat membuat dan memanfaatkan landing page yang sangat penting untuk mempromosikan TK ABA. Aplikasi ini memungkinkan membuat situs web satu halaman yang sederhana, menarik, dan responsif tanpa memerlukan keahlian pemrograman *coding* yang kuat. Carrd membantu memberikan gambaran yang jelas dan menarik kepada calon orang tua siswa dengan menyajikan informasi yang menarik dan terstruktur seperti profil sekolah, fasilitas dan berbagai kegiatan sekolah. Landing page yang responsif, yang terlihat baik di berbagai perangkat, memudahkan orang tua siswa yang sering menggunakan perangkat seluler untuk mengakses informasi. Selain itu, Carrd mendorong keterlibatan dan interaksi penggunaannya melalui formulir pendaftaran dan testimoni yang memungkinkan integrasi dengan alat promosi seperti media sosial untuk meningkatkan jangkauan. Analisis pengunjung dan fitur optimasi mesin pencari (SEO) menentukan efektivitas strategi promosi dan meningkatkan visibilitas. Selain itu, Carrd menawarkan solusi yang fleksibel dan hemat biaya yang memungkinkan TK ABA dengan mudah memperbarui konten tanpa bantuan teknis. Karena itu, Carrd sangat cocok diterapkan di sekolah seperti TK ABA dengan anggaran promosi terbatas. Adapun link web hasil pendampingan dari pembuatan aplikasi Carrd di TK ABA 1 Purwosari sebagai berikut: <https://tkaba1purwosari.carrd.co>



Gambar 7. Cover laman *landing page* TK ABA Purwosari

D. Tahap Monitoring Kegiatan

Hasil dari pelaksanaan monitoring di TK ABA melalui media *WhatsApp Group* dimana pesertanya terdiri dari tim pengabdian, para guru, kepala sekolah dan pengurus PCA Purwosari, dapat berkontribusi signifikan terhadap kelancaran kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dengan peserta yang dibagi menjadi dua kelompok sekolah dan didampingi oleh tim pengabdian, setiap peserta mendapatkan perhatian dan bimbingan yang lebih personal dan intensif, yang dapat meningkatkan efektivitas pembelajaran. Fleksibilitas waktu monitoring memungkinkan peserta untuk berinteraksi dan mendapatkan bantuan sesuai dengan kenyamanan mereka, sehingga proses belajar menjadi lebih adaptif terhadap kebutuhan masing-masing.

Melalui kegiatan tanya jawab yang berkelanjutan, peserta dapat segera menyelesaikan kendala yang mereka hadapi dalam penggunaan aplikasi digital. Penggunaan audio dan video tutorial oleh tim pengabdian juga mempermudah pemahaman peserta tentang materi yang kompleks. Hasil akhirnya berupa peningkatan kompetensi peserta dalam menggunakan teknologi digital untuk pembelajaran, peningkatan kepercayaan diri dalam memanfaatkan alat-alat digital, serta penguatan hubungan kolaboratif antara tim pengabdian dan peserta.

E. Tahap Evaluasi Kegiatan

Hasil dari evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan wawasan mendalam mengenai efektivitas program pelatihan yang telah dilakukan. Melalui analisis respon guru terhadap materi pelatihan, data yang diperoleh dari kuesioner yaitu sebesar 90% dalam kategori baik sekali, sedangkan 10% dalam kategori Baik. Evaluasi mengungkapkan sejauh mana materi pelatihan dipahami, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan para guru tergolong telah sesuai. Dengan pendekatan kuantitatif, hasil evaluasi krusial lain dapat menunjukkan pola atau tren umum, seperti tingkat kepuasan peserta, aspek materi yang paling bermanfaat, serta area yang memerlukan perbaikan dengan hasil

rata2 dalam kategori baik sekali sebesar 95%, sedangkan 5% dalam kategori baik. Dari hasil evaluasi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa materi jelas, relevan, dan mudah dipahami, maka dapat disimpulkan bahwa program pelatihan berhasil memenuhi tujuan utamanya.

Hasil dari evaluasi kepuasan peserta terhadap metode pelatihan melalui diskusi fokus kelompok (*Focus Group Discussion*) secara berkala antara tim pengabdian dan peserta pelatihan dimana memberikan pandangan yang lebih kaya dan komprehensif tentang pengalaman peserta selama pelatihan. Melalui diskusi ini, peserta dapat mengungkapkan pemikiran dan perasaan mereka secara lebih bebas dan mendalam, yang mungkin tidak sepenuhnya tertangkap melalui kuesioner individu. Evaluasi ini dapat mengidentifikasi elemen-elemen spesifik dari metode pelatihan yang dianggap efektif dan berguna oleh peserta, serta area yang memerlukan perbaikan. Selain itu, *feedback* dari diskusi kelompok dapat mengungkapkan isu-isu umum yang dihadapi peserta, memberikan gambaran lebih jelas tentang tantangan terbaru yang ada. Dari hasil diskusi ini, tim pengabdian menyusun strategi untuk meningkatkan efektivitas metode pelatihan di masa mendatang, seperti menyesuaikan metode penyampaian, menambah sesi interaktif, atau menyempurnakan materi pelatihan. Evaluasi ini pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kualitas program pelatihan, memastikan bahwa pelatihan di masa mendatang lebih responsif terhadap kebutuhan peserta dan lebih berhasil dalam mencapai tujuan pembelajaran.

PEMBAHASAN

Pembahasan tentang masing-masing praktik pelatihan dan pendampingan kegiatan di TK ABA 1 Purwosari dan TK ABA 2 AL Wathan didasarkan pada konstruktivisme teori yang kuat disertai pemikiran yang relevan oleh tim pengabdian pada penjabaran sebagai berikut:

1. Efektifitas Pelatihan Canva

Antusiasme para peserta dalam bertanya dan mempraktikkan pembuatan desain menunjukkan bahwa kegiatan berjalan dengan baik. Karena kemajuan teknologi informasi di era Industri 4.0 dan Society 5.0, orang harus beralih ke menggunakan media digital saat aktivitas penjualan produk atau jasa ([Riyantoko, 2022](#)). Salah satunya dalam bidang promosi yang menggunakan strategi komunikasi kepada calon orang tua siswa untuk menyampaikan promosi secara tepat sasaran dan menarik banyak pihak. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, pelatihan komputer desain diberikan menggunakan aplikasi Canva, sebuah alat yang sederhana dan mudah digunakan ([Nurmalina, 2022](#)).

Evaluasi telah menunjukkan bahwa pelatihan dalam desain grafis komputer dapat bermanfaat, tepat sasaran, dan efektif dalam memberikan pengetahuan baru dalam bidang pembelajaran maupun promosi sekolah. Guru TK ABA harus selektif saat mengajarkan siswanya karena sifat anak usia dini masih dalam tahap perkembangan *golden age*. Adapun implementasi media pembelajaran visual berbasis Aplikasi Canva adalah Rencana pembelajaran sesuai dengan materi, media, dan kebutuhan siswa, Adanya kesempatan bagi siswa untuk berkolaborasi, berbagi, dan bertanya tentang materi yang dipelajari dapat membantu mencapai tujuan pembelajaran, Setiap pelajaran membutuhkan motivasi dan reward untuk membuat siswa tertarik dan

termotivasi, Kemampuan guru untuk memilih dan memilih metode pembelajaran, materi, dan sumber daya yang tepat.

Kelebihan penggunaan media pembelajaran visual berbasis aplikasi Canva khususnya yang berdampak bagi siswa TK ABA yaitu Media yang dibuat dengan aplikasi canva sangat menarik dan memiliki berbagai gambar dan fitur yang sesuai dengan perkembangan siswa sehingga siswa menunjukkan minat dan keinginan untuk belajar, Membantu guru menyampaikan materi karena tidak semua materi nyata dapat dibawa ke dalam kelas, Media visual berbasis canva memungkinkan manipulasi materi yang tidak dapat dibawa ke dalam kelas dimana hal ini membuat pembelajaran lebih efektif dan efisien, Media yang sesuai dengan perkembangan peserta didik dan sesuai dengan bakat dan minat siswa dapat membantu perkembangan mereka, terutama dalam hal pemahaman materi yang dipelajari oleh siswa. Sedangkan dari segi kekurangannya adalah Tidak semua guru mampu menyusun media pembelajaran menggunakan Canva dengan baik, Kemampuan untuk mengelola waktu dan strategi pembelajaran dengan efektif, karena jika guru tidak mampu mengatur waktu, pembelajaran menjadi tidak terkontrol dan sulit mencapai tujuan pembelajaran, Tidak semua guru mampu memilih media yang sesuai dengan materi pembelajaran.

2. Pendampingan Tutorial Video Cap Cut

Fokus kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman guru TK ABA tentang pentingnya video pembelajaran untuk memvisualisasikan pengetahuan yang tidak dapat ditampilkan oleh guru dalam situasi nyata. Selain itu, tim pengabdian memberikan praktik langsung bagaimana membuat video pembelajaran yang mudah. Tim pengabdian menjelaskan tentang proses persiapan video, topik, tujuan, komponen, software editing, dan berbagi video. Selain kemampuan untuk menggabungkan visual dengan audio, video dapat dikemas dengan berbagai cara, seperti menggabungkan komunikasi tatap muka dengan komunikasi kelompok atau menggunakan teks, musik, dan audio. Pada pengabdian kali ini, tim menggunakan aplikasi CapCut sebagai editor video. Peserta guru terlihat antusias mengikuti kegiatan tersebut. Selain itu, para peserta berbagi pengalaman mereka dalam membuat video pembelajaran. Selama kegiatan, ada beberapa masalah yang disampaikan. Tim pengabdian menunjukkan bahwa beberapa peserta memiliki perangkat yang tidak mendukung software CapCut. Selain itu, beberapa peserta merasa materi disampaikan terlalu cepat. Tim pengabdian menyarankan agar mereka mendownload *software* CapCut dari Microsoft Store untuk mengatasi masalah ini. Namun, bagi peserta yang merasa materi disampaikan terlalu cepat, ada video tutorial yang dapat ditonton dan dipahami secara berulang-ulang. Manfaat video diantaranya dapat meningkatkan keinginan untuk melakukan sesuatu, dan makna pesan akan menjadi lebih jelas sehingga siswa dapat memahaminya dan memungkinkan untuk menguasai dan mencapai tujuan penyampaian. Video pembelajaran untuk anak usia dini harus menarik agar anak-anak tertarik untuk menontonnya ([Qohar, 2017](#)). Untuk membuat video pembelajaran untuk anak usia dini yang lebih menarik, para guru juga harus menambahkan efek, animasi, dan musik yang dapat menarik siswa untuk giat belajar ([I. Syafi'i, 2020](#)). Fitur-fitur Capcut yang dapat

digunakan untuk membuat video pembelajaran menjadi lebih menarik. Diantaranya yang diajarkan adalah sebagai berikut:

- a. Editing: fitur ini digunakan untuk membuat proyek baru dari video yang akan diedit. Fitur editing termasuk *precision editing*, *instant preview*, *multitrack audio*, *multiple layer*, *color adjustment*, *speed control*, dan fitur audio.
- b. Template: fitur ini dapat membantu jika para guru belum mahir mengedit video. Penggunaannya dapat menggunakan cover yang telah disiapkan dan diedit oleh orang lain.
- c. Tutorial: Fitur tutorial menyediakan instruksi tentang aplikasi Capcut untuk editing video, termasuk cara membuat efek, kurva, *overlay*, transisi, audio dan lainnya.

3. Aktivasi Instagram Sekolah

Instagram memiliki media yang luas, lengkap, dan efisien secara waktu. Instagram sebagai media pembelajaran dapat membantu siswa memahami materi konseptual dan memberikan contoh yang lebih hidup untuk materi pembelajaran konseptual, teoretis atau abstrak ([Saputra, 2021](#)). Selain itu, konten di media Instagram juga memiliki tujuan yang jelas dan efektif. Pesan yang dipromosikan di media sosial seperti Instagram dengan desain yang menarik pasti akan lebih mudah menarik perhatian pembaca dan diterima oleh semua orang. Dimensi di dalam media sosial promosi menjadi dasar pembahasan pada kajian diantaranya sebagai berikut:

- a. *Online Communities*; Komunitas terkait di internet diharapkan dapat membantu pertumbuhan bisnis TK ABA yang berkonsentrasi pada calon orang tua siswa dan pengikut Instagram untuk mengetahui semua kegiatan dan informasi penting yang dilakukan dan disediakan di sekolah. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian publik, terutama calon siswa yang melihat. Sebaliknya, dalam proses promosi, tidak hanya menargetkan pengikut untuk menyukai atau tertarik dengan aktivitas, karena TK ABA mengembalikan preferensi pengikutnya di Instagram untuk mendapatkan informasi.
- b. Interaksi; Media sosial berbeda dengan media komunikasi pemasaran lainnya karena pengguna dapat mengaksesnya kapan saja dan di mana saja melalui *smartphone* atau komputer. Hal ini memungkinkan pemasar untuk melakukan komunikasi pemasaran kapan saja dan di mana saja ([Braniwati, 2023](#)). Untuk menyampaikan informasi kepada pengikut, media sosial Instagram yang sesuai dan cepat. Tujuannya adalah untuk menciptakan pola interaksi yang berkelanjutan yang memungkinkan TK ABA untuk mengakses informasi yang sesuai dengan trend sambil mempertimbangkan kebutuhan sekolah. Di Instagram, sekolah dapat berinteraksi dengan pengikutnya melalui berbagai cara, seperti di *story* dan *highlight* yang menyampaikan informasi terbaru atau pengingat kepada pengikutnya. Di sisi lain, terdapat pesan langsung, di mana pihak terkait dapat berkomunikasi secara langsung ke sekolah melalui fitur tersebut, dimana membantu dan memudahkan pengikut berinteraksi dengan sekolah.
- c. *Sharing Content*; Media sosial umumnya digunakan untuk berbagi pesan, berbagi informasi, dan memperoleh informasi. Di bagian komentar, TK ABA memberikan

ruang untuk berbagi konten secara luas. Ini memungkinkan orang untuk menyuarakan pendapat mereka, memberikan tanggapan, dan memberikan testimoni. Sebaliknya, fitur ikon pesawat berfungsi sebagai tempat sharing konten di mana orang dapat membagikan informasi yang ingin diketahui secara personal melalui pesan langsung. Karena orang mencari kata kunci berdasarkan keterangan tag pasti akan terkait dengan informasi yang ditampilkan, caption sangat penting untuk aktivitas pemasaran produk. Caption harus dibuat dengan hati-hati. seperti akun Instagram TK ABA, yang menampilkan informasi tentang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).

- d. *Accessibility*; Dalam hal aksesibilitas, misalnya, caption dan tagar yang tertera pada konten tentang penerimaan siswa baru bertujuan untuk membuat pengikut Instagram lebih mudah mengakses konten dan menggunakannya. Di sisi lain, memberikan tagar yang diwakili dengan (#) sebagai kata kunci dianggap lebih khusus dan ditujukan untuk pengikut Instagram yang mencari informasi tentang beasiswa. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pembaca tidak akan mengalami kesulitan untuk memahami semua informasi yang disajikan melalui tagar. Instagram membantu pengikut yang memiliki keterbatasan atau penyandang disabilitas karena informasi yang ditampilkan berupa visual, verbal, dan audio visual. Dengan fitur ini, mereka yang memiliki keterbatasan pendengaran atau berbicara namun ingin mengakses media sosial menjadi lebih mudah.
- e. *Credibility*; perihal kredibilitas penjelasan yang diberikan oleh pihak sekolah TK ABA yang menghasilkan pelayanan langsung. Ini ditemukan pada fitur *direct message* yang ditujukan kepada pengikut tentang pertanyaan atau hal-hal yang kurang jelas, sehingga mereka dapat berkomunikasi secara personal melalui fitur tersebut. Sebaliknya, TK ABA memanfaatkan panel penyajian konten untuk menekankan informasi yang mengarah ke konten sekolah, baik visual, verbal, maupun video. Selain itu, caption dan tagar harus diberikan. Ini adalah bagian dari upaya sekolah untuk membangun kepercayaan dalam menyampaikan informasi kepada orang-orang agar mereka lebih dikenal oleh masyarakat.

Sekolah TK ABA menggunakan kombinasi promosi sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang komprehensif melalui penggunaan media sosial Instagram, dengan langkah 4P sebagai acuannya, yaitu sebagai berikut:

- a. *Produk*; adalah sesuatu layanan yang dijual, seperti kurikulum, tenaga pendidik, fasilitas, dan sarana dan prasarana sekolah. TK ABA memiliki keuntungan besar karena ilmu keagamaan digunakan dalam kurikulum dan pembelajaran sekolah. Siswa juga dididik tentang *leadership*, keterampilan hidup, keberagaman, dan nasionalisme. Media pembelajaran digital berbasis Instagram termasuk dalam kategori sangat praktis karena dapat digunakan dengan mudah dan sesuai dengan materi yang dipelajari ([Mahesti, 2021](#)).
- b. *Price* (Harga); Dalam hal mendapatkan peserta didik baru, harga sangat penting. Orang-orang yang tinggal di dekat TK ABA termasuk dalam kelas bawah dan menengah. Kondisi ini memungkinkan sebagian besar masyarakat untuk memilih untuk menyekolahkan siswa mereka di sekolah negeri tanpa biaya tambahan.

Mereka juga dapat memilih untuk bersekolah di sekolah swasta dengan biaya yang lebih murah atau gratis. TK ABA harus mempertimbangkan secara serius keberadaan, dan keuntungan Sekolah. Setelah mendapatkan pelatihan dari tim pengabdian masyarakat tentang strategi komunikasi pemasaran sekolah yang menggunakan kombinasi promosi dan media sosial seperti Instagram, sekolah langsung menerapkan pengetahuan ini dengan melakukan perubahan harga untuk pangsa pasar kelas menengah sedang, mengadakan *open house*, dan mengadakan seminar terkait.

- c. Lokasi; menjadi bagian penting dari rencana strategi komunikasi pemasaran terpadu. Dalam bauran promosi, lokasi juga dapat menjadi nilai tambahan dan daya tarik. Di media Instagram sekolah juga tersedia informasi untuk akses ke lokasi sekolah. TK ABA 1 Purwosari terletak di pusat kabupaten yang terus berkembang, dekat dengan jalan raya antar provinsi, fasilitas umum dan sosial, akses yang mudah, dan dekat dengan pusat pemerintahan kabupaten. Angkutan umum seperti angkutan kota membuat lokasi menjadi sangat strategis. TK ABA 2 Al Wathan berlokasi cukup strategis dekat dengan Kebun Raya Purwodadi dan tempat wisata terkenal di desa Kertosari.
- d. Promosi; Pihak Sekolah TK ABA mulai memanfaatkan aktivasi di era digital sepenuhnya dengan bertahap mulai menggunakannya untuk mempromosikan sekolah dan menyebarkan informasi khususnya melalui media Instagram. Akun Instagram sekolah mulai digunakan secara optimal. Postingan yang diposting di akun Instagram sekolah telah berupa postingan konten bermakna. Jumlah pengikutnya berangsur meningkat, sehingga tujuan dan harapan dari kegiatan pemasaran mulai menghasilkan hasil yang diharapkan.

4. Penggunaan “Google Bisnisku” dalam keberadaan sekolah

Google Bisnisku (*Google My Business*) merupakan sebuah alat yang disediakan oleh Google yang memungkinkan calon pelanggan untuk memperoleh informasi seperti nama perusahaan, alamat, nomor telepon, alamat email, jam operasional, website, foto tempat usaha hingga review klien. Dengan adanya Google Bisnisku, bisnis dapat dengan mudah ditemukan di halaman pencarian. *Google My Business* adalah pilihan yang ideal untuk usaha sekolah dengan target pasar siswa dari lokal. Google Bisnisku dapat membantu TK ABA menampilkan profil bisnis di penelusuran dan peta. Kinerja Google Bisnis harus ditingkatkan agar calon orang tua siswa dapat langsung mendapatkan informasi profil usaha sekolah saat konsumen mencari data sekolah di media pencarian Google ([R. J. Naimah, 2020](#)).

Manfaat yang didapatkan sekolah dari Google Bisnisku antara lain sebagai berikut:

- a. Tidak ada biaya untuk membuka akun Google Bisnisku
- b. Pendaftaran akun Google Bisnisku mudah dengan menggunakan satu akun Gmail saja
- c. Calon orang tua siswa dapat mengajukan pertanyaan di fitur *Ask & Question* di Google Bisnisku dan pihak tempat usaha dapat menjawab setiap pertanyaan yang diajukan.

- d. Google Bisnisku memiliki kemampuan untuk melakukan analisis klien. Fitur "Insight" memungkinkan melihat performa bisnis dibandingkan dengan bisnis lain. Selain itu, dapat melihat berapa banyak pelanggan yang menemukan tempat sekolah, dari mana mereka berasal, dan bagaimana pelanggan menemukan tempat usaha
- e. Google Bisnisku sudah tersedia untuk perangkat *mobile*. Jadi, dengan menggunakan *smartphone*, calon pelanggan akan sangat mudah menemukan tempat sekolah di mana saja dan kapan saja.

5. Aplikasi "Math Playground"

Pengetahuan dan kemampuan guru PAUD mempengaruhi kemampuan matematis awal siswanya. Guru TK ABA telah memahami hubungan antara konsep mencocokkan, mengklasifikasi, membandingkan, dan mengurutkan dalam matematika untuk mengajar siswa mereka dengan benar. Kurikulum ini dirancang oleh guru yang memahami dasar-dasar matematika awal dan berfokus pada aktivitas pemecahan masalah yang sulit untuk anak usia dini. Dalam pembelajaran matematika, proses berpikir kreatif tidak selalu menghasilkan rumus. Namun, apabila siswa dapat menggambarkan soal matematika dan menemukan berbagai cara untuk menjawabnya, itu berarti mereka telah menggunakan kemampuan berpikir kreatifnya. Pembelajaran *open-ended* dengan dibantu game edukasi adalah pendekatan pembelajaran yang melibatkan masalah yang disusun sedemikian rupa sehingga memiliki banyak jawaban yang benar. Hal ini adalah salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kemampuan berpikir kreatif dalam pembelajaran matematika ([Mursidik, 2015](#)).

Pendekatan *open-ended* bertujuan untuk membantu meningkatkan keterampilan berpikir kreatif dan pola pikir matematis peserta didik dengan menyelesaikan masalah secara bersamaan. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memastikan bahwa keterampilan berpikir kreatif dan pola pikir matematis peserta didik dapat dikembangkan sesuai dengan kemampuan mereka.

Permainan edukasi bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kognitif siswa dan meningkatkan kemampuan mereka untuk memecahkan masalah. Menggabungkan strategi pembelajaran dengan permainan edukasi adalah terobosan baru yang dapat dicapai oleh guru PAUD. TK ABA memberikan pembelajaran terbuka dimana memberikan kesempatan yang cukup bagi siswa untuk mengeksplorasi masalah yang sesuai dengan kemampuan mereka. Ini memungkinkan siswa dengan kemampuan tinggi untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan matematika dan siswa dengan kemampuan rendah juga dapat menikmati aktivitas matematika yang sesuai dengan kemampuan mereka. Dinilai bahwa model *Open Ended* memiliki kemampuan untuk mendorong dan membantu orang menjadi kreatif dalam menyampaikan ide-ide yang telah dipikirkan sebelumnya ([Dewi, 2019](#)). Hasil praktik terbaik yang diajarkan oleh tim pengabdian menunjukkan bahwa game edukasi "*make a number*", yang menyajikan soal-soal dengan materi operasi hitung campuran bilangan cacah yang terbuka, dengan pedapat para guru mendorong siswa untuk berpikir kreatif dan menyelesaikan masalah dengan cara mereka

sendiri. Mereka tidak lagi terbebani dengan aturan baku untuk menyelesaikan operasi hitung campuran bilangan cacah, seperti yang ditunjukkan oleh lembar kerja yang diberikan kepada mereka. Hasil tersebut menunjukkan game edukasi efektif untuk melatih kemampuan berpikir kritis siswa. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh ([Utami, 2020](#)) menemukan bahwa pendekatan *open-ended* dapat membantu meningkatkan kemampuan berpikir kreatif matematis siswa dan meningkatkan kualitas pembelajaran matematika. Perubahan positif dalam pengetahuan, pemahaman, nilai dan sikap siswa selain hasil belajar siswa selama proses pembelajaran merupakan bukti kualitas pendidikan. Seperti yang ditunjukkan oleh praktik nyata yang telah diterapkan oleh para guru dari hasil pembelajaran tim pengabdian di TK ABA, penggunaan pembelajaran *open-ended* dengan bantuan game edukasi dapat meningkatkan keterampilan berpikir kreatif peserta didik dan meningkatkan nilai hasil belajar mereka secara bertahap.

6. Aplikasi “Kahoot” dalam pembelajaran interaktif

Aplikasi Kahoot! pada dasarnya tersedia sebagai aplikasi pembelajaran gratis; namun, aplikasi ini juga memiliki layanan akun yang diperlukan untuk mendapatkan fitur layanan berbayar yang lebih kompleks. Salah satu platform yang menggunakan gamifikasi adalah Kahoot!. Pada implementasinya, pengguna Kahoot dapat menggunakannya sebagai media pembelajaran ([Mada, 2019](#)). Hal ini memungkinkan para guru untuk membuat permainan seperti kuis, survei dan tanya jawab interaktif atau adu cepat seperti kelas tatap muka umumnya ([Iman, 2021](#)).

Kahoot!, sebagai sebuah platform yang dapat digunakan oleh guru TK ABA sebagai bagian dari aktivitas pembelajaran, telah menjadi pilihan alternatif untuk guru dalam meningkatkan partisipasi siswa dalam pembelajaran. Ada dua domain utama untuk platform Kahoot!: kahoot.com dan kahoot.it. Kahoot.com adalah situs utamanya, dan pengguna yang hanya ingin bermain diminta untuk menggunakan kahoot.it sebagai pengguna permainan. Jika mereka adalah admin atau host permainan, pengguna diminta untuk menggunakan kahoot.com. Segi menarik dan interaktivitas platform Kahoot!, yang dapat memasukkan fitur seperti gambar, video, dan suara ke dalam kuis untuk menambah variasi bagi peserta permainan, sehingga dapat membuatnya menarik bagi penggunaannya. Selain itu, meskipun kuis secara *realtime* tidak membutuhkan banyak kuota dibandingkan dengan pertemuan online seperti Zoom atau Google Meet, kecepatan koneksi internet juga sangat penting saat menggunakan Kahoot!.

Para guru di TK ABA sangat menyambut dengan antusias materi yang disampaikan oleh tim pengabdian. Tujuan pengabdian masyarakat dalam sub topik ini adalah untuk mengajar guru PAUD bagaimana membuat kuis interaktif berbasis Kahoot!. Hasilnya adalah bahwa guru PAUD telah belajar bagaimana menggunakan platform ini untuk membuat kuis interaktif dan mampu menggunakannya dalam pembelajaran PAUD. Harapannya adalah bahwa para guru akan memiliki kesempatan untuk mengikuti kegiatan pelatihan yang serupa lebih intensif di masa depan dengan berbagai perbaikan baik dari segi waktu pelaksanaan kegiatan, komunikasi kegiatan dan pelatihan, serta kompensasi yang lebih memotivasi untuk meningkatkan kemampuan teknologi guru TK ABA.

7. Pembelajaran “Paper Craft”

Paper craft merupakan suatu aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan motorik halus anak sekaligus sebagai media untuk membantu otot halus tangan bergerak, khususnya jari-jemari tangan anak. Media ini sangat penting selama proses pembelajaran karena dapat menumbuhkan keinginan dan mendorong anak untuk belajar dimana koordinasi motorik halus anak meningkat saat berumur di bawah lima tahun di bawah perintah mata, tangan, lengan dan jari yang bergerak bersama.

Pembelajaran paper craft oleh tim pengabdian ke para guru TK ABA disambut sangat senang. *Paper craft* merupakan seni kerajinan kertas tiga dimensi yang menggunakan bahan dasar kertas dalam bentuk tiga dimensi dimana berasal dari origami, seni melipat kertas di Jepang. Perbedaannya, *Paper craft* lebih beragam. Media kertas mainan yang memiliki garis bantu untuk menggunting dan pola lipatan yang berupa garis putus-putus. Selain itu, *Paper craft* berbahan dasar kertas 3 dimensi yang berbeda dari kertas origami, yang setiap lembarnya hanya memiliki satu warna dan tidak memiliki pola gambar apa pun. Setelah digunting, dilipat, dan dilem, kertas akan menghasilkan berbagai bentuk 3 dimensi yang unik yang tergantung pola yang dipilih.

Paper craft dinilai sangat efektif dan dapat digunakan untuk meningkatkan kemampuan motorik halus anak usia dini ([Nurjannah, 2018](#)), oleh karena itu pengabdian ingin mengembangkan kegiatan bermain kertas dalam meningkatkan kemampuan motorik halus siswa TK ABA melalui pengajaran guru secara berkala. Kemampuan motorik halus anak yang berkembang dengan bermain *paper craft* mencakup menggunakan alat sesuai fungsinya, menggunting kertas sesuai garis dan pola, melipat kertas dan menempelnya dalam bentuk tertentu, mewarnai dengan rapi, mengoleskan lem sesuai takarannya, dan memegang objek sesuai petunjuk guru.

Pengaruh pembelajaran *paper craft* terhadap guru untuk meningkatkan kemampuan motorik halus siswa di TK ABA telah sesuai dengan pendapat [Shafira \(2023\)](#) bahwa kriteria yang harus dipertimbangkan saat memilih media untuk kepentingan pengajaran adalah sebagai berikut: relevansi dengan tujuan pengajaran; dukungan terhadap isi bahan pelajaran; kemudahan memperolehnya; keterampilan guru dalam menggunakannya; dan waktu yang tersedia untuk belajar. Kriteria tersebut dipenuhi oleh media *paper craft*. Dengan memilih media pembelajaran yang tepat untuk siswa TK, kemampuan mereka akan berkembang dengan sangat baik.

8. Aktivasi Video Profil Sekolah

Perkembangan media saat ini sangat pesat, terutama dalam bidang media promosi yang telah mengadopsi audio visual sebagai sarana komunikasi yang lebih menarik dan efisien. Sekolah kreatif harus dapat mengubah hal-hal yang terlihat sulit menjadi hal-hal yang menyenangkan khususnya dalam bentuk pemasaran digital yang membutuhkan persiapan dalam promosi sekolah, terutama untuk media yang akan ditampilkan. Jika produk yang dihasilkan berupa jasa yang memiliki banyak fitur, gambar akan jelas tidak cukup untuk menunjukkan keunggulan produk tersebut. Di TK ABA, ada banyak fitur dan fasilitas yang tidak dapat ditampilkan dalam satu foto. Oleh karena itu, media video yang dapat menampilkan profil sekolah diperlukan. Video profil merupakan sebuah

gambaran mengenai suatu instansi dalam mencapai kesuksesan dalam hasil karya yang telah dihasilkan serta diterima di kalangan masyarakat ([Widada, 2020](#)) dimana dalam video memperlihatkan suasana dan kegiatan di sekolah secara lebih hidup dan meningkatkan minat orang-orang yang belum mengenal sekolah tersebut.

TK ABA berusaha mengintegrasikan pendidikan sekolah dan pendidikan berbasis Al Quran. Untuk alasan ini, yayasan sekolah berusaha keras untuk melakukan promosi yang lebih besar. Hasil dari observasi dan survei yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat, serta pertanyaan yang diajukan kepada pihak sekolah mengenai keuntungan dari menggunakan video untuk pemasaran digital, membuat sekolah setuju dan mendukung upaya tim pengabdian untuk membuat video profil sekolah. Tim pengabdian terdiri dari dosen sebagai konseptor dan *arranger* serta tim mahasiswa pengabdian sebagai pendukung teknologi informasi untuk *shooting* dan menyusun video profil ini. Untuk menghasilkan video yang lebih baik dengan hasil yang lebih sesuai dan memiliki proses yang standar implikasi saat ini.

Sasaran dari inisiatif kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pembuatan video profil yang menunjukkan keunggulan kompetitif Sekolah TK ABA. Video ini akan disiarkan di berbagai platform dan akan digunakan sebagai bahan *digital marketing* yang sesuai dengan visi dan misi sekolah. Output yang dihasilkan terdiri dari beberapa hal yaitu profil video sebagai konten bahan *digital marketing*, perubahan perspektif pengelola sekolah tentang kedudukan sekolah untuk tujuan pemasaran, pendampingan publikasi video di berbagai kanal media dan pendampingan peningkatan kesadaran pemasaran sekolah dalam bentuk digital.

9. Aktivasi Landing page sekolah

Salah satu platform digital berbentuk halaman situs web adalah *landing page*. *Landing page* dapat menarik pelanggan baru dan juga meningkatkan kesadaran dari pelanggan lama serta meningkatkan konversi penjualan. Selain pengelolaan, pembuatan landing page juga melibatkan tata letak konten dan *copywriting*. Penataan konten berkaitan dengan tema dan gaya desain sebagai identitas sekolah TK ABA, sedangkan *copywriting* berisi informasi penting yang dibutuhkan oleh banyaknya pelanggan tetap dan calon pelanggan, dalam hal ini berfokus pada calon orang tua siswa dan orang tua siswa yang mengikuti perkembangan kinerja sekolah ([Andriyanto, 2023](#)).

Pada tahap persiapan produksi *landing page*, tim pengabdian dan pihak sekolah berdiskusi untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan terkait dengan masalah yang promosi via web yang dihadapi. Informasi yang diperoleh dari koordinasi ini menjadi dasar bagi tim pengabdian untuk merumuskan masalah dan mencari solusi yang sesuai dengan bidang keahlian anggota tim pengabdian. Tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan yang mencakup penyebaran konten pemasaran digital dan pengelolaannya, termasuk penulisan konten melalui media sosial dan pengiklanan platform *landing page* melalui aplikasi Carrd. Selanjutnya, dilakukan pendampingan pembuatan *landing page* dengan menerapkan ide-ide tentang penulisan dan tata letak konten. Menurut ([DuPont, 2018](#)), membuat landing page dapat membantu mitra mempromosikan bisnis mereka dan juga mendorong pelanggan untuk memilih produk yang ditawarkan. Tahapan

berikutnya adalah penilaian pelaksanaan kegiatan yang mencakup pendampingan pembuatan landing page dengan mempertimbangkan *copywriting* dan tata letak konten. Penilaian dilakukan secara langsung, yaitu dengan melihat apakah sekolah dapat mengelola *landing page* secara mandiri.

Landing page yang dibuat dapat diakses dengan alamat <https://tkaba1purwosari.carrd.co>

Halaman beranda akun TKA ABA 1 Purwosari memiliki lima fitur utama, yaitu beranda, katalog fasilitas sekolah, program sekolah, informasi & pendaftaran dan kontak di berbagai media sosial yang dimiliki sekolah. Nilai usaha ditampilkan sebagai gambar bersama dengan deskripsi singkat profil sekolah. Bagian beranda juga menampilkan informasi tentang berbagai jenis keunggulan sekolah yang ditawarkan. Untuk menarik lebih banyak calon orang tua siswa khususnya selama masa PPDB, halaman katalog TKA ABA 1 Purwosari berisi informasi tentang daftar fasilitas serta informasi tentang media sosial seperti Facebook, Youtube, Instagram, Tik Tok, WhatsApp dan email akun sekolah.

SIMPULAN

Kinerja guru mencakup pencapaian dalam tugas-tugas yang diberikan dimana mencakup elemen kuantitas dan kualitas. Kinerja guru dipengaruhi oleh motivasi, kemampuan, kualitas kerja, ketepatan, inisiatif, kemampuan, dan komunikasi. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa guru PAUD di TK ABA yang menggunakan aplikasi pembelajaran digital yang telah dijadikan materi pelatihan dan pendampingan oleh tim pengabdian sebagai media pembelajaran menunjukkan tingkat kreativitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan guru PAUD yang tidak menggunakannya. Oleh karena itu, penggunaan aplikasi seperti Canva, Cap Cut dan lainnya dapat menjadi alternatif yang efektif untuk meningkatkan kreativitas guru PAUD untuk lebih meningkatkan pembelajaran literasi dan numerasi digital bagi peserta didik. Oleh karena itu, praktik terbaik yang diterapkan di TK ABA memiliki dampak positif pada siswa, terutama dalam hal pengembangan keterampilan berpikir kreatif.

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa menggunakan strategi diferensiasi saat mempromosikan institusi pendidikan memiliki efek positif pada menarik minat siswa. Untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik perhatian calon siswa, TK ABA menggunakan strategi pemasaran diferensiasi seperti membentuk citra dan identitas yang kuat, fokus pada segmen pasar tertentu dan memahami kebutuhan mereka, inovasi dalam kurikulum dan program pendidikan, pelayanan dan pengalaman siswa yang berkualitas, dan penggunaan teknologi dalam pembelajaran. Dalam era persaingan yang semakin ketat, institusi pendidikan harus memahami pentingnya strategi pemasaran diferensiasi dalam konteks pemasaran digital. Lembaga pendidikan dapat menarik minat siswa, membangun reputasi, dan mempertahankan posisi unggul dalam dunia pendidikan dengan menggunakan strategi diferensiasi pemasaran yang tepat sebagaimana yang telah dijalankan dalam program pendampingan oleh tim pengabdian.

Namun, masih minimalnya upaya yang dilakukan untuk menghasilkan konten pembelajaran yang benar-benar berbasis teknologi dari para guru masih ada faktor

kurangnya percaya diri. Oleh karena itu, sangat penting dari pihak sekolah perlu berinvestasi dalam peningkatan infrastruktur dan fasilitas teknologi, serta menciptakan ruang kreativitas digital. Monitoring dan evaluasi program harus dilakukan secara rutin melalui mekanisme umpan balik dan pengukuran kinerja. Selain itu, sekolah, juga perlu mengembangkan jejaring kolaborasi dengan perguruan tinggi dan industri teknologi yang akan memberikan akses pada sumber daya dan pengetahuan terkini.

Kesempatan untuk pengabdian selanjutnya dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan daya saing TK ABA dengan penguatan kompetensi digital guru melalui pelatihan lanjutan dan pendampingan berkelanjutan, serta peningkatan kepercayaan diri guru dengan workshop pengembangan diri dan sistem penghargaan. Pengembangan konten pembelajaran berbasis teknologi juga perlu didukung oleh kolaborasi antar guru. Strategi pemasaran digital seperti pelatihan pemasaran, pengembangan konten dan optimalisasi website juga harus diperkuat. Kegiatan serupa terkait pemasaran dan branding sekolah harus dilakukan pada kesempatan lain untuk meningkatkan konteks pelatihan dan mendorong tenaga pengajar dan tenaga pendidik sekolah untuk terbiasa menggunakan pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, A., Pranoto, R. E., Bangun, D. A. N., Anggraini, A., & DK MRR Tiyas Maheni. (2023). Pemasaran Digital UMKM Melalui Desain Landing Page Sebagai Upaya Pengembangan Bisnis. *BESAUNG Jurnaunl Seni Desain Dan Budaya*, 8(1), 15-20. <https://doi.org/https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1.2826>
- Azizah, I. S., Mukhlisah AM, and Ni'matus Sholihah. (2022). Strategi Kepala Madrasah Melalui Branding Sekolah Dengan Program Riset Di Madrasah Aliyah Negeri Sidoarjo. *Jurnal Kependidikan Islam*, 12(1), 91-99. <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/jkpi.2022.12.1.91-99>
- Braniwati, M. B., A. . (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. *GLAT*, 2(2), 142-153. <https://doi.org/https://doi.org/10.24002/giat.v2i2.7264>
- Dewi, L. G. A. K., Hartawan, I. G. N. Y., & Astawa, I. W. P. . (2019). Penerapan Model Eliciting Activities (Meas) Berbantuan Masalah Open Ended Untuk Meningkatkan Pemahaman Konsep Matematika Siswa. *Jurnal Pendidikan Matematika Universitas Pendidikan Ganesha*, 10(1), 75-83. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jjpm.v10i1.19986>
- DuPont, J., Harff, S., Park, S., Linder, K.E. (2018). Marketing Online Degrees to Adult Learners: Staff, Resources, and Key Strategies. In: Piña, A., Lowell, V., Harris, B. (eds) Leading and Managing e-Learning. *Educational Communications and Technology: Issues and Innovations*. Springer, Cham, 321-334. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-61780-0_22
- GUNAWAN, A. R. (2022). Kompetensi Pendidik Ideal Berbasis Al-Qur'an (Telaah terhadap Q.S. Luqman; 12, Q.S. Ar-Rahman: 1-5, Q.S. An-Najm: 3-10, Q.S. An-Nahl: 43-44). *AL QUDS : Jurnal Studi Alquran dan Hadis*, 6(2), 573-592. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29240/alquds.v6i2.4200>

- I. Syaff'i, C. S. d., E. W. Wakhidah, and F. M. Umah. (2020). Penerapan Video Pembelajaran Daring Anak Usia Dini Pada Masa Pandemi Covid-19. *Al-Athfal J. Ilm. Pendidik. Anak Usia Dini*, 3(2), 140-160. <https://doi.org/https://doi.org/10.24042/ajipaud.v3i2.7315>
- Iman, N., Ramli, M., & Saridewi, N. (2021). Kahoot as an Assessment Tools: Students' Perception of Game-based Learning Platform. *Jurnal Penelitian dan Pembelajaran IPA*, 7(245-259). <https://doi.org/https://doi.org/10.30870/jppi.v7i2.8304>
- Mada, R. D., & Anharudin. (2019). How Online Learning Evaluation (Kahoot) Affecting Students' Achievement and Motivation (Case Study on it Students). *International Journal Education and Vocational Studies*, 1(5), 422-427. <https://doi.org/https://doi.org/10.29103/ijevs.v1i5.1494>
- Mahesti, G., & Koeswanti, H. (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Permainan Monopoli Asean untuk Meningkatkan Hasil Belajar Tema 1 Selamatkan Makhluk Hidup Pada Siswa Kelas 6 Sekolah Dasar. *MIMBAR PGSD Undiksha*, 9(1), 30-39. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jjpgsd.v9i1.33586>
- Mursidik, E. s. M., Samsiyah, N., & Rudyanto, H. E. (2015). Kemampuan Berpikir Kreatif Dalam Memecahkan Masalah Matematika Open-Ended Ditinjau Dari Tingkat Kemampuan Matematika Siswa Sekolah Dasar. *Pedagogia : Jurnal Pendidikan*, 4(1), 23-33. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/pedagogia.v4i1.69>
- MY, M., Najmul Hayat, Fransisko Chaniago, and Mentari Erlianto. (2022). STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH. *PARAMUROBI: JURNAL PENDIDIKAN AGAMA ISLAM*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.32699/paramurobi.v5i1.2717>
- Nurjannah, D. (2018). Peningkatan Motorik Halus Anak Melalui Kegiatan Bermain Papercraft (Penelitian Tindakan di TK Alam Rizkia, Depok). *Al-Athfal: Jurnal Pendidikan Anak*, 4(2), 149-160. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/al-athfal.2018.42-03>
- Nurmalina, N., Rahila, C. D. I., Surbakti, A. H., Wahyuningsih, S. K., & Batubara, M. H. (2022). PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI CANVA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEMAMPUAN LITERASI DIGITAL MAHASISWA. *JPMA - Jurnal Pengabdian Masyarakat As-Salam*, 2(2), 48-53. <https://doi.org/https://doi.org/10.37249/jpma.v2i2.532>
- Purnamasari, N., Habibi, H., & Hidayat, S. . (2016). Pengaruh Model Pembelajaran Langsung (Direct Instruction) Dengan Pendekatan Kontekstual Terhadap Pemahaman Konsep Siswa. *Lensa: Jurnal Kependidikan Fisika*, 4(2), 51-54. <https://doi.org/https://doi.org/10.33394/j-lkf.v4i2.85>
- Qohar, D. S. a. A. (2017). Pengembangan Media Pembelajaran Matematika Berbasis Web Pada Materi Barisan Dan Deret. *Kreano, J. Mat. Kreat*, 8(1), 1-7. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/kreano.v8i1.5964>
- R. J. Naimah, M. W. W., R. Haryanto, A. Pebrianto. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT Implement. Action*, 2(2), 39-51. <https://doi.org/https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>

- Riyantoko, P. A., Fahrudin, T. M. ., Sa'diyah, I. ., Varqa Ansori, N. A. ., Atnanda, P. A., & Alamsyah, R. B. (2022). PEMANFATAAN APLIKASI CANVA SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DI KAMPUNG KUE SURABAYA. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 198-203. <https://doi.org/https://doi.org/10.32722/mapnj.v5i1.4529>
- RP Prihatin, I. A. (2020). STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT SISWA BARU DI MTSN 5 SLEMAN YOGYAKARTA. *EVALUASI*, 4(2), 173-198. <https://doi.org/https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i2.381>
- Saputra, D. H., Ihsan, M. S., & Zainuddin Atsani, L. G. M. (2021). Penyuluhan Literasi Belajar Online Untuk Masyarakat Bersama Komunitas Pemuda Mandiri. *International Journal of Community Service Learning*, 5(2), 169-174. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/ijcsl.v5i2.34676>
- Sari, M., Ardipal, & Budiwirman, D. . (2020). The Development of a Drawing Skills Training Model for Early Childhood Teachers. *International Journal of Management and Humanities*, 5(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.35940/ijmh.D1201.125420>
- Shafira, F., & Setyowati, S. (2023). Peningkatan Kemampuan Motorik Halus melalui Permainan Melipat Pada Kelompok B TK Negeri Pembina I Mojosari. *Journal on Education*, 6(1), 848-855. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3001>
- Sharon Kim, M. R. a. E. S. (2019). Improving 21st-century teaching skills: The key to effective 21st-century learners. *Research in Comparative and International Education*, 14(1), 99-117. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1745499919829214>
- Siddiqui, S. a. A., Md. Mostaq. (2020). Teachers' Roles Beyond and Within the Context: An Ever-Changing Concept. *Arab World English Journal (AWEJ)*, 11(1), 282-296. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3582330>
- Urmila Dewi, M. H., Trunajaya, I. G., Kesumajaya, I. W. W., & Adigorim, I. M. (2018). Penerapan Digital Marketing dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Pelaku UKM di Kabupaten Klungkung. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 8(1), 19-24. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30999/jpkm.v8i2.234>
- Utami, R. W., Endaryono, B.T, & Djuhartono, T. . (2020). Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kreatif Matematis Siswa Melalui Pendekatan Open-Ended. *Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 43-48. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/fjik.v7i1.5328>
- Widada, S., Widya Tama, A. K., & Lestari, N. (2020). Video Profile Sebagai Media Promosi Pada Mts Al-Husna Ypihn Curug Kabupaten Tangerang. *Journal CERITA*, 6(1), 39-51. <https://doi.org/https://doi.org/10.33050/cerita.v6i1.886>
- Widadi, S. (2017). PENGEMBANGAN PERANGKAT PEMBELAJARAN DENGAN PEMECAHAN MASALAH UNTUK MELATIH KEMAMPUAN BERPIKIR KREATIF SISWA KELAS IV SD MATERI PECAHAN. *Jurnal Review Pendidikan Dasar : Jurnal Kajian Pendidikan Dan Hasil Penelitian*, 2(2), 152-158. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jrpd.v2n2.p152-158>