



Pendampingan Branding School dengan Keterampilan Video Content Creator Ibu – Ibu Guru TK Se-Kabupaten Sidoarjo

Riesta Ayu Oktarina¹, Ratna Puspita Sari², Suprihatin³

E. Rizky Wulandari⁴, Aulia Afniar Rachmawati⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi AWS Surabaya

Abstrak

Artikel ini merupakan hasil pelatihan dan pendampingan *branding school* dengan pembuatan video content creator ibu – ibu guru TK se-Kabupaten Sidoarjo. Tujuannya adalah meningkatkan keterampilan video content creator dan branding sekolah bagi ibu guru TK di Kabupaten Sidoarjo. Materi meliputi public speaking, perencanaan, produksi konten, serta produksi, editing, dan publikasi video. Guru diajarkan public speaking untuk komunikasi efektif, perencanaan konten menarik, dan produksi serta editing video. Hasilnya, guru-guru mampu menghasilkan konten video informatif, mempublikasikannya melalui media sosial, meningkatkan citra sekolah, dan menarik calon murid. Pendampingan ini berhasil meningkatkan kemampuan berbicara di depan umum, produksi konten menarik, serta penguasaan produksi, editing, dan publikasi video. Pendampingan ini memiliki dampak positif dalam menghubungkan guru dengan keterampilan video modern, mendukung branding sekolah, dan memperkaya komunikasi dengan masyarakat. Rekomendasi dari artikel ini adalah bahwa pendekatan serupa bisa diterapkan di lembaga pendidikan lain untuk mendukung branding dan komunikasi yang efektif. Peningkatan ini diharapkan akan memperbaiki citra sekolah dan jumlah pendaftar di masa mendatang

Abstract

This article is the result of training and mentoring for branding schools by making video content creators for kindergarten teachers throughout Sidoarjo Regency. The aim is to improve the skills of video content creators and school branding for kindergarten teachers in Sidoarjo Regency. Materials include public speaking, planning, content production, as well as video production, editing and publication. Teachers are taught public speaking for effective communication, planning interesting content, and video production and editing. As a result, teachers are able to produce informative video content, publish it through social media, improve the school's image, and attract prospective students. This assistance has succeeded in improving public speaking skills, production of interesting content, as well as mastery of video production, editing and publication. This assistance has had a positive impact in connecting teachers with modern video skills, supporting school branding, and enriching communication with the community. The recommendation from this article is that a similar approach can be applied in other educational institutions to support effective branding and communication. This increase is expected to improve the image of the school and the number of applicants in the future.

Keywords:

pembuat konten video; branding school; kindergarten teacher; Sidoarjo Regency

Correspondence Author:

Riesta Ayu Oktarina

riesta.ayu@gmail.com

PENDAHULUAN

Di era komunikasi digital, kekuatan konten visual tidak bisa diremehkan. Video telah menjadi media yang dominan untuk menyampaikan informasi, menarik perhatian, dan meninggalkan dampak yang bertahan lama. Menyadari pergeseran ini, institusi pendidikan semakin merangkul konten video untuk mengkomunikasikan pesan dan nilai mereka secara efektif. Dalam konteks ini, mengintegrasikan keterampilan pembuatan konten video di antara guru taman kanak-kanak memiliki potensi besar untuk meningkatkan branding dan penjangkauan sekolah.

Artikel ini bertujuan untuk menyoroti pendekatan inovatif dalam memberikan bantuan pembuat konten video kepada guru taman kanak-kanak, yang bertujuan untuk memelihara kemampuan mereka dalam produksi konten dan dengan demikian meningkatkan citra merek sekolah. Guru taman kanak-kanak memainkan peran penting dalam membentuk pikiran anak-anak dan mengembangkan fondasi pembelajaran. Dengan membekali mereka dengan keterampilan komunikasi modern, seperti pembuatan konten video, pendidik dapat memperkaya metode pengajaran mereka dan berkontribusi pada pengakuan dan daya tarik institusi yang lebih luas.

Inisiatif ini dilakukan untuk memberdayakan guru taman kanak-kanak dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk menghasilkan konten video yang menarik dan informatif. Melalui program pelatihan yang komprehensif, para guru diperkenalkan dengan berbagai aspek pembuatan konten, termasuk teknik berbicara di depan umum, perencanaan konten dan skrip, perekaman dan pengeditan video, serta penerbitan online yang efektif. Dengan menguasai keterampilan ini, guru menjadi mahir dalam menyampaikan pesan mereka dengan jelas dan karisma, beresonansi dengan pemangku kepentingan yang ada dan potensial.

Pengabdian kepada Masyarakat ini juga ditujukan untuk mengeksplorasi bagaimana kecakapan membuat konten video di kalangan guru taman kanak-kanak meningkatkan branding sekolah. Video yang dibuat dengan baik dapat secara efektif merangkum etos, prestasi, dan ciri khas sekolah, sehingga memberikan narasi yang menarik bagi komunitas yang lebih luas. Selain itu, artikel ini menyelidiki dampak inisiatif ini terhadap tingkat pendaftaran, karena kehadiran online yang aktif dan dinamis sering kali menarik lebih banyak calon siswa dan orang tua.

Hal ini penting karena mengintegrasikan keterampilan pembuat konten video di antara guru taman kanak-kanak merupakan pendekatan berpikiran maju untuk menjembatani kesenjangan antara pendidikan tradisional dan metode komunikasi modern. Artikel ini menyelidiki manfaat pemberdayaan guru sebagai pembuat konten, pengaruh positif pada branding sekolah, dan potensi hasil jangka panjang bagi lembaga pendidikan yang mau merangkul paradigma inovatif ini.

Pendidikan anak usia dini merupakan tahap penting dalam pembentukan karakter dan keterampilan anak. Oleh karena itu, guru-guru Taman Kanak-Kanak (TK) memegang peran penting dalam memberikan pendidikan yang berkualitas dan bermanfaat bagi anak-anak. Namun, dalam era digital seperti sekarang ini, guru-guru TK juga perlu menguasai keterampilan digital untuk mempromosikan sekolah dan meningkatkan kualitas pembelajaran.

Pemanfaatan teknologi digital juga akan memberikan fleksibilitas dan efisiensi bagi layanan terhadap masyarakat. Tak terkecuali untuk bidang pendidikan, transformasi digital pada bidang pendidikan ini diantaranya pembelajaran yang diarahkan pada media dan cara yang digital, serta untuk proses memasarkan sekolah (digital marketing) dan menjadikan nama sekolah lebih dikenal atau disebut sebagai school branding.

Dengan mem-branding sekolah, maka akan meningkatkan nilai sekolah tersebut di mata masyarakat sehingga terlihat lebih berkesan dan mudah diingat oleh mereka. Mem-branding sekolah bukan hanya sekedar memperkenalkan sebuah sekolah. Namun branding juga menjadi upaya untuk membangun nama dari sebuah sekolah. Di dalamnya, terdapat banyak elemen. Mulai dari nama brand, logo, pemilihan warna, dan banyak lagi. Semua elemen itu harus bisa selaras dengan visi dan

misi yang dimiliki sebuah sekolah sehingga tersampaikan dengan baik kepada masyarakat yang melihatnya.

Dalam rangka membantu pemberdayaan guru-guru TK di Kabupaten Sidoarjo, dilakukan sebuah pengabdian masyarakat dengan tema "Pemberdayaan Guru-Guru Taman Kanak-Kanak Melalui Konten Video: Sebuah Pengabdian Masyarakat dalam Mempromosikan Branding School". Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan guru-guru TK dalam pembuatan konten video yang berkualitas dan bermanfaat untuk mempromosikan sekolah.

Program ini dirancang untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman mereka tentang penggunaan teknologi dan kreativitas dalam menciptakan konten video yang menarik dan bermakna. Dengan demikian, ibu guru TK akan dapat menciptakan pengalaman pembelajaran yang lebih interaktif dan menginspirasi bagi anak-anak mereka. Target dari pelaksanaan pengabdian ini adalah peserta dapat memahami pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dengan pembuatan konten video dalam rangka mendukung school branding TK se Kabupaten Sidoarjo.

METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini kegiatan diselenggarakan bersama dengan BPSDM Kominfo Surabaya, IGTKI, FKGS dan Stikosa-AWS dalam bentuk Pelatihan Branding Satuan Pendidikan Berbasis IT disusun sebagai berikut:

1. Kegiatan Pelatihan ini diikuti oleh 842 peserta yang terbagi menjadi 3 kelas dan 2 sesi serta dilaksanakan dalam 2 tempat yang berbeda yakni di Aula Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Sidoarjo dan Kantor BPSDMP Kominfo Surabaya.
2. Program ini diselenggarakan untuk Guru TK/PAUD se Kabupaten Sidoarjo dilaksanakan oleh BPSDMP Kominfo Surabaya dengan Stikosa-AWS.
3. Sasaran program ini adalah mencetak talenta digital dibidang *Video Content Creator*. Para peserta akan mendapatkan pelatihan 6 JP (1 JP = 45 menit) dengan durasi pelatihan 1 hari. Manfaat yang diperoleh yaitu dapat membentuk ketrampilan para peserta dalam tahap-tahap persiapan, produksi, dan pasca produksi video, termasuk publikasi video melalui media digital.
4. Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara luring, dengan metode pembelajaran yakni metode berbasis project. Dalam metode ini, peserta memperoleh pengetahuan, berpikir kritis, menganalisis, mengevaluasi, hingga membuat keputusan. Peserta pelatihan diwajibkan di akhir pertemuan menghasilkan karya dalam bentuk video dengan tema "Branding school" yang kemudian diunggah pada media digital masing – masing peserta.
5. Waktu dan tempat Kegiatan dilaksanakan pada:

Hari / Tanggal	: Senin – Kamis, 16 – 19 Januari 2023
Waktu	: Sesi 1 07.30 – 12.00 Sesi 2 13.00 – 17.00
Tempat	: Aula Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Sidoarjo BPSDMP Kominfo Surabaya

Kurikulum Kegiatan Pelatihan Branding Satuan Pendidikan Berbasis IT ditampilkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1. Materi Kegiatan

No	Materi	Topik	Durasi
1.	Digital Branding School	<ul style="list-style-type: none"> Definisi Branding Konsep Digital Branding Digital Branding School Strategi Branding School melalui sosial media 	1 JP
2.	Membuat perencanaan produksi konten video	<ul style="list-style-type: none"> Definisi content creator Memahami karir, proses bisnis, sumber pendapatan, keterampilan dasar dan mindset seorang contentcreator Memahami softskill yang perlu dimiliki oleh seorang content creator, termasuk keterampilan mengembangkan kerjasama dengan pihak terkait Research dan perencanaan kontensecara umum dan secara khusus pada sektor pariwisata Melakukan pencarian ide untuk konten komunikasi dan pemasaran Memilih media digital yang menjadi target pemasaran Merancang naskah dan storyboard konten video Menggunakan content planning template untuk membuat rencana produksi video 	2 JP
3.	Produksi, Editing dan Publikasi	<ul style="list-style-type: none"> Workflow produksi konten Melakukan persiapan dan instalasi perangkat serta aplikasi untuk produksi konten video Melakukan persiapan setting video (lokasi, pemain, peralatan, wardrobe dan lain-lain) Mengoperasikan kamera smartphome untuk mengambil video dengan teknik yang baik Teknik videografi Mengedit video menggunakan fitur-fitur perangkat lunak pengolah video di smartphome sesuai tuntutan naskah Mengunggah konten video di media digital 	3 JP

PEMBAHASAN PENGABDIAN

Memahami Digital Branding

Pada sesi materi ini peserta diberikan materi definisi branding, peserta dijelaskan secara rinci dari mulai pengertian tujuan, perbedaan antara brand dan branding serta implikasinya pada branding sekolah. Pengertian branding peserta diberikan pemahaman tentang bahwa branding adalah proses kreatif dan strategis untuk menginformasikan kepada calon pelanggan brand, mengapa masyarakat

harus memilih brand milik kita dan apa yang dapat mereka harapkan dari brand ini. Dalam hal ini instruktur mengkaitkan dengan kekuatan yang dimiliki oleh masing – masing sekolah.

Peserta mendapatkan materi tentang digital branding school dimana setiap aspek yang ada disekolah seperti Nama sekolah, logo, tagline, akronim, warna, program unggulan, kualitas lulusan, kualitas SDM fasilitas sekolah serta proram yang berdampak untuk masyarakat sekitar merupakan upaya untuk memperkenalkan kepada masyarakat tentang citra dan keunggulan yang dimiliki sekolah tersebut, yang kemudian dikemas dalam bentuk konten dan diunggah melalui media digital. Strategi branding school, peserta dijelaskan tentang strategi apa saja yang dapat dilakukan seperti Logo dan Identitas yang kreatif yang berarti tingkat kreatifitas yang tinggi akan mempengaruhi pengemasan konten video pembelajaran dan promosi sekolah.

Membentuk ciri khas positif dan mengejar prestasi yang berarti terus memberikan konten positif kepada masyarakat serta fokus pada prestasi – prestasi apa saja yang diraih oleh siswa – siswa dan sekolah. Dokumentasi dan Publikasi yang menarik yang berarti peserta yang juga selaku perwakilan sekolah harus selalu mendokumentasikan apapun di setiap kegiatan, seperti lomba, atau kegiatan2 pembelajaran yang kemudian mempublikasikan melalui media digital. Personal Branding is corporate branding yang berarti setiap sivitas akademik dalam sekolah tersebut adalah pelaku brandng, misalnya dari kepala sekolah, guru, tenaga TU, siswa siswa, wali murid dan alumni, mereka memiliki afiliasi dari sekolah. Pemanfaatan Teknologi yang berarti setiap peserta wajib bijak dalam memanfaatkan teknologi dan mengikuti perkembangan teknologi. Menciptakan Alumni yang memiliki Value yang berarti peserta sebagai guru harus aktif melibatkan siswa dalam perlombaan yang diadakan oleh pihak – pihak terkait guna menciptakan lulusan yang memiliki value.



Gambar 1. Strategi Branding School

Membuat Perencanaan produksi konten

Pada sesi ini, peserta diberikan materi seputar pemahaman bagaimana menjadi seorang content creator, prinsip – prinsip serta perencanaan produksi video. Selanjutnya peserta kami beri waktu untuk praktik pembuatan naskah atau script untuk VO sebuah konten video. Materi pertama tentang bagaimana menjadi seorang content creator yang diawali dari mindset bahwa tidak ada yang instan dalam menjadi seorang content creator. Peserta dihimbau untuk tetap konsisten dalam membuat konten untuk memupuk engaged audience dari *like, comment, share viewers* dan *followers*.

Selain itu mindset kedua adalah berbagi dan berkontribusi, berbagi disini merupakan kewajiban sebagai seorang content creator untuk membagikan informasi yang positif tentang pembelajaran dan aktivitas sekolah untuk berkontribusi pada pengetahuan masyarakat luas. Mindset ketiga adalah berhati – hati dalam membuat konten karena konten – konten yang telah di unggah pada media digital merupakan asset digital.

Materi selanjutnya adalah perencanaan konten. Dalam perencanaan konten peserta mendapatkan trik untuk mencari ide konten melalui 5W + 1H dan dari jenis – jenis konten. Jenis yang pertama tentang video perkenalan didalamnya berisi perkenalan sekolah, perkenalan guru dan tenaga kependidikan, perkenalan fasilitas sekolah. Jenis yang kedua tentang rekomendasi didalamnya berisi rekomendasi mainan anak, rekomendasi buku anak, rekomendasi bekal anak sekolah dll. Jenis yang ketiga berisi kegiatan sehari – hari berisi video tentang kegiatan pembelajaran, dari awal masuk sekolah KBM saat dikelas, kegiatan saat hari – hari penting dan kegiatan lomba yang diikuti. Selanjutnya peserta mendapatkan pelatihan cara penulisan script dengan standar format script mulai dari prologue, bumper, opening, main content, closing dan CTA.



3 Manfaat Script

1. Struktur Konten Video **Lebih Rapi**
2. **Meningkatkan Konsep dan Ide** Konten Video
3. **Membangun Kepercayaan Diri** saat Shooting

Gambar 2. Manfaat script

Produksi Editing dan Publikasi Konten

Pada Materi ini peserta mendapatkan pengetahuan tentang workflow produksi konten baik untuk konten umum ataupun konten pariwisata sesuai dengan project akhir, pemahaman persiapan seperti menentukan crew, cast, art, wardrobe, lokasi dan properti, dan instalasi perangkat seperti lighting, kamera, microphone dan tripod. serta aplikasi untuk produksi konten video, setting video, pengoperasian kamera smartphone, teknik videografi, cara berbicara di depan kamera, serta kesalahan saat produksi video. Peserta mendapat pengetahuan seputar persiapan produksi video untuk tugas project akhir nanti. Seperti teknik pergerakan kamera Dolly, Pedestal, truck, pan, tilt, roll.



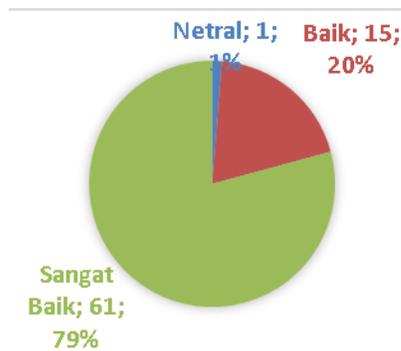
Gambar 3. Materi tentang 6 teknik pergerakan kamera

Selanjutnya adalah materi tentang editing video, disini peserta mendapat materi tentang teknik dan cara editing yang simpel dan sederhana hanya dengan melalui handphone masing – masing peserta.



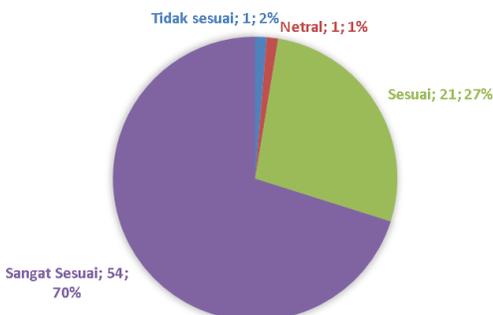
Evaluasi Program

- a. Keaktifan Instruktur Membimbing dan Membantu Peserta dalam Pemahaman Materi serta Praktik didalam Kelas



Gambar 6. Grafik Keaktifan Instruktur

b. Relevansi materi pelatihan



Gambar 7. Grafik relevansi materi

PENUTUP

Dari keseluruhan uraian di atas, dapat disimpulkan, bahwa untuk Kegiatan Pelatihan Branding Satuan Pendidikan Berbasis IT yang diselenggarakan oleh IGTKI-PGRI, BPSDMP Kominfo Surabaya dan Stikosa-AWS berjalan dengan lancar. Terlihat dari konten – konten yang dihasilkan oleh para peserta yang kreatif dan inovatif. Serta keaktifan peserta dalam tanya jawab dengan instruktur ketika pelatihan berlangsung. Harapannya setelah mengikuti pelatihan ini dapat mengaplikasikan dengan membuat konten dengan membranding produk sekolah dan akifitas di dalamnya siswa dan gurunya di publikasikan di media sosial. Dengan begitu nama sekolah akan dikenal masyarakat, yang akan berdampak pada peningkatan pendaftar siswa baru serta kesejahteraan guru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana atas dukungan berbagai pihak. Persembahan terima kasih disampaikan kepada Balai Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dan Pelatihan (BPSDMP) Kominfo Surabaya, IGTKI-PGRI Sidoarjo, Seluruh Pemerintah Kabupaten/Kota serta Dinas-dinas terikait di masing-masing wilayah sasaran program.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilyantini, P., & Oktarina, R. A. (2015). STRATEGI DESTINATION BRANDINGDESA WISATA BENDOSARI. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 3(2), 34–48.
- Arif, A. (2022). Workshop Digitalisasi Pariwisata Desa Bantuan Kabupaten Lahat. *FORDICATE*, 1(2), 115–123.
- Aziz, M. S. (2019). Sosial Media Sebagai Sumber Informasi Dan Dakwah Jamaah Majelis Sholawat Albanjari Koordinator Kecamatan Waru. *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(2), 17–32.
- Indrasari, M., & Kartini, I. A. N. (2021). *Karakteristik Sumber Daya Manusia Era Digital (Perspektif Kepemimpinan, Motivasi dan Etos Kerja)* (Fitri (ed.); 1st ed.). Zifatama Jawa. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=_eW006cAAAAJ&s



ortby=pubdate&citation_for_view=_eW006cAAAAJ:PELIpwtuRlgC

- Indrawan, F. A., Oktarina, R. A., & Kristiyono, J. (2022). Peendorsement Akun Instagram@TasyaFarasya Terhadap Minat Beli Pengikutnya. *DIGICOM: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(2), 43–53.
- Kristiyono, J., Ida, R., Wirawan, I. B., & Mayastuti, M. (2022). The Chronicle of Digital (Media) Arts in Contemporary Indonesia: The Shifting of Focus Toward Society 5.0. *Technium Social Science Journal*, 34(34), 271–282. file:///C:/Users/Adhi Prasnowo/Downloads/6976-Article Text-23397-1-10-20220808.pdf
- Majid, N. W. A., Fauzi, A., Sari, D. P., Ridwan, T., Widodo, S., Meyriska, N., Al Adawiyah, R. A., & Nurunnisa, M. (2022). Pengembangan Keterampilan Digital Content Creator Pelajar Tingkat Menengah Atas di Kabupaten Purwakarta. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(2), 283–291.
- Nur, J. I. K. A., Anwar, M., Ramadhan, I. B., Mardiyanti, A. D., Nugroho, N. L., & Oktarina, R. A. (2022). Optimalisasi Media Promosi Objek Wisata Pantai Kutang Lamongan Jawa Timur. *Prapanca: Jurnal Abdimas*, 2(1), 51–60.
- Woelandari, D. S., & Setyawati, N. W. (2019). Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Berbasis Digital Dengan Menggunakan Media Sosial Facebook dan Instagram Bagi Industri Rumahan di RT 005/Rw 001, Kel. Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi. *Prosiding Seminar Nasional SANTIKA Ke-1 2019*, 62–67.
- Yanti, D. (2019). Analisis strategi pengembangan digital tourism sebagai promosi pariwisata di Toba Samosir. *Jurnal Darma Agung*, 27(1), 814–821.