

PKM PELATIHAN GURU TAMAN KANAK-KANAK SEBAGAI UPAYA PENCITRAAN SEKOLAH UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK BARU DI KELURAHAN KEDUNG BARUK

Mega Pandan Wangi, Ira Puspasari, Weny Indah Kusumawati
Universitas Dinamika Surabaya

Abstrak: TK Islam Mutiara berdiri diawali dari terbentuknya Yayasan Pendidikan Islam Jiwa Nala dikenal dengan Yayasan Jiwanala. TK Islam Mutiara adalah lembaga swasta yang berdiri sejak tahun 1990. Berdasarkan *spread-sheet* (data) yang ada, dapat dilihat penerimaan siswa baru selama tiga tahun terakhir di TK Islam Mutiara Surabaya mengalami penurunan. Hal ini dapat disebabkan oleh banyak hal, seperti banyaknya taman kanak-kanak di setiap kecamatan, jarak taman kanak-kanak dengan tempat tinggal, besarnya biaya pendidikan, strategi promosi, dan faktor lain. Pada program kemitraan masyarakat ini bahasannya akan difokuskan pada strategi promosi. Selama ini promosi yang dilakukan oleh TK Islam Mutiara Surabaya melalui penyebaran brosur, media sosial (Instagram), dan website. Namun website yang tersedia jarang diperbarui isi berita tentang sekolahnya. Program kemitraan masyarakat ini mengatasi kesulitan yang berkenaan dengan kegiatan promosi TK Islam Mutiara Surabaya khususnya promosi pada media sosial Instagram, di mana dengan menggunakan media sosial ini sekolah dapat menampilkan video tentang profil sekolah. Pembuatan video profil sekolah ini, ditunjang dengan guru pengajar yang memiliki telepon genggam sehingga dapat membantu proses pembuatan video profil sekolah, yang pada akhirnya dapat membantu mempromosikan TK Islam Mutiara Surabaya. Hasil yang didapat antara lain naskah tentang profil sekolah TK, pengetahuan tentang proses produksi video profil sekolah menggunakan telepon genggam dengan aplikasi Viva Video. Hasil jadi video profil sekolah dapat digunakan sebagai media promosi. Dengan terselesaikannya program kemitraan masyarakat ini, para peserta pelatihan menghendaki pelatihan lanjutan untuk mengembangkan diri di bidang pengembangan video pembelajaran.

Kata kunci: TK Islam Mutiara Surabaya, profil sekolah, video profil

1. PENDAHULUAN

Taman kanak-kanak adalah salah satu bentuk satuan pendidikan anak usia dini pada jalur pendidikan formal yang menyelenggarakan program pendidikan bagi anak usia empat tahun sampai enam tahun. Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa taman kanak-kanak adalah pendidikan usia dini yang bertujuan untuk membina tumbuh kembang anak usia lahir sampai enam tahun secara menyeluruh. Hal tersebut mencakup: aspek fisik dan nonfisik,

dengan memberikan rangsangan bagi perkembangan jasmani, rohani, motorik, akal pikiran, emosional, dan sosial yang tepat agar anak dapat tumbuh dan berkembang secara optimal serta menghubungkan antara pendidikan keluarga dengan pendidikan sekolah.

TK Islam Mutiara adalah lembaga swasta yang berdiri sejak tahun 1990 dengan No. SK Pendirian dari Dinas Pendidikan Kota Surabaya 1105/I04.1/I/1991 dan diakreditasi pada tahun 2004 dengan akreditasi "B". Izin perpanjangan penyelenggaraan TK Islam Mutiara dikeluarkan

*Corresponding Author.
e-mail: pandan@dinamika.ac.id

oleh Dinas Pendidikan Kota Surabaya No. 421.1/5072/436.7.1/2019. Nomor statistik sekolah (NSS) 002.056.001.022, Nomor Pokok Sekolah Nasional (NPSN) 20561713. Beberapa aktivitas yang terdapat pada TK Islam Mutiara, antara lain: *cooking class*, yaitu anak mengenal alat-alat memasak, memiliki tanggung jawab terhadap diri sendiri dan orang lain dengan berhati-hati terhadap benda-benda yang berbahaya (sosial emosional), mencuci tangan untuk kebersihan dan kesehatan (fisik motorik), pembiasaan membaca doa sebelum dan sesudah makan (nilai moral dan agama), melatih mandiri dengan melakukannya kegiatan makan dan minum sendiri (fisik motorik). Mengenal profesi, yaitu anak mengenal profesi (gambar polisi), melatih motorik halus (mewarnai), memiliki nilai sosial (saling menolong), dan mengenal warna.

Mengenal huruf hijaiyah, yaitu mengenal huruf hijaiyah (kha'), mengenal dan menghafal bentuk huruf, mewarnai dengan cat air menggunakan kuas (motorik halus), mengenal nama-nama alat melukis, serta sabar menunggu giliran pembagian cat air (sosial emosional). Mengenal bentuk, yaitu mengenal bentuk segiempat, lingkaran, dan segitiga, menempel potongan kertas lipat sesuai bentuk gambar (kognitif), merapikan alat-alat yang telah dipakai dan mengembalikannya pada tempatnya (sosial emosional), mengenal warna, dan membedakan bentuk geometris tertentu berdasar warnanya. Makan bersama, yaitu anak mengenal jenis makanan pokok, mengenal empat sehat lima sempurna, pembiasaan membaca doa sebelum dan sesudah makan, mengenal bersyukur akan nikmat Allah (nilai moral dan agama), belajar menyiapkan makanan sendiri, belajar makan sendiri (fisik motorik), sabar menunggu giliran, dan tertib dalam melaksanakan kegiatan (sosial emosional).

Data siswa yang ada di TK Islam Mutiara Surabaya selama tiga tahun terakhir, yaitu tahun 2017–2018, untuk TK Kelompok B sebanyak 25 siswa dan untuk TK Kelompok A sebanyak 25 siswa. Tahun 2018–2019, untuk TK Kelompok B sebanyak 19 siswa dan untuk TK Kelompok A sebanyak 14 siswa. Tahun 2018–2019, untuk TK Kelompok B sebanyak 9 siswa dan untuk TK Kelompok A sebanyak enam siswa. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa penerimaan siswa baru selama tiga tahun terakhir di TK Islam Mutiara Surabaya mengalami penurunan. Hal ini dapat disebabkan oleh banyak hal, seperti banyaknya taman kanak-kanak di setiap kecamatan, jarak taman kanak-kanak dengan tempat tinggal, besarnya biaya pendidikan, strategi promosi, dan lain-lain. Pada program kemitraan masyarakat ini bahasannya akan difokuskan pada strategi promosi. Promosi merupakan kegiatan sebuah perusahaan untuk mengomunikasikan sebuah manfaat, agar konsumen membeli baik produk maupun jasanya (Dzikriani & Khabibah, 2018).

Selama ini promosi yang dilakukan oleh TK Islam Mutiara Surabaya melalui penyebaran brosur, media sosial (Instagram), dan website. Media sosial saat ini memang banyak digunakan untuk komunikasi, tetapi dengan perkembangannya media sosial merupakan komunikasi massa yang memungkinkan sebuah perusahaan berkomunikasi dengan masyarakat umum (Soelistyowati, 2018). Sebagai salah satu media komunikasi, website yang tersedia tidak pernah diperbarui isi berita tentang sekolah sehingga diperlukan strategi promosi lain. Strategi promosi lain adalah membuat profil sekolah seperti pada penelitian sebelumnya, perancangan media video profil dapat meningkatkan penjualan dan informasi kepada masyarakat tentang escalator (Rifai, 2018). Promosi merupakan salah satu cara pema-

saran, di mana setiap pemasaran harus memiliki strategi tertentu yang disebut dengan *story telling*. Dalam *story telling*, terdapat tujuh pilar yang akan dibuat menyusun gaya cerita tentang deskripsi sebuah objek untuk dimengerti masyarakat awam berupa tulisan, gambar, maupun suara (Trisakti & Alifahmi, 2018). Pembuatan video profil memiliki beberapa tujuan, yaitu penjelasan yang mengangkat *corporate value* (nilai-nilai dari sebuah perusahaan berdasarkan sejarah berdirinya, kinerja, visi-misi dari perusahaan, serta struktur organisasinya. tujuan lain dari pembuatan video profil adalah penjelasan tentang *product value* (nilai produk yang dihasilkan dari sebuah perusahaan berdasarkan nilai-nilai *mix marketing* (Fitriyanti, 2016).

Secara garis besar, bantuan perlu diberikan terhadap kesulitan yang berkenaan dengan kegiatan promosi TK Islam Mutiara Surabaya khususnya promosi pada media sosial Instagram, di mana dengan menggunakan media sosial ini sekolah dapat menampilkan video tentang profil sekolah. Proses pembuatan video profil ini menerapkan rancangan multimedia, dalam perancangannya dibutuhkan sebuah struktur aplikasi, dengan menggunakan struktur tersebut perancangan multimedia menjadi lebih mudah (Saftanto, 2013). Penerapan aplikasi sederhana telah dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi Viva Video. Penelitian sebelumnya telah menerapkan Viva Video untuk pembuatan video: pengenalan kepada wisatawan rumah Soekarno di Bengkulu, memperkenalkan teman, pengenalan kepada wisatawan Fort Marlborough, serta interview pekerjaan dan kehidupan sehari-hari dengan durasi video 4–8 menit (Puspa, 2016).

Penelitian lainnya menerapkan Viva Video sebagai media aplikasi pembelajaran untuk identifikasi alur cerita, babak, serta konflik didapatkan hasil berupa pengaruh baik dan signifikan

dalam penggunaannya (Audina, 2019). Aplikasi Viva Video didesain untuk membuat dan mengedit video, pada penelitian pengembangan video pembelajaran bahasa inggris, para guru juga telah menerapkan aplikasi ini untuk membuat bahan ajar menyampaikan materi (Noormaliah, 2017). Pembuatan video profil sekolah ini ditunjang dengan guru pengajar yang memiliki telepon genggam sehingga dapat membantu proses pembuatan video profil sekolah, yang pada akhirnya dapat membantu mempromosikan TK Islam Mutiara Surabaya.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan pembuatan video profil sekolah ini menggunakan aplikasi Viva Video, dilaksanakan dengan metode ceramah dan praktik.

Pelaksanaan PKM

Kegiatan PKM Pelatihan Guru Taman Kanak-Kanak sebagai Upaya Pencitraan Sekolah untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru di Kelurahan Kedung Baruk ini telah dilaksanakan pada tanggal 12–15 Oktober 2020, dilaksanakan sebanyak empat pertemuan di TK Islam Mutiara Surabaya, serta masing-masing pertemuan selama enam jam.

Sasaran Pelaksanaan PKM

Pelatihan ini terdiri dari lima guru Taman kanak-kanak. Tim pelatihan ini terdiri tiga orang, satu orang dosen produksi film dan televisi, dua orang dosen teknik komputer, dan tiga mahasiswa. Pada pelatihan ini telah dilatih para guru dengan harapan penggunaan alat dan aplikasi sederhana mampu untuk membuat video yang berkualitas untuk media promosi.

Waktu Kegiatan dan Lokasi PKM

Program kemitraan masyarakat ini dilaksanakan di Islam Mutiara Surabaya, beralamat di Jalan Raya Kedung Asem No. 125 Surabaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil PKM Hari Pertama

Materi: mengenalkan seri telepon genggam yang akan digunakan pada produksi video profil sekolah; pengenalan produksi video; dan tahap pra-produksi. Mengenalkan konsep penting video profil, di mana video profil ini menggambarkan runtutan sejarah, perkembangannya, tujuan sebuah organisasi. Terdapat perbedaan dalam penyusunan video profil, secara format, sesingkatnya terdiri dari satu halaman penyampaian atau beberapa halaman. Hal yang terpenting adalah informasi penting yang tersampaikan (Budiarto, Bella, & Yuliania, 2018). Serta mengenalkan macam-macam teknik dalam pengambilan gambar dan video. Pembuatan naskah yang diajarkan narasi dalam video company profil sekolah. Aktivitas peserta: tanya jawab seputar permasalahan yang bersangkutan dan berlatih membuat naskah video. Hasil: naskah video yang telah diperbarui dan disetujui bersama. Gambar 1 merupakan aktivitas kegiatan PKM pada hari pertama.



Gambar 1 Kegiatan PKM Hari Pertama
Sumber: dokumen pribadi redaksi

Hasil PKM Hari Kedua

Materi: memberikan pelatihan mengenai tahapan pra produksi. Mengenalkan istilah-istilah dalam pembuatan video dan tata urutan dalam melaksanakan pengambilan gambar. Dalam pembuatan rancangan video profil langkah awal yang sangat penting adalah pembuatan *storyboard* yang merupakan acuan tahapan implementasi (Kausar, Sutiawan, & Rosalina, 2015). Sebelum pembuatan storyboard, perlu dipersiapkan dengan tepat lokasi dan gambar yang akan diambil untuk *shooting*. *Storyboard* ini juga mendukung proses pembuatan video Profil Brand Identity Band Cool and the Gang, yang berdurasi 1:19 detik (Wirawan, Pratiwi, & Utami, 2019). Aktivitas peserta: membuat rancangan tempat dan objek yang akan didokumentasikan.

Hasil: script yang dihasilkan dari dua buah kelompok. Gambar 2 merupakan aktivitas kegiatan PKM pada hari kedua. Gambar 3 adalah hasil naskah video yang telah disepakati.

Hasil PKM Hari Ketiga

Materi: penjelasan tentang media editing video menggunakan aplikasi Viva Video. Aktivitas peserta: pengambilan gambar dan video di tempat-tempat dan objek yang telah ditentukan pada pertemuan sebelumnya. Serta menyiapkan





Gambar 2 Kegiatan PKM Hari Kedua

Sumber: dokumen pribadi redaksi

TK Islam Mutiara berdiri sejak tahun 1991, berlokasi di jalan raya kedung asem nomor 125 rungkut surabaya. TK Islam Mutiara adalah tempat pendidikan anak usia dini terbaik yang berbekal pengalaman kurang lebih 30 tahun, atas naungan Yayasan Jiwa Nala Surabaya

Dengan mengangkat visi yang ~~simpel~~ dan hasil output yang bermakna untuk anak-anak di masa depan. Visi Islami, Mandiri, Dan Sinerji. Misi memperdalamkan budaya islam dan karakter mandiri untuk membangun generasi yang dapat saling mengisi sehingga menghasilkan karya yang bermanfaat dan berkualitas

TK Islam Mutiara yang memiliki luas kurang lebih 90m² mempunyai fasilitas pendukung yang memadai yang dapat menunjang kegiatan belajar-mengajar diantaranya kelas ber AC, permainan indoor dan outdoor, mushola, ruang musik, perpustakaan yang nyaman dan serta ~~balon~~ yang lebar untuk berbagai macam kegiatan

Metode pembelajaran yang digunakan adalah sentra atau BCCT yang mana ada sentra persiapan, seni kreativitas, balok, memasak dan bahan alam. Ada beberapa ekstrakurikuler di antaranya bahasa inggris, ~~drum~~ band, seni tari, seni vocal dan seni lukis. Sedangkan intrakurikuler ada baca tulis al quran, hafalan surat pendek dan doa sehari-hari, mini outbound dan seni peran. Selain itu program unggulan yang ada di tk islam mutiara ada renang, field trip, outing dan cooking class

Selain program belajar mengajar ada program penitipan atau *Day Care*, ~~dan~~ mulai pukul 12.00-15.30 jam per harinya. Dengan adanya tempat tidak yang nyaman dan pengaruh ~~dan~~ ^{dan} pelajaran yang sebaik sang pengajar yang profesional orang tua tidak perlu khawatir ~~tra~~ jauh dari anak.

Percayakan masa golden age anak anda bersama tk islam mutiara

Gambar 3 Hasil Naskah

Sumber: dokumen pribadi redaksi



Gambar 4 Kegiatan PKM Hari Ketiga

Sumber: dokumen pribadi redaksi

media edit video (Viva Video). Hasil: beberapa video dan gambar yang siap diedit. Gambar 4 merupakan aktivitas kegiatan PKM pada hari ketiga. Gambar 5 adalah hasil gambar yang telah dihasilkan.



Gambar 5 Hasil Dokumentasi Bahan Video
Sumber: dokumen pribadi redaksi

Hasil PKM Hari Keempat

Materi: pemantapan editing video, diskusi, dan *finishing* hasil video. Aktivitas peserta: melanjutkan penggerjaan editing video. Hasil: video profil sekolah yang mengenalkan sejarah, visi-misi, serta pengenalan pembelajaran dan fasilitas sekolah. Gambar 6 merupakan aktivitas kegiatan PKM pada hari ketiga.

Faktor Penunjang dan Penghambat Kegiatan PKM

Faktor penunjang dalam kegiatan pelatihan antara lain: dukungan dari pihak universitas, berupa ketersediaan modul, dan aplikasi berlisensi. Pendukung lainnya adalah ketersediaan SDM yang melibatkan tiga dosen dan tiga mahasiswa yang membantu. Hambatan yang terjadi adalah pengenalan istilah-istilah dan langkah-langkah dalam lingkup multimedia dan perfilman yang merupakan hal baru sehingga menyebabkan waktu penyelesaian yang kurang tepat. Namun hal ini bukanlah hambatan yang cukup berarti.

Evaluasi

Sebagai umpan balik dari hasil program kemitraan masyarakat, tim memberikan angket untuk diisi oleh para peserta pelatihan. Berdasarkan hasil angket yang telah diisi oleh lima peserta pelatihan didapatkan hasil angket pada Tabel 1.



Gambar 6 PKM Hari Keempat
Sumber: dokumen pribadi redaksi

Tabel 1 Hasil Angket Program Kemitraan Masyarakat

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Materi dapat menambah wawasan tentang penggunaan Viva Video untuk membuat video profil sekolah	100%			
2	Materi PKM diberikan secara interaktif	80%	20%		
3	Pelatihan dapat meningkatkan keterampilan dan kemampuan penggunaan Viva Video untuk membuat video profil sekolah dengan menggunakan telepon genggam	80%	20%		
4	Tim penyaji materi PKM menyampaikan materi secara jelas dan mudah dimengerti	60%	40%		
5	Suasana belajar yang baik mampu disajikan oleh Tim penyaji materi PKM	60%	40%		
6	Proses pembelajaran saat pelatihan didukung oleh sarana yang memadai	40%	60%		
7	Konsumsi yang diberikan saat PKM telah mencukupi	100%			
8	Peningkatan kemampuan individu dan kelompok setelah pelatihan PKM	40%	60%		
9	Perlu diadakan pelatihan lanjutan untuk pendalaman materi Viva Video untuk membuat video profil sekolah dengan menggunakan telepon genggam	40%	60%		

Sumber: dokumen pribadi redaksi

Keterangan: SS merupakan pernyataan untuk responden Sangat Setuju, S: Setuju, TS: Tidak Setuju, STS: Sangat Tidak Setuju.

Kesimpulan dari hasil angket bahwa materi dapat menambah wawasan guru untuk memaksimalkan fungsi telepon genggam sebagai perangkat untuk pembuatan video profil company dengan Viva Video. Pelatihan diberikan secara interaktif, didukung oleh sarana dan prasarana memadai serta terdapat masukan untuk pendalaman materi tentang penggunaan Viva Video.

4. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Dinamika atas dukungan terhadap program kemitraan masyarakat berupa hibah program kemitraan masyarakat internal institusi dan TK Islam Mutiara Surabaya sebagai mitra yang telah bersedia bekerjasama dengan baik. Terima kasih atas bantuan beberapa mahasiswa, antara lain: Shella Kartika Artha, Mochammad Syahdan, dan Seno Bandu Rukmoro berupa

bantuan sebagai pembantu lapangan dalam proses program kemitraan masyarakat ini.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan guru taman kanak-kanak sebagai upaya pencitraan sekolah untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru di Kelurahan Kedung Baruk, telah selesai sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Materi yang disampaikan pada pelatihan ini antara lain pengenalan seri telepon genggam yang akan digunakan pada produksi video profil sekolah; produksi video; dan tahap pra-produksi serta mengenalkan macam-macam teknik dalam pengambilan gambar dan video. Penjelasan tentang media editing video menggunakan aplikasi Viva Video. Materi ini disampaikan dengan metode ceramah dan diskusi dua arah serta praktik, sampai dengan editing sederhana video selesai. Terdapat indikator keberhasilan dalam

pelatihan pembuatan video profil company ini, yaitu peserta mampu mengikuti pelatihan dan menghasilkan video profil TK. Peserta merasa puas dengan kegiatan pelatihan dan memberikan masukan berupa pelatihan lanjutan untuk pengembangan video dalam bidang media pembelajaran. Harapan untuk program kemitraan masyarakat ke depannya adalah mempertahankan kerjasama dan meningkatkan kerjasama dengan sekolah-sekolah lain untuk memperluas relasi dalam menerapkan iptek kepada masyarakat.

6. DAFTAR RUJUKAN

Audina, N. (2019). *Pengaruh Media Aplikasi Viva Video Terhadap Kemampuan Mengidentifikasi Alur Cerita, Babak Demi Babak, dan Konflik dalam Drama oleh Siswa Kelas XI SMA Negeri 13 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020*. Medan: Universitas Negeri Medan.

Budiarto, M., Bella, U., & Yuliania, N. (2018). Media Promosi dan Informasi pada PT Gardena Karya Berbentuk Video Company Profil. *Cyberpreneurship Innovative and Creative Exact and Social Science*, 4(2), 217–227.

Dzikriani, D. J. & Khabibah, U. (2018). Perancangan Video Iklan Berbasis Multimedia Marketing di Media Sosial YouTube dengan Menggunakan Sony Vegas 13.0 dan Adobe After Effect Cc sebagai Media Promosi di Bvgil Gelato and Friend Malang. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 390–394.

Fitriyanti, D. A. (2016). Perancangan Company Profil dan Media Promosi Pariwisata Pabrik Gula Cepiring Kabupaten Kendal. *Arty: Journal of Visual Arts*, 5(1), 1–9.

Kausar, A., Sutiawan, Y. F., & Rosalina, V. (2015). Perancangan Video Company Profil Kota Serang dengan Teknik Editing Mengguna-kan Adobe Premier Pro CS 5. *Jurnal PRO-SISKO*, 2(1), 19–26.

Noormaliah, N. (2017). Viva Video Development Using Local Wisdom for Improving the Quality of English Learning. *5th South East Asia Development Research (SEA-DR) International Conference* (pp. 146–149). Banjarmasin: Atlantis.

Puspa, A. (2016). Student-Made Video Project to Enhance Students' Learning Experience. *Proceedings of the Fourth International Seminar on English Language and Teaching (ISELT-4)* (pp. 69–79). Padang: Universitas Negeri Padang.

Rifai, D. (2018). Pembuatan Video Profil Sekolah sebagai Penunjang Informasi dan Promosi pada PT Daiichi Elevator Indonesia. *Technomedia Journal (TMJ)*, 3(1), 98–109.

Saftanto, S. D. (2013). Pembuatan Video Company Profil pada Sekolah Menengah Atas Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Seruni (Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika dan Komputer)* (pp. 242–245). Surakarta: FTI UNSA.

Soelistyowati, R. D. (2018). Peran Youtube dalam Membangun Brand Image bagi Pengguna Aplikasi Go-Jek (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Youtube dalam Komunikasi Pemasaran Online bagi Pengguna Aplikasi Go-Jek tentang Iklan Promo Gojek versi Kamu). *Conference on Dynamic Media, Communications, and Culture* (pp. 165–176). Bekasi: President Communication Studies.

Trisakti, F. A. & Alifahmi, H. (2018). Destination Brand Storytelling: Analisis Naratif Video The Journey to a Wonderful World Kementerian Pariwisata. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1), 73–86.

Wirawan, D., Pratiwi, P., & Utami, B. S. (2019). Perancangan Brand Identity Band Cool and the Gang. *Jurnal Imajinasi*, 13(1), 57–68.