

PENGEMBANGAN MEDIA ONLINE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI DAN PROMOSI YAYASAN PUTRA FITRI

Agus Hitopa Sukma¹, Erita Riski Putri², Iswahyu Pranawukir³, Sylvia Kartika
Dhamayanti⁴, Nur Desilawati⁵
Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 Jakarta, Indonesia
e-mail: agushitopa@gmail.com

ABSTRAK

Pemanfaatan media baru dalam komunikasi menunjukkan suatu bentuk interaksi yang memiliki nilai tambah. Dengan melatih keterampilan komunikasi melalui media *online* akan berkembang gagasan kreatif dan inovatif, terutama untuk promosi. Hal inilah target kegiatan pengabdian kepada para pengajar di Yayasan Putra Fitri/sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede. Oleh sebab itu, tujuan kegiatan adalah memberikan bekal keterampilan literasi digital penggunaan media *online* dan kemampuan menulis menggunakan media komputer atau gawai pintar kepada para pengajar Yayasan Putra Fitri/sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede agar mampu meningkatkan daya kreatif dan inovatif dalam membuat promosi. Bentuk kegiatan adalah penyuluhan dan pelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan media online berupa website, media sosial dan aplikasi mobile memberikan dampak positif dalam meningkatkan interaksi antara sekolah dan orang tua murid, publik dan stakeholder terkait serta meningkatkan minat masyarakat untuk mendaftarkan anak mereka di Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya pemanfaatan media online sebagai sarana komunikasi dan promosi dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan anak usia dini.

KATA KUNCI: PAUD, An-Nabil, Digital, Website, Sosial Media.

ABSTRACT

The use of new media in communication shows a form of interaction that has added value. By training in communication skills through online media, creative and innovative ideas will develop, especially for promotions. This is the target of service activities for teachers at the Putra Fitri Foundation/An-Nabil Bojonggede PAUD school. Therefore, the aim of the activity is to provide digital literacy skills in using online media and the ability to write using computer media or smart devices to the teachers of the Putra Fitri Foundation/An-Nabil Bojonggede PAUD school so that they can increase their creative and innovative abilities in carrying out promotions. The form of activity is counseling and training. The results of the activity show that the development of online media in

the form of websites, social media and mobile applications has had a positive impact in increasing interaction between schools and parents, the community and related stakeholders as well as increasing community interest in registering their children at An-Nabil Bojonggede PAUD School. The implication of this research is the importance of using online media as a means of communication and promotion in improving the quality of early childhood education services.

KEYWORDS: PAUD, An-Nabil, Digital, Website, Social Media.

Accepted: June 19 2023	Reviewed: July 30 2023	Published: February 29 2024
---------------------------	---------------------------	--------------------------------

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun nonverbal antara pengirim pesan (komunikator) dengan penerima pesan (komunikan) untuk mengubah tingkah laku (Faishol, 2018; Pranawukir, Putri, et al., 2023; Warsah et al., 2020). Pengirim pesan dapat berupa seorang individu, kelompok, atau organisasi. Begitu juga halnya dengan penerima pesan dapat berupa seorang anggota organisasi, seorang kepala bagian, pimpinan, kelompok orang dalam organisasi atau organisasi secara keseluruhan. Istilah proses komunikasi dapat disampaikan bahwa komunikasi itu berlangsung melalui tahap-tahap tertentu secara terus-menerus, berubah-ubah, dan tidak henti-hentinya. Proses komunikasi merupakan proses yang timbal balik karena antara pengirim pesan dan penerima pesan yang dapat saling memengaruhi satu sama lain. Komunikasi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja termasuk dalam proses belajar mengajar, proses pengenalan pribadi, bahkan menyampaikan pesan kepada khalayak publik (Fadhli, 2021; Rahman, 2015).

Penyampaian pesan dalam proses komunikasi bertujuan untuk menyampaikan pesan secara efektif dan dapat dengan mudah dipahami oleh penerima pesan, terlebih lagi penerima pesan tersebut bukan individu semata tetapi komunitas atau khalayak yang lebih besar lagi, memerlukan sebuah kemampuan komunikasi yang berbeda sekedar interpersonal *skill*. Kemampuan ini biasanya dimiliki oleh seorang hubungan masyarakat atau dikenal dengan *Public Relations* (PR) dan seorang komunikasi pemasaran (Nimah, 2022). Kegiatan yang dilakukan oleh salah satunya adalah menyusun strategi komunikasi untuk memberikan pesan yang jujur dan objektif dalam bentuk publikasi atau komunikasi persuasif kepada stakeholdernya untuk memelihara reputasi institusi dalam hal ini Yayasan Putra Fitri/sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede memberikan pemahaman terhadap misi dan visi institusi, serta membangun interaksi komunikasi dengan publiknya.

Kondisi tersebut sesuai dengan definisi dalam PR yang merupakan suatu fungsi manajemen yang menciptakan dan memelihara komunikasi, pengertian, dukungan dan kerja sama antara suatu perusahaan dengan publiknya sehingga tercipta situasi saling memperoleh manfaat. Selain membangun komunikasi yang persuasif, tenaga PR juga perlu membangun kepercayaan publik sehingga komunitas atau masyarakat akan tergugah untuk mengikuti pola komunikasi yang disajikan, hingga turut melakukan aksi selanjutnya (Basit & Rahmawati, 2018).

Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede merupakan penyelenggara pendidikan formal berupa sekolah bagi anak-anak PAUD. Institusi ini hadir untuk membantu dalam mengedukasi masyarakat bahwa anak-anak PAUD dapat berinteraksi dan bersosialisasi. Selain itu sekolah ini juga membantu membangun kesadaran berkomunikasi bagi anak-anak tersebut dan juga orang tua/wali dari anak-anak yang datang ke sekolah. Kegiatan ini tidak saja membutuhkan tenaga pengajar, pengurus, tetapi juga anggaran untuk tetap dapat beroperasi dan memberikan sarana dan prasarana pendidikan.

Hal ini yang perlu menjadi perhatian khusus, bahwa Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede tersebut perlu untuk melakukan promosi untuk mendapatkan bantuan, baik dalam bentuk dana anggaran, donasi, ataupun bantuan fisik lainnya untuk memastikan keberlangsungan operasional. Upaya yang dapat dilakukan memberikan pelatihan menulis pada media *online* bagi para pengajar agar dapat menyampaikan pesan-pesan persuasif melalui media *online*, dimana dampak dari komunikasi melalui media *online* lebih luas ketimbang dilakukan menggunakan media tradisional. Terutama dengan jumlah populasi pengguna internet di Indonesia berjumlah 191 (Seratus Sembilan puluh satu) juta pengguna per Januari 2022 yang dilansir dari laman *dataindonesia.id* dan jenis media sosial yang paling banyak digunakan salah satunya adalah *platform* Instagram (Kusuma & Sugandi, 2019).

Tidak hanya keterampilan dan kompetensi komunikasi verbal dalam bentuk tulisan di media *online* yang turut diajarkan dan dilatih, tetapi bagaimana beretika dalam menulis dan membuat pesan yang baik. Salah satu karakteristik komunikasi dipengaruhi proses komunikasi terhadap etika seperti yang disampaikan oleh (Junaedi & Sukmono, 2020), media sosial memungkinkan para penggunanya memproduksi, menyebarkan, dan mengonsumsi pesan bersifat masif. Chang dalam Junaedi (2019) dalam (Al-Hakim & Bachtiar, 2021) menyampaikan bahwa ketajaman dalam memilih ini (informasi media sosial) bisa terwujud kalau seseorang sungguh menghidupi nilai-nilai humaniora yang tertanam dalam hati dan budinya. Dengan memperhatikan etika dalam memanfaatkan media sosial dan memfokuskan tujuan program pengabdian masyarakat ini, mengedepankan

pembangunan reputasi dan citra dari Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede, dimana Zhang dan Shirley dalam Sujanto (2019) dalam (Rosanti & Rahayu, 2023) menjabarkan dimensi dari citra, yakni:

1. Kepribadian (*Personality*), sikap dari organisasi terhadap stakeholdernya (Sukma & Pranawukir, 2020)
2. Nilai (*Value*), nilai moral, etika, dan kepedulian dari individu yang menjadi bagian dari organisasi, terutama jika menghadapi kendala (Hamboer & Pranawukir, 2022)
3. Komunikasi (*Communication*), pesan yang disampaikan dan interaktivitas partisipatif antara organisasi dengan stakeholdernya (Pranawukir, Hamboer, et al., 2023)
4. Kesukaan (*Likeability*), sikap ramah dan perhatian dari organisasi dan individu di dalamnya secara personal yang disampaikan dalam pesan (Prisgunanto et al., 2022)

Tantangan yang dihadapi oleh segenap pengurus dan pengajar Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojong Gede dalam hal keberlangsungan operasional yayasan yang perlu didukung oleh berbagai pihak, baik dalam komunitas sekitar lokasi yayasan berdomisili ataupun masyarakat yang lebih luas lagi. Perlunya meningkatkan kemampuan komunikasi pemasaran bagi para pengurus dan pengajar di Sekolah PAUD An-Nabil Bojong Gede guna dapat menyampaikan pesan komunikasi persuasif yang jujur dan berupaya dalam meningkatkan kepercayaan publik, sekaligus dapat meningkatkan kemampuan penggunaan teknologi yang dipraktikkan menggunakan media sosial yang memanfaatkan internet. Kegiatan ini ditargetkan dapat membantu pengembangan dan peningkatan kompetensi komunikasi dalam mempromosikan kegiatan sekolah.

Pelaksana pengabdian kepada masyarakat ini merujuk pada kajian pengabdian terdahulu yang relevan, untuk melihat kekhasan/kebaruan pengabdian ini yakni apa yang ditulis oleh Heny Hendrayati, Tia Yuliatwati, Asep Miftahuddin, Annisa Ciptagustia, Netti Siska Nurhayati, dan Teguh Sandjaya, dari Universitas Pendidikan Indonesia dan Universitas Padjajaran, Bandung mengemukakan bahwa Sekolah-sekolah swasta di bawah naungan Yayasan Pendidikan Handayani membutuhkan media promosi yang dapat menarik peserta didik baru melalui pemanfaatan teknologi digital, salah satunya melalui pengembangan desain dan konten marketing berbentuk media komunikasi visual (Hendrayati et al., 2022). Sedangkan yang kedua yang ditulis ditulis Djony Herfan, Nurul Intan Pratiwi, Zaenal Arifin dengan judul: Penguatan Tata kelola Media Publikasi Assuryaniyah Islamic Center Cimuning Jawa Barat Dalam kurun waktu pengajaran di institusi

pendidikan, pola baru pengajaran menjadi bagian inti perubahan (Herfan et al., 2022). Karena itu, bagian komunikasi media *daring* menjadi fokus dari penyajian tersebut (Herfan et al., 2022).

Pada sisi lain, kualitas keterampilan dalam berkomunikasi untuk melakukan promosi melalui media *online* dibutuhkan bukan semata agar dapat melakukan kegiatan perekonomian menggunakan internet secara terpadu, tetapi dapat digunakan untuk banyak hal lainnya. Meningkatkan profil, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik dengan cara meningkatkan, menonjolkan, dan menyajikan citra dari institusi, dalam hal ini Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede seperti halnya pemahaman terkait PR yang disampaikan oleh Widjaja dalam (Lengkong et al., 2017).

Secara umum pelatihan yang akan diberikan kepada pengurus dan pengajar Sekolah PAUD An-nabil Bojong Gede, merupakan bagian dari pendidikan yang menggambarkan suatu proses dalam pengembangan organisasi atau masyarakat. Kegiatan pendidikan dengan pelatihan merupakan suatu rangkaian proses yang tidak dapat dipisahkan dalam sistem pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang di dalamnya terjadi proses perencanaan, penempatan, dan pengembangan SDM.

Dalam pengembangan masyarakat, pelatihan diberikan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan dari warga masyarakat dalam menghadapi tuntutan maupun perubahan lingkungan sekitarnya. Pemberian pelatihan bagi masyarakat bertujuan untuk memberdayakan, sehingga warga masyarakat menjadi berdaya dan dapat berpartisipasi aktif pada proses perubahan. Pelatihan yang diberikan diharapkan mampu membantu orang atau masyarakat untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan kemampuan baru yang telah dimiliki, selain itu diharapkan perubahan yang didapatkan dari pelatihan dapat meningkatkan pemanfaatan informasi terhadap pekerjaannya sehari-hari (Misnan & Prisila, 2022; Sukma & Permana, 2020).

Setelah mengidentifikasi berbagai permasalahan tersebut, didapatkan beberapa poin rumusan permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut:

1. Keterampilan berkomunikasi fokus pada interpersonal semata, sehingga cakupan dalam mempromosikan hasil kegiatan rumah terapi terbatas.
2. Cakupan promosi kegiatan dan keterlibatan anak berkebutuhan khusus hasil terapi belum berdampak pada interaksi bantuan operasional yayasan.

Tujuan secara umum program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah:

1. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan bagi para pengurus dan pengajar di sekolah PAUD An-Nabil untuk dapat memanfaatkan *platform* media *online* dan media sosial untuk menulis dan membuat konten dalam berpromosi dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam memperluas pesan yang dapat menjamin keberlangsungan operasional Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede.
2. Meningkatkan kognisi, metakognisi serta tindakan komunikatif masyarakat, khususnya dari para pengurus dan pengajar di Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan pengetahuan, olah pikir dan olah rasa serta memberi peran positif bagi masyarakat khususnya bagi para pengajar dan pengurus Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojong Gede. Manfaat yang diharapkan dan dihasilkan, antara lain:

1. Meningkatkan pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya keterampilan berkomunikasi di media *online* dan media sosial.
2. Mampu menerapkan bentuk-bentuk partisipatif dan adaptif terhadap lingkungan bermasyarakat dalam terapan penulisan dan pembuatan konten promosi dan kepercayaan publik terhadap kegiatan Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede.
3. Menambah wawasan pengurus dan pengajar Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede dalam memaksimalkan keterampilan menulis yang diinisiasi oleh pihak mitra di wilayahnya masing-masing.

Adapun manfaat bagi Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 adalah:

1. Menambah bentuk kemitraan dengan yayasan rumah terapi sejenis dan kerjasama dengan mitra kerjasama di dalam masyarakat luas. Dikarenakan peran sentral Dosen wajib melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi melalui kegiatan pelatihan penulisan di media online sebagai sarana komunikasi dan promosi.
2. Dosen mampu berpartisipasi dalam memberikan penyuluhan dalam persiapan, penyampaian materi pada masyarakat secara langsung khususnya kepada para peserta pelatihan dan pengabdian masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Yang dilakukan ke 5 (lima) pelaksana pengabdian kepada masyarakat ini yaitu dengan mengobservasi lingkungan Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-

Nabil Bojong Gede dimana sekolah berada, terlebih lagi kondisi dari sekolah tersebut. Pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini memosisikan diri sebagai mentor dan motivator dalam berinteraksi melalui pendekatan interpersonal model interaktif miles dan Huberman disertai melalui pendekatan membuka ruang dialog dengan para peserta dari Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede. Dalam kegiatan ini menggunakan teknik presentasi, tanya jawab dan diskusi sesuai dengan topik yang pengabdian kemukakan dalam judul kegiatan ini.

Dalam melihat permasalahan tersebut, maka solusi yang diajukan pelaksana pengabdian kepada masyarakat adalah:

1. Peningkatan kemampuan menulis konten sebagai sarana komunikasi dan promosi sebagai bagian kegiatan sehari-hari dan pengajaran anak PAUD.
2. Peningkatan keterampilan, khususnya di masa endemi, utamanya guna memaksimalkan penggunaan media sosial dan media *online* sebagai salah satu sarana interaksi dengan publik.
3. Peningkatan kemampuan dasar-dasar komunikasi pemasaran dan komunikasi massa melalui media mulai: persiapan, yang terdiri dari: persiapan mental, persiapan fisik, persiapan materi.
4. Pemberian pengetahuan pendukung mengenai media *online* dan cara optimum dalam memaksimalkan dampak yang diharapkan.

Jenis pengembangan program dapat dijelaskan pelaksana pengabdian kepada masyarakat sampaikan sebagai berikut:

1. Sifat program adalah temporer dalam bentuk praktik dan pelatihan.
2. Bentuk program adalah presentasi, pelatihan dan mengondisikan audiens dalam pengalaman sesuai kasus yang kemungkinan akan dihadapi selama pelaksanaan lapangan.
3. Pengembangan pengetahuan (kognitif) dari olah pikir dan olah rasa (afektif) serta memacu peserta kearah perubahan practice (berlatih) serta mengulang teknik penulisan sebagai evaluasi pelatihan sehingga lebih memahami keterampilan yang disampaikan dengan teknik model partisipatif dan interaktif menuju kompetensi keterampilan berkomunikasi secara verbal melalui penulisan media sosial dan media online.
4. Kegiatan inti. Materi yang disampaikan pada tahap pelaksanaan kegiatan ini antara lain adalah:
 - a. Materi 1: Strategi Promosi Sekolah di Media Sosial (Pranawukir & Hamboer, 2021)
 - b. Materi 2: Pelatihan penulisan efektif di dalam Media Sosial (Misnan et al., 2023) (Riyantie & Arviana, 2022)
5. Metode pelaksanaan. Metode atas pelaksanaan program pelatihan yang digunakan adalah ceramah, praktik pelatihan, dan diskusi.

a. Pendekatan program

Untuk dapat menjalankan program pelatihan secara efektif dilakukan pendekatan menggunakan jenis komunikasi interaktif, hal ini dapat menstimulasi dan memberikan kesempatan peserta pelatihan dalam menyampaikan gagasan, pertanyaan, dan komentar terhadap pelaksanaan pelatihan.

b. Proses

Rangkaian proses pelaksanaan program pengembangan pelatihan tersusun sebagai berikut:

- 1) Observasi
- 2) Penawaran proposal kegiatan
- 3) Konsultasi dengan pihak Yayasan dan Kepala Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede
- 4) Menentukan permasalahan
- 5) Menentukan topik dan metode program pengembangan;
- 6) Penyelesaian legalitas administratif;
- 7) Pelaksanaan kegiatan pengembangan;
- 8) Analisis terhadap pencapaian tujuan, manfaat, dan sasaran kegiatan;
- 9) Identifikasi hambatan.

c. Hambatan

Selama pelaksanaan program pengembangan Pelatihan ini terdapat beberapa kendala, baik teknis dan non-teknis yang dialami oleh pihak penyelenggara, Yayasan PAUD, dan bahkan dari pihak sekolah sendiri, antara lain:

- 1) Lokasi sekolah
- 2) Fasilitas sekolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari program kegiatan pengabdian masyarakat terhadap para peserta yang akan mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat dari Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 berupa kegiatan pelatihan yang dilakukan pada Sekolah PAUD An-Nabil Bojong Gede yang diadakan oleh panitia pengabdian masyarakat Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, peningkatan kompetensi dan pengetahuan dari para peserta pelatihan yang terdiri dari para guru pengajar dan pegawai di PAUD An-Nabil, dan komitmen hasil penulisan di media *online* di media sosial dari Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojong Gede.



Gambar 1. Saat tim pelaksana datang ke lokasi pengabdian di Yayasan Putra Fitri, PAUD An-Nabil Bojong Gede.

Pada sesi pelaksanaan kegiatan para peserta terlihat cukup antusias dalam mengikuti kegiatan ceramah yang disampaikan oleh pemateri dan panitia, selain itu para peserta pun mengikuti arahan dari pemateri dalam belajar secara langsung melakukan penulisan di Media *Online*, yaitu *blog*, *microblog*, dan media sosial seperti Instagram.



Gambar 2. Pelaksanaan pelatihan penulisan di sosial media.



Gambar 3. Dokumentasi pelaksanaan pelatihan penulisan di sosial media.

Selama pelaksanaan kegiatan pelatihan penulisan di Media Online, terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat kesuksesan kegiatan, yaitu:

1. Faktor pendukung:
 - a. Dukungan yang positif dari pihak Yayasan PAUD dan Kepala Sekolah, serta pihak IBI-Kosgoro 1957;
 - b. keinginan yang kuat dari para peserta pelatihan untuk berkomitmen mengikuti pelatihan hingga selesai; dan
 - c. komunikasi informal dalam memastikan pemberian saran dan masukan dari pemateri dan panitia terhadap hasil tulisan di media online kepada peserta pelatihan beberapa saat setelah kegiatan pelatihan.
2. Faktor penghambat:
 - a. Tersedianya perangkat komputer atau laptop dengan spesifikasi yang memadai untuk digunakan selama kegiatan pelatihan;
 - b. kecepatan dan ketersediaan jaringan internet berupa Wi-Fi atau pun Hotspot Tethering yang tersedia di lingkungan PAUD atau disediakan oleh pihak panitia.

Setelah kegiatan pelatihan tersebut, pihak panitia perlu untuk melaksanakan evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan penulisan di media online dan dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Evaluasi
Pelatihan ini sangat relevan dengan kebutuhan dari Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede yang perlu untuk mengembangkan strategi pemasaran dan mulai memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede ke

masyarakat. Menangkap kebutuhan tersebut, pihak panitia sekaligus juga sebagai pemateri yang merupakan pengajar di bidang ilmu komunikasi, selaras dan dapat diterima dengan mudah kegiatan program pengabdian dan pengembangan komunikasi yang memberikan manfaat ganda diantaranya peningkatan penggunaan media online atau media sosial dalam mempublikasi atau memperkenalkan sekolah oleh civitas sekolah sendiri.

2. Tindak lanjut

Sebagai pengembangan program, pendalaman, perluasan ruang lingkup atau penyebarluasan hasil kegiatan pengabdian ini adalah kerja sama dengan pihak Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede dalam pengembangan kemampuan komunikasi para pengajar dan pihak sekolah lainnya.

3. Luaran

Dengan keberhasilan program ini, kepercayaan masyarakat terhadap Yayasan Putra Fitri/Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede meningkat dalam hal mempercayakan buah hati masyarakat di sekitar lokasi sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede untuk dibekali dengan pendidikan dasar yang bermutu

SIMPULAN

Pengembangan media online, termasuk website, media sosial dan aplikasi mobile, berhasil meningkatkan keterlibatan orang tua dan public dalam proses pendidikan anak usia dini di Yayasan Putra Fitri - Sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede.

Setelah kegiatan pengabdian selesai, tumbuh kesadaran tinggi dari para pemangku kepentingan bahwa media online menjadi sarana efektif dalam memperluas jangkauan promosi sekolah PAUD An-Nabil Bojonggede, sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk mendaftarkan anak-anak mereka di sekolah tersebut.

Keterampilan komunikasi yang didapatkan oleh subjek sasaran adalah efektifitas interaksi antara sekolah dan orang tua murid dapat ditingkatkan melalui media online, sehingga memperkuat hubungan kerjasama antara kedua pihak dalam mendukung perkembangan pendidikan anak. Di samping itu, pengembangan media online sebagai sarana komunikasi dan promosi memainkan peran penting dalam meningkatkan keterlibatan orang tua dan minat masyarakat terhadap layanan pendidikan anak usia dini di Yayasan Putra Fitri - Sekolah PAUD An-Nabil Bojong Gede.

Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif, sekolah PAUD dapat lebih mudah memperluas jangkauan promosi sekolah, yang pada akhirnya berdampak positif pada peningkatan kualitas layanan pendidikan anak usia dini. Oleh karena itu, penggunaan media online perlu terus dikembangkan dan dioptimalkan sebagai bagian integral dari strategi komunikasi dan promosi dalam konteks pendidikan anak usia dini. Inilah target pembinaan keberlanjutan dari kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Hakim, L., & Bachtiar, A. (2021). Dakwah Online Dalam Perspektif Masyarakat Modern Di Media Sosial Youtube. *Komunikata*57, 2(2), 75–82. <https://doi.org/10.55122/kom57.v2i2.265>
- Basit, A., & Rahmawati, T. H. (2018). Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method. *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(2), 197–208. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.483>
- Fadhli, M. N. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi Di MIS Azzaky Medan. *Ability: Journal of Education and Social Analysis*, 2(2).
- Faishol, R. (2018). Pengembangan Paket Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) Kelas IV Menggunakan Model Dick, Carey & Carey di SD Negeri 2 Tamanagung. *Tarbiyatuna: Kajian Pendidikan Islam*, 2(2), 31–49. <https://ejournal.iaiiibrahimy.ac.id/index.php/tarbiyatuna/article/view/160>
- Hamboer, M. J. E., & Pranawukir, I. (2022). Peran Komunikasi Lingkungan dalam Aktivitas Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Bank Sampah Kelurahan Ciganjur. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 4594–4612.
- Hendrayati, H., Yuliawati, T., Miftahuddin, A., Ciptagustia, A., Nurhayati, N. S., & Sandjaya, T. (2022). Optimalisasi Media Promosi melalui Pengembangan Desain & Konten Marketing Yayasan Pendidikan Handayani 1979 Kabupaten Bandung. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 565–571.
- Herfan, D., Intan Pratiwi, N., & Arifin, Z. (2022). PENGUATAN TATA KELOLA MEDIA PUBLIKASI ASSURYANIYAH ISLAMIC CENTER CIMUNING, BEKASI, JAWA BARAT. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 212–217. <https://doi.org/10.32722/MAPNJ.V5I1.4534>
- Junaedi, F., & Sukmono, F. G. (n.d.). PUBLIC RELATIONS DAN PERIKLANAN MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0. In *repository.umy.ac.id*.

- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Lengkong, S. L., Sondakh, M., & Londa, J. . (2017). Strategi Public Relations Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado). *Acta Diurna*, VI(1), 1–46.
- Misnan, M., Soo II, K., Hitopa Sukma, A., Hiswanti, H., Pranawukir, I., & Riyanti, M. (2023). Improving Interpersonal Communication Capability Of Indonesian Workers In South Korea. *International Journal Of Community Service*, 3(4), 306–312. <https://doi.org/10.51601/ijcs.v3i4.223>
- Misnan, & Prisila, D. (2022). Manajemen Resiko Bisnis Pakaian Impor Bekas (Penyuluhan Partisipatif pada “Mahad Aly” Yayasan Pondok Pesantren Tahfidz Madinatul Quran Sukmajaya Depok). *Jurnal Pengabdian Teratai*, 3(1), 53.
- Nimah, R. (2022). *Strategi Public Relations Dalam Menghadapi Krisis Perusahaan Sari Roti (Studi Kasus Maraknya Tagar # BoikotSariRoti di Media Sosial)*. June, 0–13.
- Pranawukir, I., & Hamboer, M. J. E. (2021). Model Komunikasi Bisnis Jual Beli Buku Melalui Komunikasi Interpersonal dan Komunitas Grup Facebook. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(2), 40–47. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v6i2.1498>
- Pranawukir, I., Hamboer, M. J. E., Riyantie, M., Romli, Nur Desilawati, Barizki, R. N., & Filda Angellia. (2023). Tutorial Instagram Reel Technical Guidance for Beginning Digital Preneurs in The Jagakarsa Area, Jakarta Selatan. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 108–113. <https://doi.org/10.35877/454ri.mattawang1323>
- Pranawukir, I., Putri, E. R., & Barizki, R. N. (2023). Peran Komunikasi Perubahan dalam Corporate Social Innovations (CSI) di Era Marketing 5.0. ... *Journal ...*, 2(1), 1–12.
- Prisgunanto, I., Bachtiar, A., & Pranawukir, I. (2022). Pengukuran Agenda Media Sosial Isu Pandemi Covid 19 Konteks Kamtibmas di Indonesia. *Jurnal Ilmu Kepolisian*, 16(1), 12. <https://doi.org/10.35879/jik.v16i1.347>
- Rahman, A. (2015). Kompetensi Komunikasi Calon SDM Public Relations. *Jurnal Visi Komunikasi*, 14(2).
- Riyantie, M., & Arviana, L. (2022). Konsep Diri Mahasiswa Institut Bisnis Dan Informatika(Ibi) Kosgoro 1957 Pengguna Akun Roleplay. *Ilmiah Ilmu*

Komunikasi, 3(1), 1–11.

- Rosanti, H., & Rahayu, Y. S. (2023). Corporate Image As Mediator of Islamic Marketing Mix to Intention in Becoming a Customer of Bank Syariah Indonesia in East Java. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(3), 305–321. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20233pp305-321>
- Sukma, A. H., & Permana, D. S. (2020). Penyuluhan dan pelatihan jurnalistik & E-preneurship di pondok pesantren Madinatul quran cilodong. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 1(1).
- Sukma, A. H., & Pranawukir, I. (2020). Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Jaringan Franchise Warung Tegal Kharisma Bahari. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 274–284.
- Warsah, I., Avisa, A., & Anrial, A. (2020). POLA KOMUNIKASI ANTAR UMAT BERAGAMA MASYARAKAT DESA SINDANG JAYA, REJANG LEBONG, BENGKULU. *Jurnal Ilmiah Ar-Risalah: Media Ke-Islaman, Pendidikan Dan Hukum Islam*, 18(2), 283–307. <https://ejournal.iaibrahimy.ac.id/index.php/arrisalah/article/view/969>