

Penguatan dan Penyelarasaan Kapasitas SDM Guru SLB di Kota Pekanbaru melalui Pelatihan Pemasaran Digital

Anggy Trisnadoli¹, Figo Alimbel², Roni Setia Nugraha³

¹Sistem Informasi, Politeknik Caltex Riau, Indonesia, ²Bisnis Digital, Politeknik Caltex Riau, Indonesia, ³Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Politeknik Caltex Riau, Indonesia.

Kata Kunci:

Anak Berkebutuhan Khusus;
Pemasaran Digital;
Sekolah Luar Biasa.

Keywords:

Digital Marketing;
School for Students with Special
Needs;
Special Needs Children.

Correspondensi Author

Anggy Trisnadoli
Sistem Informasi,
Politeknik Caltex Riau
Pekanbaru, Indonesia
anggy@pcr.ac.id

Abstract. The digital age, digital marketing technology is crucial for reaching wider audiences efficiently and effectively. It transforms product promotion and offers new opportunities for various groups, including those with special needs. The digital marketing training held at Politeknik Caltex Riau, in collaboration with SLB Negeri Sri Mujiab Pekanbaru, was highly successful and met all objectives. The full-day training improved the skills of SLB Negeri Sri Mujiab teachers in areas such as product photography, media creation, and social media marketing. Effective collaboration with SLB Negeri Sri Mujiab ensured efficient execution, achieving the goals set. The knowledge gained is expected to be passed on by the teachers to their students with special needs, enabling them to utilize digital technology inclusively and effectively.

Abstrak. Era digital, teknologi pemasaran digital menjadi elemen krusial untuk mencapai audiens yang lebih luas dengan efisiensi dan efektivitas yang lebih tinggi. Teknologi ini tidak hanya mengubah promosi produk tetapi juga membuka peluang baru bagi berbagai kelompok, termasuk mereka yang memiliki kebutuhan khusus. Pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan di Kampus Politeknik Caltex Riau, bekerja sama dengan SLB Negeri Sri Mujiab Pekanbaru, berjalan dengan sangat baik dan memenuhi seluruh target. Pelatihan seharian ini berhasil meningkatkan keterampilan guru-guru SLB Negeri Sri Mujiab dalam fotografi produk, pembuatan media pemasaran, dan penggunaan media sosial. Kerjasama yang efektif dengan SLB Negeri Sri Mujiab memastikan kegiatan ini terlaksana secara efisien, mencapai semua tujuan yang ditetapkan. Pengetahuan yang diperoleh diharapkan dapat diteruskan oleh para guru kepada siswa berkebutuhan khusus, memungkinkan mereka memanfaatkan teknologi digital secara inklusif dan efektif.

Pendahuluan

Tantangan besar terhadap inklusivitas teknologi masih dihadapi oleh banyak anak berkebutuhan khusus dan guru di sekolah luar biasa di Indonesia. Kurangnya fasilitas dan pelatihan yang memadai dalam teknologi informasi menjadi kendala utama, menghalangi integrasi mereka dalam masyarakat yang semakin digital. Meskipun pentingnya teknologi digital terus meningkat, masih banyak anak dan guru di sekolah luar biasa yang belum memiliki keterampilan dan akses yang memadai. Hal ini menciptakan kesenjangan yang signifikan dalam memanfaatkan potensi penuh teknologi digital, yang perlu diatasi dengan solusi strategis untuk meningkatkan inklusivitas dan kesetaraan dalam pendidikan.

Setelah melakukan serangkaian wawancara dan diskusi bersama kepala sekolah di SLB Negeri Sri Mujinab, kami memahami bahwa guru dan siswa berkebutuhan khusus di sekolah ini mengalami kesulitan yang signifikan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Meskipun siswa memiliki keterampilan dalam pengembangan produk, namun mereka masih menghadapi tantangan dalam memasarkan produk-produk tersebut. Hal ini menjadi perhatian utama karena potensi penghasilan dan peluang ekonomi siswa berkebutuhan khusus seringkali terbatas oleh kurangnya kemampuan dalam memasarkan produk mereka. Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan ini, kami mengusulkan pelaksanaan pelatihan pemasaran digital bagi guru dan siswa di SLB Negeri Sri Mujinab. Melalui kegiatan ini, diharapkan pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital dapat ditingkatkan sehingga mampu memberikan manfaat yang lebih besar bagi keseluruhan komunitas sekolah.



Gambar 1. Diskusi Tim Pelaksana bersama Kepala Sekolah Mitra

Pelaksanaan kegiatan diusulkan akan dimulai dengan sesi pertama yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada guru SLB tentang dasar-dasar pemasaran digital, Fotografi Produk, Pembuatan Media Pemasaran, penggunaan media sosial, dan teknik SEO. Selanjutnya, sesi kedua akan difokuskan pada pengembangan keterampilan siswa berkebutuhan khusus dalam membuat konten menarik dan mengelola profil media sosial secara efektif, dengan bantuan dan bimbingan dari tim pelaksana.

Selain meningkatkan kemampuan praktis guru dan siswa dalam pemasaran digital, kegiatan ini juga bertujuan untuk menghasilkan publikasi artikel yang menunjukkan hasil dan pengalaman mereka, serta artikel ilmiah yang dapat dijadikan referensi lebih lanjut. Melalui pendekatan ini, diharapkan pelatihan pemasaran digital ini tidak hanya membuka peluang ekonomi yang lebih luas bagi guru dan siswa SLB Negeri Sri Mujinab, tetapi juga menghadirkan kontribusi yang berarti dalam mewujudkan inklusivitas dan kesetaraan dalam pemanfaatan teknologi digital di Indonesia.

Metode dan Strategi

Solusi terhadap tantangan inklusivitas teknologi yang dihadapi oleh anak berkebutuhan khusus dan guru di sekolah luar biasa di Indonesia membutuhkan pendekatan komprehensif yang meliputi peningkatan akses, pelatihan, dan pemanfaatan teknologi digital dalam konteks pendidikan dan pemasaran. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kami mengusulkan pelaksanaan pelatihan pemasaran digital bagi guru dan siswa di SLB Negeri Sri Mujinab sebagai langkah strategis dalam membangun inklusivitas dan kesetaraan dalam pendidikan.

Dengan pendekatan ini, diharapkan pelatihan pemasaran digital ini tidak hanya membuka peluang ekonomi yang lebih luas bagi guru dan siswa SLB Negeri Sri Mujinab, tetapi juga menghadirkan kontribusi yang berarti dalam mewujudkan inklusivitas dan kesetaraan dalam pemanfaatan teknologi digital di Indonesia. Sebagai bagian dari upaya bersama untuk membangun masyarakat yang inklusif dan berkeadilan, langkah-langkah konkret seperti pelatihan pemasaran digital ini menjadi penting untuk memastikan bahwa semua individu, termasuk mereka yang memiliki kebutuhan khusus, dapat merasakan manfaat dari kemajuan teknologi yang semakin cepat dan pesat.



Gambar 2. Metodologi Pelaksanaan Kegiatan

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan dimulai dengan diskusi permasalahan mitra di SLB Negeri Sri Mujinab, melibatkan wawancara dan diskusi dengan kepala sekolah serta FGD dengan Pusat Kajian dan Mitra BP2M PCR. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis untuk merancang solusi yang tepat. Berdasarkan analisis, disusun usulan kegiatan berupa pelatihan pemasaran digital untuk guru SLB Sri Mujinab, yang dilaksanakan di Laboratorium Komputer Politeknik Caltex Riau dengan sekitar 20 peserta. Pelatihan ini bertujuan agar guru dapat meneruskan pengetahuan kepada siswa. Setelah pelatihan, dilakukan monitoring untuk memastikan implementasi ilmu yang diperoleh oleh guru. Persiapan kegiatan melibatkan penataan perlengkapan, jadwal, dan mekanisme pelatihan dengan komunikasi terus-menerus dengan mitra. Pelaksanaan kegiatan direncanakan pada Agustus 2024, dengan evaluasi akhir untuk memastikan pencapaian target. Konten pelatihan meliputi pemasaran digital, fotografi produk, pembuatan dan pengelolaan konten media sosial. Kegiatan ini tidak hanya akan meningkatkan keterampilan guru dan siswa dalam memasarkan produk, tetapi juga akan diikuti dengan pendampingan berkelanjutan dan evaluasi untuk efektivitas jangka panjang.

Program Unggulan

Program unggulan yang dilaksanakan adalah Pelatihan Pemasaran Digital bagi Guru dan Siswa di SLB Negeri Sri Mujiab. Program ini dirancang untuk mengatasi tantangan inklusivitas teknologi yang dihadapi oleh anak berkebutuhan khusus dan guru di sekolah luar biasa.

Pelatihan ini meliputi:

- Dasar-Dasar Pemasaran Digital: Memberikan pemahaman tentang teknik-teknik dasar pemasaran digital kepada guru.
- Fotografi Produk dan Pembuatan Media Pemasaran: Mengajarkan keterampilan praktis dalam fotografi produk dan pembuatan materi pemasaran.
- Penggunaan Media Sosial: Melatih guru dalam menggunakan media sosial sebagai platform pemasaran.
- Pengembangan Konten: Mengajarkan guru SLB bagaimana membuat konten menarik dan mengelola profil media sosial secara efektif.

Program ini juga bertujuan untuk menghasilkan publikasi artikel yang mendokumentasikan hasil dan pengalaman pelatihan, serta artikel ilmiah yang dapat digunakan sebagai referensi lebih lanjut. Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan pemasaran digital tetapi juga berkontribusi pada inklusivitas dan kesetaraan dalam pendidikan teknologi di Indonesia.

Hasil Dan Pembahasan

Pada hari yang penuh semangat di Laboratorium Politeknik Caltex Riau, sebuah inisiatif penting dilakukan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital di SLB Negeri Sri Mujiab Pekanbaru. Kegiatan ini merupakan hasil kerjasama antara dosen dan mahasiswa dari Program Studi Sarjana Terapan Sistem Informasi, Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, serta Bisnis Digital Politeknik Caltex Riau, dengan mitra utamanya, SLB Negeri Sri Mujiab Pekanbaru. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada guru-guru SLB untuk mengelola dan memasarkan produk yang dihasilkan oleh siswa dengan kebutuhan khusus.

Persiapan untuk kegiatan ini dilakukan dengan seksama, melibatkan koordinasi yang intens antara tim pelaksana dan pihak SLB Negeri Sri Mujiab. Pada hari pelatihan, Laboratorium Politeknik Caltex Riau telah disulap menjadi ruang pelatihan yang sepenuhnya siap, dengan peralatan yang diperlukan untuk sesi fotografi produk dan pemasaran digital.



Gambar 3. Sesi Fotografi Produk

Sesi pertama dari pelatihan dimulai dengan fokus pada fotografi produk dan pengembangan konten. Para guru SLB Negeri Sri Mujiab diberikan pelatihan mendalam tentang teknik-teknik fotografi yang efektif untuk memamerkan produk-produk yang dihasilkan oleh siswa. Dosen dan mahasiswa Politeknik Caltex Riau memperkenalkan berbagai aspek penting dari fotografi produk, termasuk pencahayaan, komposisi, dan teknik pengambilan gambar yang dapat menarik perhatian calon konsumen.



Gambar 4. Sesi Pemasaran Produk melalui Platform Digital

Guru-guru SLB sangat antusias mengikuti sesi ini, dengan banyak di antara mereka yang aktif bertanya dan mencoba teknik-teknik baru. Mereka belajar bagaimana mengambil foto produk dengan kualitas tinggi, yang dapat digunakan untuk promosi melalui berbagai platform digital. Selain itu, mereka juga mendapatkan wawasan tentang cara mengembangkan konten yang menarik dan relevan untuk audiens target mereka.

Setelah istirahat makan siang, sesi kedua dimulai dengan fokus pada pemasaran digital melalui platform media sosial. Sesi ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang cara memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Dosen dan mahasiswa menjelaskan berbagai strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk, berinteraksi dengan audiens, dan membangun merek.

Para peserta pelatihan belajar cara membuat dan mengelola profil media sosial, serta strategi untuk menghasilkan konten yang menarik dan efektif. Diberikan juga pelatihan praktis tentang bagaimana memanfaatkan fitur-fitur dari platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk memaksimalkan jangkauan dan dampak pemasaran mereka.



Gambar 5. Antusiasme Peserta dalam Praktik Fotografi

Tahapan Evaluasi dan Monitoring

Kegiatan pelatihan ini mencapai semua target yang diharapkan. Guru-guru SLB Negeri Sri Mujiab merasa puas dengan materi yang diberikan dan keterampilan yang diperoleh. Mereka menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dan memberikan pengetahuan praktis yang dapat diterapkan langsung dalam pekerjaan mereka. Evaluasi menunjukkan bahwa para peserta tidak hanya memahami teori di balik pemasaran digital tetapi juga merasa lebih percaya diri dalam menerapkannya.



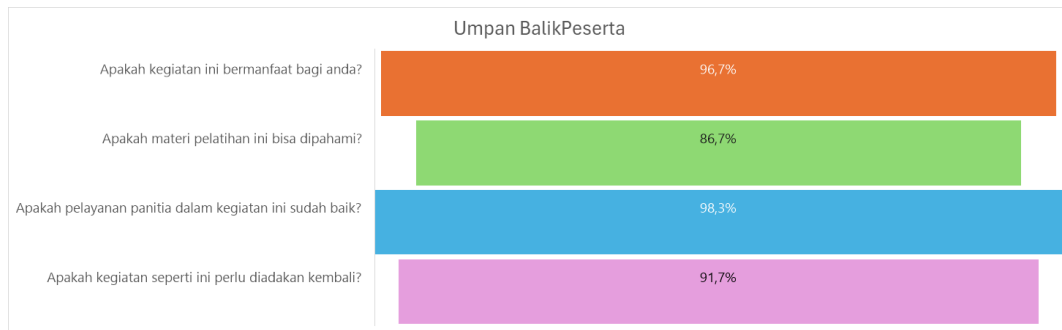
Gambar 6. Hasil Foto Produk dari Peserta Pelatihan

Para guru berharap agar kegiatan serupa dapat dilakukan kembali di masa depan. Mereka melihat pelatihan ini sebagai langkah awal yang penting untuk mengatasi kesenjangan dalam keterampilan pemasaran digital dan berkomitmen untuk meneruskan ilmu yang didapat kepada siswa mereka. Guru-guru tersebut bertekad untuk mengintegrasikan pengetahuan baru ini ke dalam kurikulum mereka, dengan harapan siswa SLB Negeri Sri Mujiab dapat memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif dan inklusif.



Gambar 7. Foto Bersama Peserta dan Penyerahan Plakat Kerjasama

Harapan dari pelaksana adalah agar kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat kepada peserta pelatihan tetapi juga berdampak positif pada siswa-siswa SLB Negeri Sri Mujiab. Dengan keterampilan baru yang diperoleh, guru-guru diharapkan dapat membimbing siswa dalam mengelola dan memasarkan produk mereka, membuka peluang baru dalam ekonomi digital.



Gambar 8. Umpan Balik Peserta

Program ini juga menjadi langkah awal untuk kolaborasi lebih lanjut antara Politeknik Caltex Riau dan SLB Negeri Sri Mujiab. Diharapkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berkembang lebih jauh, dengan pendampingan yang lebih intensif dan metode yang lebih inovatif untuk mendukung siswa berkebutuhan khusus dalam memanfaatkan teknologi digital.

Pelatihan pemasaran digital ini tidak hanya berhasil dalam mencapai tujuan utamanya tetapi juga membuka jalan bagi peningkatan lebih lanjut dalam integrasi teknologi digital di SLB Negeri Sri Mujiab. Kegiatan ini merupakan contoh nyata dari bagaimana kerjasama antara institusi pendidikan dan sekolah luar biasa dapat menghasilkan dampak yang signifikan dan berkelanjutan bagi komunitas yang dilayani.

Simpulan Dan Saran

Pelatihan pemasaran digital di Laboratorium Politeknik Caltex Riau bersama SLB Negeri Sri Mujiab Pekanbaru berhasil mencapai target yang ditetapkan dengan meningkatkan keterampilan guru dalam fotografi produk dan pemasaran digital melalui media sosial. Selama kegiatan satu hari, peserta menunjukkan kemajuan signifikan dalam pemahaman dan aplikasi teknik-teknik baru, yang diharapkan dapat diteruskan kepada siswa berkebutuhan khusus di sekolah. Evaluasi menunjukkan kepuasan peserta dan potensi manfaat jangka panjang bagi siswa, serta dorongan untuk melanjutkan program serupa di masa depan.

Untuk memastikan penerapan efektif, disarankan melaksanakan program pendampingan berkelanjutan dan sesi konsultasi tambahan. Program pelatihan lanjutan harus dirancang untuk mendalami topik tertentu dan menyediakan materi tambahan. Pengembangan materi pelatihan yang mudah diakses dan evaluasi lanjutan penting untuk menilai aplikasi keterampilan dan manfaatnya. Selain itu, memperluas kerjasama dengan institusi lain dapat memperkuat dukungan bagi sekolah luar biasa dan meningkatkan cakupan serta dampak kegiatan pengabdian masyarakat.

Daftar Rujukan

- Ahrens, T., & Chapman, C. (2021). The role of digital marketing in achieving organizational goals. Routledge.
- Baines, P., & Fill, C. (2018). Marketing. Oxford University Press.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital marketing: Strategy, implementation, and practice (8th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). Principles of marketing (18th ed.). Pearson.
- Kurniawan, B., & Ardiansyah, M. (2019). Digital marketing strategies for educational institutions: Case study in Indonesia. *Journal of Marketing Education*, 41(2), 89-101. <https://doi.org/10.1177/0273475319832581>
- Leeflang, P. S. H., & Verhoef, P. C. (2019). Key issues in digital marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.08.001>
- Mulyadi, A., & Pramudya, D. (2020). Digital marketing practices in Indonesian SMEs: A focus on content marketing and social media. *International Journal of Digital Marketing*, 6(1), 23-34. <https://doi.org/10.11648/j.ijdm.20200601.14>
- Purba, R., & Yuliana, Y. (2021). Effective digital marketing training programs for schools: A case study. *Proceedings of the International Conference on Education*, 8(1), 45-56. <https://doi.org/10.1126/education.8.1.45>
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2019). Marketing communications: Integrating offline and online with social media (3rd ed.). Kogan Page.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2022). Social media marketing (3rd ed.). Sage Publications.
- Wijaya, B., & Arifin, I. (2021). Digital transformation and educational technology in Indonesian schools. *Indonesian Journal of Education Technology*, 15(3), 202-215. <https://doi.org/10.20885/ijet.vol15.iss3.art5>
- Wong, V., & Saunders, J. (2020). The effectiveness of digital marketing campaigns in education. *Educational Technology Research and Development*, 68(4), 1935-1951. <https://doi.org/10.1007/s11423-020-09751-7>
- Yulianto, I., & Wijaya, A. (2022). Building digital marketing capabilities in education institutions: A systematic review. *Journal of Educational Administration*, 60(2), 180-195. <https://doi.org/10.1108/JEA-09-2021-0178>
- Zahay, D., & Roberts, M. L. (2018). Digital marketing research and practice. Routledge.
- Zhang, J., & Lee, J. (2023). Leveraging social media for digital marketing in educational settings. *Journal of Educational Marketing*, 11(1), 25-40. <https://doi.org/10.1080/10496491.2022.2085012>