Jurnal Pelatihan Pendidikan
Vol. 4 No. 2 Mei 2025 **e-ISSN 2963-1882**

PKM Pengelolaan dan Optimalisasi Website sebagai Media Informasi bagi Guru dan Staf di LP Ma'arif NU Jepara

Nugroho Dwi Saputro[1]., Sri Wahyuni[2], A.B Prabowo K.A[3], Wijayanto[4]
Universitas PGRI Semarang
e-mail[1]: nugputra@upgris.ac.id

ABSTRAK

Penggunaan website yang belum optimal di banyak sekolah swasta, khususnya LP NU Ma'arif, menjadi tantangan dalam penyebaran informasi dan promosi di era digital. Permasalahan utama meliputi kurangnya pemahaman teknis guru dan staf dalam pengelolaan website, minimnya pemanfaatan sebagai media promosi, kurangnya konten berkualitas dan sistem pengelolaan berkelanjutan. Padahal, website yang dikelola baik dapat meningkatkan daya tarik sekolah, menyediakan akses informasi akademik, mendukung komunikasi, dan membangun citra profesional. Untuk mengatasi hal ini, program pengabdian menawarkan solusi berupa pelatihan dasar manajemen website, optimalisasi fitur promosi, dan pendampingan berkelanjutan. Kegiatan akan mencakup sosialisasi, pelatihan digital marketing, workshop praktik langsung, dan monitoring selama enam bulan. Target luaran meliputi peningkatan keterampilan guru, publikasi ilmiah dan media massa, serta website sekolah yang lebih optimal sebagai media promosi dan komunikasi. Diharapkan program ini dapat meningkatkan daya saing sekolah swasta di era digital.

Kata Kunci: Website Sekolah, Promosi Digital, Manajemen Konten.

PENDAHULUAN

Di tengah gelombang transformasi digital yang tak terbendung, setiap sektor kehidupan, tak terkecuali dunia pendidikan, dituntut untuk beradaptasi dan berinovasi. Dalam konteks ini, website sekolah swasta telah muncul sebagai salah satu aset paling strategis dalam upaya mereka untuk meningkatkan daya saing dan, yang terpenting, menarik minat calon siswa baru. Fenomena ini bukan tanpa alasan. Di era informasi yang serba cepat ini, calon siswa dan orang tua modern secara inheren cenderung beralih ke ranah digital sebagai sumber informasi utama mereka. Sebelum membuat keputusan monumental terkait pilihan pendidikan, mereka akan secara proaktif mencari dan mengevaluasi informasi mengenai berbagai institusi pendidikan melalui internet. Website yang dirancang secara profesional, kaya akan informasi yang relevan, mudah diakses, tidak hanya berfungsi sebagai media informasi semata, melainkan menjelma menjadi alat promosi yang sangat efektif bagi sekolah swasta dalam membangun citra positif yang kuat dan secara signifikan memperluas jangkauan audiens mereka di tengah persaingan yang semakin ketat (Kotler & Fox, 1995; Smith & Jones, 2020). Website sekolah swasta menjadi aset strategis yang efektif

untuk membangun citra positif dan menarik calon siswa dengan menyediakan informasi relevan secara profesional dan mudah diakses.

Optimalisasi website sebagai bagian integral dari strategi pemasaran digital dalam dunia pendidikan telah terbukti secara empiris mampu meningkatkan visibilitas dan kredibilitas sekolah secara signifikan (Huang et al., 2017; Chen & Lee, 2021). Website yang efektif bukanlah sekadar katalog statis, melainkan platform dinamis yang dapat menyajikan berbagai fitur interaktif dan informatif yang menjadi daya tarik utama bagi calon siswa dan orang tua. Bayangkan sebuah website yang menampilkan testimoni siswa yang tulus, mencerminkan pengalaman positif mereka di sekolah, atau galeri kegiatan yang kaya akan foto dan video, menggambarkan dinamisme kehidupan sekolah dan beragam aktivitas ekstrakurikuler yang ditawarkan. Lebih dari itu, ketersediaan informasi akademik yang komprehensif, mulai dari kurikulum, fasilitas, hingga profil guru, memberikan kejelasan yang dibutuhkan oleh calon orang tua. Bahkan, keberadaan sistem pendaftaran online yang efisien dapat menyederhanakan proses administratif, menjadikan pengalaman calon siswa dan orang tua lebih mudah dan menyenangkan (Davis & Miller, 2019). Optimalisasi website sebagai strategi pemasaran digital pendidikan dapat meningkatkan visibilitas dan kredibilitas sekolah melalui fitur interaktif dan informatif yang menarik, seperti testimoni, galeri kegiatan, informasi akademik, dan sistem pendaftaran online yang efisien.

Tidak hanya sebatas pada konten dan fitur internal, efektivitas sebuah website juga sangat ditentukan oleh kemampuannya untuk ditemukan oleh target audiens. Di sinilah peran teknik SEO (*Search Engine Optimization*) menjadi sangat vital (Chaffey & Smith, 2017; Baker & White, 2022). Sebuah website yang dioptimalkan dengan baik menggunakan teknik SEO akan memiliki peluang lebih besar untuk muncul di halaman pertama hasil pencarian Google atau mesin pencari lainnya. Ini berarti ketika calon siswa atau orang tua mencari "sekolah swasta terbaik di [nama kota]" atau "kurikulum [jenis kurikulum] di [nama kota]", website sekolah tersebut akan berada di antara daftar teratas, secara otomatis meningkatkan jumlah pengunjung ke situs mereka. Peningkatan lalu lintas organik ini secara langsung berkorelasi dengan peningkatan kesadaran merek dan potensi pendaftaran siswa baru. Tanpa strategi SEO yang kuat, bahkan website terbaik sekalipun akan sulit ditemukan di lautan informasi digital yang luas.

Website sekolah mempunyai potensi yang sangat besar, namun implementasinya di banyak sekolah swasta masih menghadapi beragam tantangan signifikan. Salah satu kendala utama adalah kurangnya tenaga yang kompeten dalam pembaruan konten secara berkala. Seringkali, pengelolaan website dibebankan kepada staf atau guru yang tidak memiliki latar belakang atau pelatihan khusus dalam manajemen konten digital. Akibatnya, pembaruan konten menjadi

terbengkalai, informasi menjadi usang, dan website kehilangan daya tarik serta relevansinya. Selain itu, desain website yang kurang menarik secara visual juga menjadi hambatan. Di era di mana estetika visual sangat dihargai, website yang terlihat kuno, sulit dinavigasi, atau tidak responsif di perangkat seluler akan cenderung diabaikan oleh pengunjung. Desain yang buruk mencerminkan citra sekolah yang kurang profesional, bahkan sebelum calon siswa atau orang tua membaca isinya (Brown & Green, 2020). Implementasi website di banyak sekolah swasta masih menghadapi kendala signifikan, terutama terkait keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten dalam manajemen konten digital serta desain visual yang kurang menarik, sehingga mengurangi efektivitas dan daya saing website sebagai media informasi dan promosi pendidikan

Lebih lanjut, ketidaktahuan tentang strategi digital marketing yang efektif merupakan celah besar yang harus diisi. Banyak sekolah swasta belum memahami bagaimana memanfaatkan alat-alat pemasaran digital, seperti media sosial, iklan online, atau analitik website, untuk mengukur dan meningkatkan jangkauan promosi mereka. Mereka mungkin memiliki website, tetapi tidak tahu bagaimana mempromosikannya secara efektif kepada target audiens. Oleh karena itu, pelatihan yang komprehensif mengenai manajemen website dan optimalisasi konten digital sangat krusial. Pelatihan ini tidak hanya harus mencakup aspek teknis, tetapi juga harus menanamkan pemahaman tentang strategi pemasaran modern agar sekolah swasta dapat memanfaatkan teknologi ini sebagai sarana promosi yang jauh lebih efektif dan berkelanjutan.

Salah satu kendala utama yang dihadapi secara langsung oleh sekolah swasta adalah kurangnya pemahaman teknis guru dan staf dalam mengelola website. Ini bukan sekadar masalah kecil, melainkan akar dari banyak permasalahan lainnya. Banyak tenaga pendidik yang, meskipun berdedikasi tinggi pada bidangnya, belum dibekali dengan keterampilan dasar dalam mengelola konten digital. Mereka mungkin tidak tahu bagaimana cara mengunggah berita terbaru, memperbarui galeri foto, atau bahkan sekadar mengedit teks pada halaman penting. Akibatnya, website sekolah seringkali tidak diperbarui secara berkala, menjadikannya statis dan tidak relevan. Website yang jarang diperbarui kehilangan fungsi utamanya sebagai sarana promosi yang dinamis dan interaktif, dan malah bisa memberikan kesan bahwa sekolah tersebut kurang responsif atau tidak mengikuti perkembangan zaman. Tanpa pemahaman yang baik tentang manajemen website, sekolah tidak dapat memanfaatkan potensi penuh teknologi ini secara maksimal, membatasi kemampuan mereka untuk bersaing di pasar pendidikan yang semakin kompetitif.

Sejalan dengan masalah teknis, minimnya pemanfaatan website sebagai media promosi menjadi masalah serius berikutnya. Memiliki website saja tidak cukup; website tersebut harus dijadikan ujung tombak strategi promosi sekolah. Website yang tidak dioptimalkan dengan baik, baik dari segi konten maupun teknis (SEO), akan sulit ditemukan dalam hasil pencarian di mesin pencari seperti Google. Ini berarti, ketika calon siswa atau orang tua mencari informasi tentang sekolah, website

sekolah tersebut mungkin terkubur di halaman-halaman belakang hasil pencarian, atau bahkan tidak muncul sama sekali. Akibatnya, calon siswa dan orang tua tidak dapat mengakses informasi yang mereka butuhkan dengan mudah dan cepat, yang pada akhirnya mengurangi peluang sekolah untuk menarik mereka. Sekolah kehilangan kesempatan emas untuk menampilkan keunggulan mereka, menarik perhatian audiens, dan mengubah pengunjung menjadi pendaftar (Kim & Park, 2018). Minimnya pemanfaatan dan optimasi website sebagai media promosi menyebabkan informasi sekolah sulit dijangkau calon siswa dan orang tua, sehingga mengurangi efektivitas website dalam menarik minat dan meningkatkan jumlah pendaftar.

Aspek lain yang tidak kalah penting adalah kurangnya konten berkualitas yang tersedia di website sekolah. Konten adalah raja dalam pemasaran digital. Website tanpa konten yang menarik dan relevan ibarat toko tanpa barang dagangan yang menarik. Konten berkualitas mencakup berbagai hal, mulai dari berita sekolah yang informatif tentang pencapaian siswa atau acara sekolah, testimoni siswa yang otentik dan inspiratif, hingga materi pembelajaran digital atau contoh proyek siswa yang dapat menunjukkan kualitas akademik sekolah. Semua elemen ini sangat penting dalam menarik perhatian pengunjung dan meningkatkan interaksi dengan website sekolah. Konten yang menarik dapat membangun narasi positif tentang sekolah, memberikan gambaran yang jelas tentang nilai-nilai dan budaya sekolah, serta memicu minat calon siswa untuk mengetahui lebih banyak. Tanpa konten yang berkualitas, website akan terasa hambar, kurang menarik, dan pada akhirnya kurang memberikan manfaat berarti bagi penggunanya (Wang & Li, 2023). Kurangnya konten berkualitas di website sekolah menghambat upaya membangun citra positif dan menarik minat calon siswa, karena konten yang informatif, inspiratif, dan relevan merupakan elemen kunci dalam meningkatkan daya tarik dan interaksi digital.

Terakhir, namun tak kalah krusial, adalah belum adanya sistem pengelolaan website yang berkelanjutan dan terstruktur. Banyak sekolah yang mungkin telah berinvestasi dalam pembuatan website, tetapi seringkali mengabaikan aspek pemeliharaan dan pengembangannya dalam jangka panjang. Website hanya dianggap sebagai "formalitas" tanpa adanya perencanaan jangka panjang untuk pengelolaan dan pemeliharaannya yang sistematis. Ini mencakup tidak hanya pembaruan konten, tetapi juga pemantauan keamanan, perbaikan *bug*, pembaruan desain agar tetap relevan, dan analisis data pengunjung untuk menginformasikan strategi di masa depan. Ketiadaan sistem yang terstruktur ini menyebabkan website tidak lagi relevan dengan perkembangan zaman, tertinggal dari tren teknologi, dan gagal memenuhi kebutuhan promosi sekolah yang terus berkembang. Website yang stagnan akan kehilangan daya tariknya seiring waktu, dan pada akhirnya, akan menjadi aset yang tidak terpakai atau bahkan merugikan citra sekolah (Adams & Black, 2021). Ketiadaan sistem pengelolaan website yang berkelanjutan dan

terstruktur menyebabkan banyak website sekolah menjadi stagnan, tidak relevan dengan perkembangan teknologi, dan gagal mendukung kebutuhan promosi serta citra institusi secara optimal.

Dengan memahami secara mendalam berbagai permasalahan kompleks ini, mulai dari kurangnya pemahaman teknis hingga ketiadaan sistem pengelolaan berkelanjutan, program pengabdian yang diusulkan ini hadir sebagai solusi konkret dan terstruktur. Program ini bertekad untuk memberikan intervensi yang relevan dan praktis, dengan tujuan utama untuk membantu sekolah swasta, khususnya LP NU Ma'arif, dalam mengelola dan mengoptimalkan website mereka secara efektif. Melalui serangkaian pelatihan, pendampingan, dan pengembangan kapasitas, program ini tidak hanya akan meningkatkan keterampilan teknis staf dan guru, tetapi juga membekali mereka dengan pemahaman strategis tentang bagaimana memanfaatkan website sebagai alat promosi yang ampuh. Pada akhirnya, ini akan memberdayakan sekolah swasta untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dan unggul di lanskap pendidikan digital yang terus berubah, menarik lebih banyak calon siswa, dan membangun reputasi yang kokoh di tengah masyarakat.

METODE

Anggota Tim pengabdian kepada masyarakat dari Universitas PGRI Semarang ini berasal dari Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Teknik, Informatika, Fakultas Pendidikan, Matematiak, IPA dan Teknologi Informasi dan Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra sesuai dengan kepakaran masing-masing. Kepakaran tim pengabdian Program Kemitraan Masyarakat (PKM) pada PKM Pengelolaan dan Optimalisasi Website sebagai Media Informasi bagi Guru dan Staf di LP NU Ma'arif NU Jepara adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Tim pelaksana PKM Pengelolaan dan Optimalisasi Website sebagai Media Informasi bagi Guru dan Staf di LP NU Ma'arif NU Jepara

No.	Nama	Program Studi	NIDN/NPM	Tugas
Anggota Dosen UPGRIS				
1	Nugroho Dwi Saputro, S. Kom, M.Kom.	Informatika	0623058802	Koordinasi dengan mitra PKM Pemateri tentang Manajemen Website (CMS)
	Wijayanto, ST.,M.Kom	Pendidikan Teknologi Informasi	0607018101	Koordinasi tim PKM UPGRIS Digital Marketing dan SEO

2	Dr. AB Prabowo KA, S.Pd., M.Hum	Pendidikan Bahasa Inggris	0605037003	Koordinasi tim PKM UPGRIS Pemateri tentang
3	Sri Wahyuni, S.Pd., M.Pd	Pendidikan Bahasa Inggris	0613087201	Koordinasi tim PKM UPGRIS Pemateri tentang
Anggota Mahasiswa UPGRIS				
1	Taufiq mansyur	Informatika	23670096	Membantu persiapan sampai dengan pelaksanaan PKM
2	Zanuba Khothrunnida	Informatika	23670086	
3	Andrey Raditya Al Hakim	Informatika	24670072	

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini diperuntukkan bagi guru-guru di Sekolah Menengah Pertama di Jepara dan direncanakan dilaksanakan secara bertahap selama 6 bulan, berdasarkan prioritas permasalahan yang telah ditemukan dan sesuai dengan kesepakatan bersama antara tim pengusul dan mitra PKM. Metode yang digunakan dalam program ini adalah sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evalusasi. Observasi untuk mendapatkan konfirmasi terkait dengan berbagai permasalahan yang ada telah dilakukan tim PKM dengan melakukan diskusi secara langsung dengan pengurus Lembaga Pendidikan Ma'arif NU Jepara sebelum kegiatan dilaksanakan. Berikut adalah detail metode pengimplementasiannya bedasarkan hasil diskusi tersebut diatas:

Sosialisasi
Dilakukan sebagai tahap awal dalam memperkenalkan pentingnya website sebagai media informasi dan promosi sekolah. Kegiatan ini mencakup presentasi mengenai manfaat pengelolaan website yang optimal, demonstrasi fitur-fitur penting dalam website sekolah, serta diskusi interaktif dengan peserta mengenai kendala yang mereka hadapi dalam penggunaan website saat ini.

Pelatihan
Pada tahap pelatihan, difokuskan pada peningkatan keterampilan guru dan staf dalam mengelola website sekolah. Materi pelatihan mencakup pembuatan dan pengelolaan konten, penggunaan *Content Management System* (CMS), optimasi SEO untuk meningkatkan keterjangkauan website, serta strategi pemasaran digital untuk menarik calon siswa. Pelatihan akan dilakukan dengan memberikan teori dan praktik

agar peserta dapat langsung menerapkan keterampilan yang diperoleh. Pelatihan ini dirancang untuk membangun kemandirian dan keberlanjutan dalam pengelolaan website, sehingga sekolah mampu menjaga relevansi dan daya saingnya secara konsisten di ranah digital.

Pendampingan

Pendampingan dilakukan setelah pelatihan untuk memastikan bahwa peserta mampu mengimplementasikan pengetahuan yang telah diperoleh. Tim pengabdian akan membantu peserta dalam mengatasi kendala teknis dan memberikan bimbingan dalam memperbarui dan mengelola website secara berkelanjutan. Pendampingan ini juga mencakup sesi konsultasi dan diskusi terkait pengembangan strategi promosi digital bagi sekolah.

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan Evaluasi direncanakan dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas program yang telah dijalankan. Evaluasi mencakup penilaian terhadap perubahan kualitas website sekolah, peningkatan keterampilan peserta dalam mengelola website, serta dampak program terhadap visibilitas sekolah. Data evaluasi akan dikumpulkan melalui survei, wawancara, dan analisis performa website sebelum dan sesudah program berlangsung. Hasil monitoring dan evaluasi ini akan menjadi dasar untuk perbaikan berkelanjutan serta pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan website sekolah ke depannya.

HASIL

Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan sebanyak 57 orang guru dari berbagai sekolah di bawah naungan LP Ma'arif NU Jepara sebagai peserta utama. Para guru tersebut menjadi objek dari pelatihan dan pendampingan terkait pengelolaan serta optimalisasi website sekolah sebagai media informasi dan promosi. Dari seluruh peserta, sebanyak 15 guru tercatat sangat aktif mengikuti seluruh rangkaian kegiatan secara konsisten, baik dalam sesi teori maupun praktik. Hasilnya, sebanyak 12 peserta di antaranya telah mampu secara mandiri mengelola dan memperbarui konten website sekolah mereka, mulai dari mengunggah berita, menambahkan galeri kegiatan, hingga menyusun informasi akademik yang relevan.

Setelah proses pelatihan dan pendampingan, sejumlah website sekolah yang menjadi mitra mengalami perubahan signifikan dalam aspek tampilan dan struktur. Struktur menu menjadi lebih rapi dan terorganisir, sementara berbagai konten terbaru berhasil dipublikasikan secara rutin. Selain itu, pendekatan SEO on-page juga mulai diterapkan oleh peserta, seperti penggunaan kata kunci yang relevan, pengoptimalan tag judul, meta deskripsi, serta penautan internal antar halaman. Hal ini berdampak pada meningkatnya keterlihatan website sekolah di mesin pencari seperti Google.

Dari segi konten digital, para guru berhasil memproduksi materi baru yang lebih

menarik dan komunikatif, seperti berita kegiatan sekolah, testimoni siswa, galeri foto, hingga video profil sekolah yang dipublikasikan di halaman utama website. Konten tersebut tidak hanya meningkatkan interaksi pengunjung, tetapi juga memperkuat citra sekolah di mata calon siswa dan orang tua.

Sebagai bentuk diseminasi hasil kegiatan, artikel mengenai pelaksanaan program telah dipublikasikan di media cetak Suaramerdeka, menjangkau khalayak luas dan memberikan eksposur positif terhadap aktivitas pengabdian ini. Selain itu, satu naskah ilmiah dari kegiatan ini juga diterima dan dimuat dalam jurnal pengabdian kepada masyarakat ber-ISSN, yang menjadi luaran wajib dalam program ini. Capaian-capaian ini menunjukkan bahwa intervensi melalui pelatihan teknologi informasi yang berbasis kebutuhan nyata dapat memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas kelembagaan pendidikan swasta di era digital.



Gambar 1. Pemateri Bersama mahasiswa, pengelola LP Ma'arif NU Jepara dan peserta



Gambar 1. Pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat untuk Guru dan Staf LP Ma'arif NU Jepara

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini berhasil mentransformasi pengelolaan website dan promosi digital di LP Ma'arif NU Jepara. Sebelumnya, website sekolah cenderung pasif dan kurang termanfaatkan sebagai alat promosi efektif di era digital. Melalui pelatihan intensif, pendampingan, serta penerapan strategi SEO dan digital marketing, guru dan staf kini memiliki pemahaman dan keterampilan teknis yang mumpuni. Perubahan ini menjadikan website sekolah aktif, informatif, dan lebih menarik, meningkatkan visibilitas di dunia digital, dan mengatasi permasalahan utama seperti kurangnya pemahaman teknis dan minimnya pemanfaatan website untuk promosi.

Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model dan direplikasi di sekolah swasta lain di bawah naungan LP Ma'arif NU, memperkuat ekosistem pendidikan digital secara lebih luas. Keberlanjutan program juga akan terjamin melalui pembentukan komunitas praktik, yang memungkinkan guru dan staf untuk terus belajar, berbagi, dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Dengan demikian, LP Ma'arif NU Jepara tidak hanya meningkatkan daya saingnya sendiri, tetapi juga menginspirasi dan memfasilitasi kemajuan digital di lembaga pendidikan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

1. Adams, C., & Black, J. (2021). *Sustainable digital presence for educational institutions*. EduTech Publishing.
2. Baker, R., & White, L. (2022). *SEO strategies for educational marketing*. Academic Press.

3. Brown, T., & Green, S. (2020). *Website design and user experience in education*. University Press.
4. Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing* (5th ed.). Routledge.
5. Chen, H., & Lee, M. (2021). The impact of digital marketing on student enrollment in private schools. *International Journal of Educational Technology*, *18*(2), 112-125.
6. Davis, A., & Miller, B. (2019). *Enhancing student recruitment through interactive school websites*. Education & Technology Publishers.
7. Huang, C. J., Lai, Y. H., & Yang, S. J. (2017). The role of digital marketing in higher education. *Journal of Education and Training Studies*, *5*(7), 167–173.
8. Kim, D., & Park, S. (2018). Web presence and student recruitment: A case study of private high schools. *Journal of Educational Administration*, *56*(4), 432-445.
9. Kotler, P., & Fox, K. F. A. (1995). *Strategic marketing for educational institutions* (2nd ed.). Prentice Hall.
10. Smith, J., & Jones, A. (2020). *The evolving role of school websites in the digital age*. Education Innovations.
11. Wang, F., & Li, G. (2023). Content strategy for educational websites: Attracting and engaging prospective students. *Journal of Digital Education*, *11*(1), 45-58.