

**MANAJEMEN PELATIHAN CONTENT CREATIVE DAN
VIDIOGRAFI ISLAMI SEBAGAI SARANA PEMASARAN DI
SD NEGERI NGALIYAN 01 SEMARANG
SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh

Gelar Sarjana S1



Disusun Oleh:

Syaif Arifchan

2103036095

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Hamka Kampus II, Ngaliyan, Telp. 7601295, Semarang 50185

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syaif Arifchan
NIM : 2103036095
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : S1 Manajemen Pendidikan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**MANAJEMEN PELATIHAN CONTENT CREATIVE DAN VIDIOWRAPHY
SEBAGAI SARANA PEMASARAN DI SD NEGERI NGALIYAN 01 SEMARANG**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 11 Desember 2024
Pembuat Pernyataan,

Syaif Arifchan
NIM: 2103036095

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Telp. 024-7601295
Fax. 024-7615387 Semarang 50185

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : MANAJEMEN PELATIHAN CONTENT CREATIVE DAN
VIDIOGRAFI ISLAMI SEBAGAI SARANA PEMASARAN DI SD
NEGERI NGALIYAN 01 SEMARANG

Nama : Syaif Arifchan

NIM : 2103036095

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Program Studi : S1

Telah diujikan dalam sidang *munaqasyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam ilmu manajemen pendidikan islam.

Semarang, 23 Desember 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Dr. Wahyudi, M.Pd

NIP. 196803141995031001

Sekretaris Sidang

Dr. H. A. Umar, M.A.

NIP. 196401091994031003

Penguji I

Dr. Fatkuroji, M.Pd

NIP. 197704152007011032

Penguji II

Silvialul Hasanah, M.Stat

NIP. 199408042019032014



Dosen Pembimbing

Syaiful Bakhri, M.MSI

NIP. 198810302091031011

NOTA DINAS



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Hamka Kampus II, Ngaliyan, Telp. 7601295, Semarang 50185

NOTA PEMBIMBING

Semarang, 11 Desember 2024

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : Manajemen Pelatihan Content Creative dan Vidiografi Sebagai
Sarana Pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang
Nama : Syaif Arifchan
NIM : 2103036095
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : S1 Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pembimbing

Syaiful Bakhri M. MSI.

NIP: 198810302019031011

ABSTRAK

Judul : Manajemen Pelatihan *Content Creative* dan *Vidiografi Islami* Sebagai Sarana Pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang

Nama : Syaif Arifchan

Nim : 2103036095

SD Negeri Ngaliyan 01 merupakan sekolah dasar yang aktif dalam mengadakan pelatihan baik pelatihan untuk guru dan siswa siswi nya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) bagaimana manajemen pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01, 2) apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *vidiografi* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: manajemen pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* di SD Negeri Ngaliyan 01 meliputi beberapa langkah yaitu: menetapkan tujuan pelatihan, menyiapkan, menyiapkan pengalaman belajar yang positif yaitu dengan membentuk sebuah tim pelatihan, mengalokasikan peran dan tanggungjawab, penjadwalan pelatihan, pengaturan fasilitas dan peralatan, menyusun sesi pelatihan dan membuat materi pelatihan, menyiapkan sesi praktek dan penguatan, tindak lanjut dan dukungan berupa mengadakan KOMBEL (komunitas belajar) guru atau pelatihan singkat. Dan melakukan evaluasi.

Kata Kunci : Manajemen Pelatihan, Pelatihan Guru, *Content*

MOTTO

“Batas kemampuan seseorang bukanlah pada fisik,
melainkan pada kemauan, mampu tetapi tidak mau
adalah hal yang sia-sia.”

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah
mimpi yang tertunda, Cuma sekiranya kalau teman-
teman merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan
kawatir mimpi-mimpi yang lain bisa diciptakan.”

(Windah basudara)

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam disertasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	ṭ
ب	B	ظ	ẓ
ت	T	ع	'
ث	ṡ	غ	g
ج	J	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	Kh	ك	k
د	D	ل	l
ذ	Ẓ	م	m
ر	R	ن	n
ز	Z	و	w
س	S	ه	h
ش	Sy	ء	'
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Mad:	Bacaan Diftong:
ā = a panjang	au = اُو
ī = i panjang	ai = اِي
ū = u panjang	iy = اِي

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji Syukur kepada Allah SWT yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ``Manajemen Pelatihan *Content Creative* dan *Vidiografi Islami* Sebagai Sarana Pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang`` sebagai bagian dari persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pendidikan dalam program studi manajemen pendidikan islam. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tak lepas dari dosen pembimbing dan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, dengan demikian penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M. Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. Fatah Syukur, M.Ag. selaku dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang.
3. Dr. Nur Asiyah, M.S.I. dan, Baqiyatush Sholihah, M. Si. selaku ketua dan sekretaris jurusan Manajemen Pendidikan Islam.
4. Pembimbing bapak Syaiful Bakhri, M. MSI. Yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk selalu

memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Ngatiningsih, S.Pd. dan Maria Tumeiningsih, S.Pd. selaku kepala sekolah dan waka kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang yang telah membukakan pintu lebar-lebar kepada penulis untuk melakukan penelitian di sekolah.
6. Segenap dosen, staf dan seluruh sivitas akademika UIN Walisongo yang telah memberikan pengalaman dan pengetahuan di bangku perkuliahan.
7. Samsul hadi, Sri Wahyuningsih selaku orang tua dan Roychan Uzzaqy selaku kakak hebat, mereka yang tak henti-hentinya menyemangati dan mendoakan penulis. Semoga senantiasa diberikan keberkahan dan lindungan Allah SWT.
8. Teman seperjuangan KKN MB posko 62 yaitu Riski, Adib, Adi, Krida, Akbar, Sabrina, Afifah, Afrina, Putri, Fani, Ghina, Gesa, Dinda, Izza yang menemani selama 45 hari.
9. Keluarga besar MPI C 2021 dan MPI angkatan 2021 yang telah membersamai dari awal perkuliahan hingga dipenghujung perkuliahan. Semoga dimudahkan dalam menggapai cita-cita kalian.

10. Septina Dwi Wulandari, terima kasih sudah memberikan tempat yang nyaman kepada penulis dikala penulis bersedih, berbahagia, kecewa, atau tengah berada dititik terendah. Terima kasih sudah menemani penulis, merayakan hari bahagia bersama penulis. Semoga bisa meraih kesuksesan bersama di kemudian hari.
11. Teman seperjuangan satu jurusan yaitu Aliq, Dani, Irfan, Asifur, Asnal, Thoriq, Maul, Lina, Zulfia, Sasa, Indah, yang selalu kebersamai peneliti dari maba hingga sekarang.
12. Terima kasih bolo casino yaitu Bayu, Dedy, Davin, Alex Angga yang selalu kebersamai peneliti dari kecil sampai sekarang.
13. Teman-teman KMPP 21 yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah mensupport peneliti dari maba sampai sekarang.
14. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri karena telah berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri untuk tak pernah menyerah sesulit apapun kondisinya dalam menyelesaikan skripsi ini hingga akhir dengan semaksimal dan sebaik mungkin.

Penulis tidak dapat memberikan apapun selain ucapan terimakasih dan do`a yang penulis panjatkan semoga Allah SWT menerima amal baik mereka, serta membalas dengan sebaik- baiknya balasan. Aamiin.

Dalam penulisan skripsi ini, tentu saja tidak akan lepas dari kekurangan dan kesalahan. Kritik dan saran dari pembaca adalah hal yang sangat berharga bagi penulis sehingga skripsi ini dapat diperbaiki menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam bidang keilmuan dan kontribusi pemikiran bagi penulis maupun pembaca. Aamiin.

Semarang, 11 Desember 2024

Penulis,



Syaif Arifchan
Nim. 200303605

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	ii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
BAB II MANAJEMEN PELATIHAN CONTENT CREATIVE DAN VIDIOGRAFI ISLAMI SEBAGAI SARANA PEMASARAN DI SD NEGERI NGALIYAN 01 SEMARANG	15
A. Deskripsi Teori.....	15
B. Kajian Pustaka	63
C. Kerangka Berfikir	70
BAB III METODE PENELITIAN	73
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	73
B. Tempat dan Waktu Penelitian	74

C. Jenis dan Sumber data.....	74
D. Fokus Penelitian	76
E. Teknik Pengumpulan Data.....	76
F. Uji Keabsahan Data	83
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	88
A. Deskripsi Data.....	88
1. Deskripsi Data Umum	88
2. Manajemen Pelatihan <i>Content Creative</i> dan <i>Videografi Islami</i> Sebagai Sarana Pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang	103
3. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pelatihan <i>content creative</i> dan <i>videografi Islami</i> sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang	155
B. Analisis Data	163
1. Manajemen Pelatihan <i>Content Creative</i> dan <i>Videografi Islami</i> Sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang	163
2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pelatihan <i>content creative</i> dan <i>videografi Islami</i> sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang	186
C. Keterbatasan Penelitian.....	192
BAB V PENUTUP	193
A. Kesimpulan	193
B. Saran	195
DAFTAR PUSTAKA	197
LAMPIRAN-LAMPIRAN	209

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Observasi Penelitian.....	78
Tabel 3.2. Wawancara Penelitian.....	79
Tabel 3.3. Dokument Penelitian.....	82
Tabel 4.1. Daftar Nama Kepala Sekolah.....	89
Tabel 4.2. Profil Sekolah.....	94
Tabel 4.3. Pendidik dan Tenaga Pendidikan.....	96
Tabel 4.4. Jumlah Peserta Didik.....	97
Tabel 4.5. Jumlah Agama Peserta Didik.....	97
Tabel 4.6. Sarana dan Prasarana Sekolah.....	98
Tabel 4.7. Struktur Organisasi Sekolah.....	100
Tabel 4.8. Hasil Analisis Kebutuhan.....	166
Tabel 4.9. Hasil Tujuan Pelatihan.....	169
Tabel 4.10. Hasil Menentukan Manfaat Pelatihan.....	172
Tabel 4.11. Hasil Menyiapkan Peserta.....	175
Tabel 4.12. Hasil Menyiapkan Pengalaman Belajar yang Positif.....	178
Tabel 4.13. Hasil Menyiapkan Sesi Praktek dan Penguatan.....	180
Tabel 4.14. Hasil Tindak Lanjut dan Dukungan.....	183
Tabel 4.15. Hasil Evaluasi.....	185
Tabel 4.16. Hasil Faktor Pendukung Pelatihan.....	188
Tabel 4.16. Hasil Faktor Penghambat Pelatihan.....	191

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berfikir.....	72
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Sekolah.....	103
Gambar 4.2. Dokumentasi Wawancara Analisis Kebutuhan.....	107
Gambar 4.3. Dokumentasi Wawancara Tentang Menetapkan Tujuan Pelatihan.....	113
Gambar 4.4. Dokumentasi Wawancara Tentang Menentukan Manfaat Pelatihan.....	118
Gambar 4.5. Dokumentasi Pamflet Pelatihan.....	120
Gambar 4.6. Dokumentasi Grup Wa.....	122
Gambar 4.7. Surat Undangan Narasumber.....	126
Gambar 4.8. Dokumentasi Rundown Acara.....	132
Gambar 4.9. Dokumentasi Absensi Peserta.....	133
Gambar 4.10. Dokumentasi Grup Wa Tim.....	137
Gambar 4.11. Dokumentasi Koordinasi Materi.....	137
Gambar 4.12. Dokumentasi Materi.....	138
Gambar 4.13. Dokumentasi Sesi Praktik Pelatihan....	140
Gambar 4.14. Dokumentasi Sesi Praktik Pelatihan....	140
Gambar 4.15. Dokumentasi Pelatihan.....	141
Gambar 4.16. Dokumentasi KOMBEL.....	144
Gambar 4.17. Dokumentasi KOMBEL.....	144
Gambar 4.18. Dokumentasi Pelaporan Evaluasi.....	153

Gambar 4.19. Dokumentasi Wawancara Tentang Menentukan Tujuan.....	155
Gambar 4.20. Dokumentasi sertifikat pelatihan.....	158
Gambar 4.21. Dokumentasi Wawancara Faktor Penghambat Pelatihan.....	163

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di era digital saat ini sangatlah berkembang dengan pesat, sehingga muncul dan menghadirkan beragam media yang dapat dimanfaatkan sebagai pemasaran. Era digital yang terus berkembang sekarang, cara sekolah memperkenalkan diri kepada masyarakat juga harus berubah dan beradaptasi. Dulu, promosi sekolah sering kali dilakukan melalui brosur, pameran pendidikan atau dari mulut ke mulut. Namun, dengan semakin banyaknya orang yang aktif di *media sosial*, pemasaran berbasis *content creative islami* kini terbukti lebih efektif. *Content creative* adalah berbagai bentuk materi visual atau media yang dibuat dengan cara menarik dan interaktif, seperti video, *infografis*, dan postingan di media sosial.¹ Konten ini memungkinkan sekolah menyampaikan pesan, menunjukkan keunggulannya, serta memberikan gambaran suasana belajar, fasilitas, hingga prestasi siswa

¹ Umi Lestari, Prita Suci Nurchandani, and Ayu May Lisa, "Pelatihan Digital Content Creative Siswa/I SMP Negeri 02 Purwokerto," *Jurnal Artinara* 1 (2022): 23–21.

secara lebih menarik dan mudah diterima oleh calon siswa dan orang tua.

Content creative diplatform digital seperti *Reel Instagram* dan *TikTok* telah menjadi komponen penting dalam strategi pemasaran *modern*.² Format konten yang menarik, interaktif, dan mudah dicerna oleh pengguna memungkinkan perusahaan untuk terhubung dengan audiens secara lebih efektif dan menyenangkan, walaupun terlihat menjanjikan, tantangan besar tetap ada. Banyak sekolah belum benar-benar memahami cara kerja pemasaran digital. Mereka mungkin beranggapan bahwa pemasaran digital mahal, sulit, atau terlalu rumit untuk diimplementasikan, sehingga masih bergantung pada cara-cara lama yang kurang efektif. Tidak semua sekolah memiliki tim pemasaran khusus, apalagi yang berfokus pada *content creative*, biasanya, tugas ini dibebankan pada guru atau staf yang tidak memiliki latar belakang dalam bidang pemasaran digital. Tantangan

² N.P. Pramita Utami et al., “Pengembangan Digital Content Creative Untuk Mempromosikan Layanan Melalui Media Sosial Pada Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha,” *Jurnal Media Sains Informasi Dan Perpustakaan* 2, no. 2 (2022): 1–18, <https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/msip/article/download/2074/1049>.

lainnya adalah perubahan yang cepat di dunia digital, tren *media sosial* terus berubah, sehingga sekolah harus selalu menyesuaikan strategi mereka agar tetap relevan dan menarik. Namun, sayangnya, pelatihan khusus terkait pemasaran berbasis *content creative* masih belum umum dilakukan di sekolah.

Pemasaran *content creative* semakin krusial karena banyak sekolah bersaing untuk mendapatkan perhatian calon siswa dan orang tua. Sekolah yang mampu tampil kreatif dan menarik di *platform digital* memiliki peluang lebih besar untuk dikenal, diminati, dan dianggap lebih unggul. Selain itu, pemasaran digital lebih efisien dari segi anggaran dibandingkan promosi tradisional yang sering kali membutuhkan biaya lebih besar. Beberapa sekolah yang sudah menerapkan strategi *content creative* berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap sekolah mereka, memperkuat interaksi dengan komunitas, dan bahkan meningkatkan jumlah pendaftar baru.

Manajemen pelatihan adalah proses yang terorganisir untuk merencanakan dan melaksanakan program pelatihan yang bertujuan meningkatkan keterampilan

staf atau guru.³ Dengan adanya pelatihan staf atau tenaga pendidik sangat berperan penting untuk menambah pengetahuan dan mengasah kompetensi tenaga pendidik atau guru. Hal ini sejalan dengan pesan yang terdapat dalam Surah Az-Zummar (39).

قُلْ يَفْقَهُمْ أَعْمَلُوا عَلَىٰ مَكَانَتِكُمْ إِنِّي عَمِلْتُ فَسَوْفَ تَعْلَمُونَ

Katakanlah: “Hai kaumku, Bekerjalah sesuai dengan keadaanmu, sesungguhnya aku akan bekerja (pula), maka kelak kamu akan mengetahui (39).⁴

Syaikh Wahbah Az-Zuhaili menjelaskan bahwa Allah memerintahkan manusia untuk bekerja sebaik mungkin sesuai dengan tugas masing-masing. Jika mereka melakukannya dengan benar, Allah akan memberikan balasan yang baik. Tafsir Wahbah mengisyaratkan bahwa Allah ingin manusia bersemangat dalam setiap pekerjaan yang mereka lakukan. Tugas utama manusia adalah beribadah sebaik mungkin agar Allah SWT memberikan nilai positif kepada mereka. Dalam hal ini,

³ Soebagio Atmodiwirio and Ardadzuya Jaya, *Manajemen Pelatihan*, 2002.

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.(Bandung: PT.Sygma Examedia Arkaleena, 2014).

jika Allah yang menilai, maka segala sesuatu yang dilakukan seseorang bisa dianggap sebagai ibadah.⁵

Melalui pelatihan yang baik, staf pegawai sekolah dapat memahami pentingnya pelatihan pemasaran sekolah berbasis *content creative* dan *vidiografi islami*, serta cara mengelola dan membuat konten yang sesuai dengan karakter sekolah. Hal ini bukan sekadar mengikuti tren, tetapi langkah strategis untuk tetap kompetitif ditengah persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, penting bagi sekolah untuk memberikan pelatihan kepada guru atau staf pegawai terkait pemasaran berbasis *content creative* dan *vidiografi Islami*. SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang contohnya, yang telah mengambil langkah proaktif dengan mengadakan pelatihan pemasaran berbasis *content creative* bagi staf dan guru mereka.

SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang adalah sekolah dasar negeri yang terletak di Kota Semarang, tepatnya di Jalan Profesor Doktor Hamka, Ngaliyan. Berlokasi diarea strategis, sekolah ini dilengkapi dengan fasilitas yang memadai dan lingkungan belajar yang kondusif. SD

⁵ Syekh Wahbah a- Zuhaili, *Tafsir Al-Munir Karya Syeikh Wahbah a-Zuhaili*, 2020.

Negeri Ngaliyan 01 Semarang dikenal karena pendekatan inovatif dalam pendidikannya, mengintegrasikan teknologi dalam proses belajar mengajar, serta menerapkan metode pembelajaran yang kreatif.

Kelebihan dari sekolah ini adalah salah satu sekolah dasar yang aktif mengembangkan kompetensi guru dan staf pegawai sekolah dengan mengadakan pelatihan, sehingga sekolah ini menjadi SD imbas, dimana sekolah tersebut mengadakan pelatihan yang ber imbas ke sekolah lain. Dukungan dari kepala sekolah ibu Ngatiningsih S.Pd, SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang berupaya menciptakan guru dan staf pegawai sekolah yang tidak hanya pintar tentang akademis, tetapi juga pintar dalam menguasai teknologi di zaman sekarang. Hal ini dibuktikan dengan adanya guru di SD Negeri Ngaliyan 01 yang berprestasi, Sehingga sekolah akhirnya mengadakan pelatihan tentang *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01.

Pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang harus memberikan pemahaman yang menyeluruh bagi semua peserta, termasuk guru dan staf.

Mereka diharapkan bisa menguasai teknik pemasaran digital, mulai dari membuat video hingga mengelola media sosial. Selain itu, seharusnya ada bimbingan lanjutan setelah pelatihan selesai agar peserta dapat menerapkan ilmu yang sudah dipelajari dengan konsisten.

Penelitian sebelumnya telah banyak membahas tentang pemasaran dengan *content creative* dalam bidang pendidikan. Arief (2020), misalnya, mengkaji penerapan pemasaran digital di sekolah menengah atas, dengan fokus pada bagaimana *content creative* dapat meningkatkan citra dan visibilitas sekolah. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis konten visual, seperti videografi, efektif membantu sekolah membangun citra positif di mata masyarakat. Namun, penelitian ini hanya berfokus pada sekolah menengah atas dan tidak menjangkau sekolah dasar, terutama dalam konteks pelatihan guru dan staf.⁶

Setiawan (2021) melakukan penelitian tentang pelatihan pemasaran digital di sekolah-sekolah swasta. Peneliti menemukan bahwa pelatihan ini sering hanya mencakup

⁶ Arief, "Pemasaran Digital Di Sekolah Menengah: Studi Kasus Sekolah Menengah Atas," *Jurnal Pendidikan*, 2020.

penggunaan umum media sosial, tanpa mendalami keterampilan teknis seperti pembuatan video dan manajemen *content creative*. Setiawan menyoroti pentingnya pelatihan yang lebih mendalam dan berkelanjutan untuk membantu sekolah memaksimalkan strategi pemasaran digital mereka. Meskipun demikian, penelitian ini masih bersifat umum dan tidak secara spesifik membahas penggunaan *videografi* sebagai alat utama dalam pemasaran sekolah.⁷

Penelitian di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang secara spesifik membahas bagaimana manajemen pelatihan yang dilakukan. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi tantangan-tantangan yang dihadapi oleh guru dan staf dalam membuat suatu pelatihan untuk guru, serta bagaimana manajemen pelatihan dapat ditingkatkan agar lebih relevan dan efektif, khususnya dalam konteks Sekolah Dasar Negeri. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam pengembangan strategi manajemen pelatihan guru, khususnya melalui pelatihan yang berfokus pada *content creative* dan *videografi islami*. Melalui pendekatan yang lebih spesifik

⁷ Setiawan, "Penerapan Pemasaran Digital Di Sekolah Swasta: Tantangan Dan Peluang," *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2021.

dan mendalam, penelitian ini bertujuan untuk mengenali berbagai tantangan yang dihadapi oleh guru dan staf sekolah dalam menyelenggarakan pelatihan.

Berdasarkan hasil pra riset melalui wawancara dengan bu Ngatiningsih, S.Pd. selaku kepala sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, SD Negeri Ngaliyan 01 adalah sekolah dasar yang menjadi induk, jadi ber imbas ke sekolah dasar lainnya yang berada di kota Semarang, karena SD Negeri Ngaliyan 01 aktif dalam mengadakan pelatihan baik pelatihan untuk guru dan siswa siswi nya, sekolah dasar lainnya pun di undang untuk mengikuti pelatihan yang telah diadakan oleh SD Negeri Ngaliyan 01, sehingga SD Negeri Ngaliyan 01 disebut dengan SD Imbas. Ibu Ngatiningsih, S.Pd juga menyebutkan beberapa alasan kenapa SD Negeri Ngaliyan sangat aktif dalam mengadakan pelatihan kepada guru dan siswa siswinya, yaitu karena sejalan dengan visi dan misi sekolah. Visi sekolah yang ingin menguasai IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) menjadi landasan utama dalam setiap kegiatan tersebut. Salah satu misi sekolah, yaitu mengoptimalkan pendidik dalam kegiatan belajar mengajar berbasis teknologi informasi, menjadi fokus penting yang terus ditekankan oleh kepala sekolah. Melalui pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh sekolah, diharapkan

para guru mampu mengintegrasikan teknologi dalam proses pembelajaran, sehingga dapat menciptakan lingkungan belajar yang lebih efektif, inovatif, dan relevan dengan perkembangan zaman.

Peneliti memilih SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang sebagai lokasi penelitian tentang manajemen pelatihan *content creative* dan *videografi* sebagai sarana pemasaran sekolah karena beberapa alasan, diantaranya adalah sekolah ini memiliki komitmen yang kuat dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), sesuai dengan visinya, salah satu misi sekolah adalah mengoptimalkan tenaga pendidik dalam kegiatan belajar mengajar berbasis teknologi informasi, yang selaras dengan fokus penelitian ini. Kepala Sekolah juga secara aktif mengadakan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi guru dalam penggunaan teknologi dalam pembelajaran dan lokasi SD Negeri Ngaliyan 01 sangat strategis, sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan observasi dan pengumpulan data secara langsung.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Manajemen Pelatihan *Content Creative* dan *Vidiografi Islami* Sebagai Sarana Pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang “.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan, maka pokok permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen pelatihan *content creative* dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang?
2. Apa faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mendeskripsikan manajemen pelatihan *content creative* dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.
- b. Untuk mendeskripsikan faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan pelatihan *content*

creative dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang mendalam dan menyeluruh, terutama bagi peneliti yang terlibat dan juga bagi lembaga-lembaga yang terkait. Secara ideal, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari beberapa aspek, antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berharga. Temuan-temuan dalam penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk memperkaya wawasan dan pengetahuan, terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian lanjutan dibidang manajemen pelatihan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi guru

- a) Penelitian ini dapat membantu guru memahami strategi dalam menyusun sebuah kegiatan pelatihan.

- b) Penelitian ini dapat meningkatkan kualitas guru dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi sekolah.

2) Bagi siswa

- a) Penelitian ini dapat mendorong siswa untuk terlibat dalam pembuatan konten, meningkatkan kreativitas teknologi.
- b) Penelitian ini dapat menciptakan rasa bangga siswa terhadap sekolah melalui promosi yang lebih menarik.

3) Bagi sekolah

- a) Penelitian ini dapat membantu sekolah menarik lebih banyak calon siswa dengan promosi yang kreatif dan modern.
- b) Penelitian ini dapat membantu sekolah dalam meningkatkan kompetensi guru yang diwujudkan melalui manajemen pelatihan.

4) Bagi peneliti

- a) Penelitian ini dapat menambah pemahaman tentang manajemen pelatihan pemasaran berbasis *content creative* di sekolah dasar.

- b) Penelitian ini dapat menambah pengalaman praktis dalam manajemen pelatihan pemasaran sekolah di era digital.

BAB II

MANAJEMEN PELATIHAN CONTENT CREATIVE DAN VIDIIOGRAFI SEBAGAI SARANA PEMASARAN DI SD NEGERI NGALIYAN 01 SEMARANG

A. Deskripsi Teori

1. Manajemen Pelatihan

a. Pengertian Manajemen Pelatihan

Manajemen pelatihan merupakan salah satu elemen kunci dalam pengembangan sumber daya manusia. Pelatihan yang terencana dengan baik dapat mendukung produktivitas dan kinerja karyawan, yang pada akhirnya juga akan berdampak positif pada pencapaian tujuan organisasi. Pelatihan yang efektif harus selaras dengan strategi organisasi sehingga apa yang dipelajari dalam pelatihan dapat langsung diterapkan dalam konteks pekerjaan sehari-hari. Dalam buku yang ditulis oleh Noe dan Kodwani yang berjudul "*Employee Training and Development*," menguraikan bahwa manajemen pelatihan merupakan proses yang sistematis dan terencana yang bertujuan untuk memastikan efektivitas pelatihan dalam meningkatkan

keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi karyawan. Noe dan Kodwani menekankan bahwa pelatihan tidak boleh dilakukan secara sembarangan, melainkan harus dimulai dengan perencanaan yang matang. Perencanaan ini mencakup analisis kebutuhan pelatihan, penentuan tujuan yang jelas, serta identifikasi metode dan materi yang paling sesuai untuk mencapai hasil yang diinginkan.⁸

Menurut Salas, manajemen pelatihan adalah proses yang harus didasarkan pada penelitian ilmiah dan bukti nyata untuk memastikan efektivitasnya. Manajemen pelatihan mencakup desain pelatihan yang terstruktur dengan metode yang telah terbukti efektif, penciptaan lingkungan belajar yang mendukung, serta evaluasi menyeluruh yang mengukur dampak pelatihan terhadap kinerja kerja. Dengan kata lain, manajemen pelatihan bukan hanya soal pelaksanaan, tetapi juga soal memastikan bahwa pelatihan dapat meningkatkan keterampilan dan

⁸ Raymond Noe. A, *Employee Training And Development*, 2010.

kinerja secara signifikan dalam konteks pekerjaan.⁹

Thacker dan Blanchard berpendapat bahwa manajemen pelatihan adalah proses yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan organisasi dan karyawan melalui program pelatihan yang dirancang secara tepat. Hal ini mencakup analisis kebutuhan pelatihan untuk memastikan relevansi materi, serta pengukuran efektivitas pelatihan dalam meningkatkan kinerja individu dan mencapai tujuan bisnis organisasi. Dalam buku yang ditulis oleh Thacker dan Blanchard yang berjudul "*Effective Training: Systems, Strategies, and Practices*," menjelaskan bahwa manajemen pelatihan harus didasarkan pada kebutuhan spesifik baik dari sisi organisasi maupun karyawan.¹⁰

Menurut Cascio dan Aguinis, dalam bukunya yang berjudul "*Applied Psychology in Human*

⁹ Erduardo Salas, Kurt Kraiger, and Scott I Tannenbaum, *The Science of Training and Development in Organizations: What Matters in Practice*, 2012, <https://doi.org/10.1177/1529100612436661>.

¹⁰ P. Nick Blanchard and James W. Thacker, *Effective Training: Systems, Strategies, and Practices*, 2023.

Resource Management," menjelaskan bahwa manajemen pelatihan adalah bagian integral dari keseluruhan manajemen kinerja. Cascio dan Aguinis berpendapat bahwa pelatihan harus dianggap sebagai investasi strategis dalam pengembangan sumber daya manusia, dimana keberhasilannya diukur berdasarkan dampaknya terhadap produktivitas dan kinerja organisasi. Cascio dan Aguinis juga menekankan pentingnya memanfaatkan data dan teknologi untuk menyesuaikan pelatihan agar lebih relevan dan efisien sesuai dengan kebutuhan individu. Dengan demikian, pelatihan menjadi lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan dan kompetensi peserta.¹¹

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen pelatihan adalah proses yang sistematis dan terencana untuk memastikan pelatihan dapat meningkatkan pengetahuan, ketrampilan dan kompetensi. Proses ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan organisasi dan

¹¹ Wayne F. Cascio and Herman Aguinis, *Applied Psychology in Talent Management*, 2019, <https://doi.org/10.4135/9781506375953>.

karyawan, dengan tujuan memastikan efektivitas pelatihan. Manajemen pelatihan juga berperan penting dalam mendukung kinerja keseluruhan organisasi.

b. Teori Manajemen

Proses kerja sama antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara terstruktur untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan merupakan arti dari manajemen. Menurut Nany Mayasari, manajemen dapat dipandang dari berbagai perspektif, seperti sebagai sebuah proses, seni, metode, kekuatan, fungsi, tanggung jawab, atau bentuk upaya untuk mencapai hasil tertentu.¹²

Sedangkan menurut Pandji Anoraga dalam bukunya Manajemen Bisnis menyatakan bahwa manajemen adalah manajemen adalah serangkaian langkah atau proses yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Setiap langkah ini menggabungkan pengetahuan dan keterampilan, serta dilakukan secara

¹² Nanny Mayasari, Margiyono Suyitno, and Nurul Hikmah, *Perencanaan Pendidikan*, 2022.

sistematis untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan.¹³

Terry yang dikutip oleh The Liang, menjelaskan bahwa fungsi-fungsi manajemen mencakup empat hal utama yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Fungsi-fungsi ini dianggap bersifat universal, artinya dapat diterapkan di mana saja dan dalam berbagai jenis organisasi. Namun, bagaimana penerapannya akan tergantung pada jenis organisasi, budaya, dan anggota yang terlibat di dalamnya.¹⁴

Prinsip-prinsip dasar manajemen terbagi menjadi (*planning*) perencanaan, (*organizing*) pengorganisasian, (*directing*) pengarahan, dan (*controlling*) pengawasan. Fungsi dalam manajemen dikenal dengan *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* (POAC).¹⁵

¹³ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, 2009.

¹⁴ Djati Julitriarsa, *Manajemen Umum*, 2001.

¹⁵ Roni Angger Aditama, *Pengantar Manajemen : Teori Dan Aplikasi*, 2020.

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah langkah pertama dalam manajemen yang bertujuan untuk menetapkan tujuan dan merumuskan strategi untuk mencapainya. Dalam konteks pelatihan di sekolah, perencanaan mencakup beberapa aspek:

- a. Menetapkan tujuan pelatihan, maksudnya adalah Sekolah harus menentukan apa yang ingin dicapai melalui program pelatihan.
- b. Analisis kebutuhan, maksudnya adalah melakukan analisis untuk memahami kebutuhan siswa dan guru.
- c. Merumuskan rencana aksi, setelah tujuan kebutuhan teridentifikasi, sekolah harus mengembangkan rencana aksi yang jelas, termasuk kegiatan yang akan dilakukan, sumber daya yang dibutuhkan, dan *timeline* untuk pelaksanaan.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Berfokus pada pengaturan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam konteks pelatihan sekolah, ini termasuk:

- a. Pembentukan tim: sekolah harus membentuk tim yang bertanggung jawab atas pelaksanaan program pelatihan yang akan dibuat.
 - b. Penetapan tanggung jawab: sekolah menetapkan siapa yang bertanggung jawab untuk setiap aspek dari pelatihan.
 - c. Alokasi sumber daya: mengatur sumber daya yang dibutuhkan, seperti anggaran, ruang kelas, dan materi pelatihan.
3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan, yaitu saat di mana rencana yang telah dibuat mulai diimplementasikan. Dalam konteks pelatihan sekolah adalah sebagai berikut:

- a. Pelaksanaan sesi pelatihan, sekolah menjalankan program pelatihan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.
- b. Motivasi peserta yaitu menginspirasi dan memotivasi baik guru maupun siswa untuk aktif berpartisipasi dalam pelatihan.

- c. Fasilitasi pembelajaran : selama pelatihan, guru atau fasilitator harus dapat memberikan dukungan dan bimbingan kepada peserta agar mereka bisa memahami materi dengan baik dan merasa nyaman untuk bertanya.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Manajer memantau dan mengevaluasi untuk memastikan bahwa semua aktivitas berjalan sesuai dengan rencana. Dalam konteks pelatihan sekolah, ini mencakup :

- a. Pemantauan kemajuan yaitu mengawasi pelaksanaan program pelatihan untuk memastikan bahwa semua berjalan sesuai rencana.
- b. Evaluasi hasil pelatihan: penting untuk mengevaluasi apakah tujuan pelatihan tercapai.
- c. Tindakan korektif, jika ada penyimpangan atau masalah yang

muncul selama pelatihan, manajer perlu mengambil langkah perbaikan.¹⁶

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa fungsi-fungsi manajemen mencakup empat hal utama: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).

c. Konsep Manajemen Pelatihan

Menurut Sudjana, yang dikutip oleh Wiwin Herwina menjelaskan bahwa manajemen pelatihan adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh penyelenggara pelatihan, baik secara langsung maupun melalui pihak lain, untuk mencapai tujuan organisasi atau lembaga yang mengadakan pelatihan. Proses pengelolaan pelatihan ini dilakukan melalui beberapa fungsi manajemen dalam program pelatihan. Secara garis besar, ada tiga tahapan utama dalam manajemen pelatihan, yaitu yang pertama ada analisis

¹⁶ Hanjah Shafa'atul Hidayah et al., "Latihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia," *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)* 3, no. 1 (2024): 300–317, <https://doi.org/10.46306/ncabet.v3i1.128>.

kebutuhan pelatihan (*training needs analysis*), yang kedua pelaksanaan program pelatihan, dan yang terakhir evaluasi pelatihan.¹⁷

Dalam buku yang ditulis oleh Wirman Syafri dan Alwi, dijelaskan beberapa alasan mengapa sebuah organisasi memerlukan pelatihan. Alasan-alasan tersebut meliputi:

1. Meningkatnya kompetisi global dan domestik

Di era globalisasi, organisasi perlu mempersiapkan strategi untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, baik di tingkat global maupun domestik. Hal ini bisa dicapai dengan meningkatkan kemampuan organisasi, khususnya keterampilan teknis dalam menyelesaikan pekerjaan.

2. Perubahan teknologi yang cepat

Organisasi perlu beradaptasi dengan cepatnya perkembangan teknologi. Perubahan ini menuntut kemampuan dan keterampilan yang lebih tinggi dalam penggunaan teknologi dan komputerisasi.

¹⁷ Wiwin Herwina, *Analisis Model-Model Pelatihan*, CV. Bayfa Cendekia Indonesia, 2021.

3. Perubahan dalam tenaga kerja

Dalam sebuah organisasi, terdapat variasi dalam kemampuan tenaga kerja. Beberapa pegawai mungkin memiliki keterampilan yang sedang, sementara yang lain memiliki keterampilan yang tinggi.

4. Ketepatan pengambilan keputusan

Dalam kondisi yang tidak menentu, manajer dan pimpinan perlu dilatih untuk membuat keputusan yang akurat. Pelatihan ini penting agar mereka bisa lebih siap dalam menghadapi situasi yang ketidakpastian.

5. Merger, akuisisi, dan pelepasan dari organisasi induk

Ketika organisasi melakukan merger, akuisisi, atau memisahkan diri dari organisasi induk, mereka akan membutuhkan tenaga kerja yang terampil untuk menjalankan proses tersebut dengan lancar.

6. Keusangan pekerjaan dan munculnya pekerjaan baru

Perubahan lingkungan bisnis dan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang dapat menyebabkan beberapa pekerjaan

menjadi usang dan munculnya pekerjaan baru.¹⁸

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsep manajemen adalah cara mengelola sebuah organisasi agar bisa mencapai tujuannya dengan baik. Proses ini melibatkan berbagai aspek atau, seperti merencanakan apa yang akan dilakukan, mengatur sumber daya yang ada, menjalankan rencana tersebut, dan mengawasi jalannya kegiatan. Manajemen diperlukan untuk membantu organisasi menghadapi tantangan, seperti persaingan, perkembangan teknologi, perbedaan kemampuan tenaga kerja, dan perubahan lingkungan kerja. Selain itu, manajemen juga penting untuk memastikan keputusan yang diambil tepat dan membantu organisasi berkembang sesuai kebutuhan yang ada.

¹⁸ Asiva Noor Rachmayani, *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Publik*, 2015.

d. Tujuan Manajemen Pelatihan

Pada umumnya tujuan utama dari manajemen pelatihan menurut Noe dalam bukunya *Employee Training and Development* adalah untuk meningkatkan kinerja karyawan dan efektivitas organisasi. Menurutnya, pelatihan tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada peningkatan keterampilan praktis dan pengembangan sikap yang mendukung produktivitas kerja. Noe menekankan pentingnya pelatihan sebagai sarana untuk membangun kompetensi inti karyawan, yang pada akhirnya membantu organisasi mencapai tujuannya dengan lebih cepat dan efektif.¹⁹

Tujuan dari manajemen pelatihan menurut Goldstein dan Ford adalah untuk menciptakan lingkungan belajar yang efektif yang berfokus pada peningkatan kemampuan karyawan dalam menghadapi tugas-tugas yang semakin kompleks. Pelatihan bertujuan

¹⁹ Noe. A, *Employee Training And Development*.2010.

untuk memfasilitasi pembelajaran berkelanjutan, sehingga karyawan dapat mengembangkan pengetahuan dan kompetensi yang dibutuhkan untuk mencapai hasil yang lebih baik dalam pekerjaan mereka. Selain itu, tujuan lain dari pelatihan adalah untuk memperkuat kemampuan inovasi dan kreativitas karyawan dalam memecahkan masalah, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada pencapaian tujuan organisasi.²⁰

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen pelatihan memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kinerja dan efektivitas baik bagi karyawan maupun organisasi. Pelatihan dirancang untuk membantu karyawan mengembangkan keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang dibutuhkan agar lebih produktif serta siap menghadapi tantangan yang semakin kompleks.

²⁰ GoldsteinIrwin and Kevin Ford, *Training in Organizations: Needs Assessment, Development, and Evaluation*, 2002.

e. Manfaat Manajemen Pelatihan

Manajemen pelatihan yang efektif dapat memberikan manfaat signifikan baik untuk organisasi maupun karyawan. Becker dan Huselid menyatakan bahwa pelatihan yang terstruktur dengan baik dapat meningkatkan kinerja organisasi dengan cara meningkatkan keterampilan dan kemampuan karyawan. Manfaat utama yang mereka identifikasi meliputi:

1. Manfaat bagi organisasi

Dengan memberikan pelatihan yang tepat, organisasi tidak hanya memperbaiki keterampilan tenaga kerja, mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar. Karyawan yang lebih terampil dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan, menjadikan perusahaan lebih unggul dibandingkan pesaingnya.

2. Manfaat bagi karyawan

Manajemen pelatihan yang baik dapat meningkatkan kemampuan karyawan dalam menjalankan tugas sehari-hari. Selain itu,

pelatihan juga membuka peluang bagi karyawan untuk maju dalam karir mereka.²¹

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwasannya manfaat manajemen pelatihan adalah peningkatan keterampilan dan pengetahuan karyawan. Manajemen pelatihan juga memfasilitasi pengembangan karir karyawan dengan membuka peluang untuk promosi dan pengakuan profesional, sehingga organisasi dapat meraih keunggulan kompetitif, karena karyawan yang lebih terampil dapat beradaptasi dengan lebih cepat terhadap perubahan dan memberikan kontribusi lebih besar terhadap pencapaian tujuan organisasi.

f. Indikator Manajemen Pelatihan

Indikator manajemen pelatihan adalah tolak ukur yang digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu program pelatihan. Beberapa indikator utamanya meliputi perencanaan pelatihan, yang memastikan bahwa pelatihan

²¹ Brian E . Becker and Mark A . Huselid, “High Performance Work Systems and Firm Performance: A Synthesis of Research and Managerial Implications,” *Research in Personnel and Human Resources Management* 16, no. January 1998 (1998): 53–101.

dirancang sesuai dengan kebutuhan organisasi dan peserta. Selain itu, pelaksanaan pelatihan juga menjadi indikator penting, di mana kualitas pengajar, metode yang digunakan, dan keterlibatan peserta menjadi tolak ukur keberhasilannya.

Evaluasi hasil pelatihan juga menjadi indikator kunci, yaitu sejauh mana pelatihan tersebut berhasil meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kinerja peserta di tempat kerja. Indikator lainnya termasuk umpan balik dari peserta dan kemampuan mereka dalam menerapkan materi pelatihan dalam pekerjaan sehari-hari, yang menunjukkan apakah pelatihan tersebut relevan dan efektif. Semua indikator ini membantu memastikan bahwa pelatihan tidak hanya dijalankan dengan baik, tetapi juga berdampak positif bagi karyawan dan organisasi.

Menurut Kelly Walters dan Joel Rodriguez indikator utama manajemen pelatihan meliputi efektivitas pelaksanaan pelatihan, relevansi materi dengan kebutuhan pekerjaan, serta pengaruh pelatihan terhadap peningkatan keterampilan dan produktivitas karyawan. Kelly Walters dan Joel

Rodriguez berpendapat bahwa manajemen pelatihan harus dievaluasi berdasarkan dampaknya pada performa kerja, di mana keberhasilan pelatihan diukur dari sejauh mana peserta dapat mengaplikasikan apa yang mereka pelajari dalam pekerjaan sehari-hari.²²

Menurut Patel dan Green indikator keberhasilan manajemen pelatihan mencakup empat aspek utama:

1. Perencanaan strategis pelatihan

Organisasi terlebih dahulu merencanakan pelatihan dengan mempertimbangkan tujuan jangka panjang, kebutuhan karyawan, dan strategi perusahaan. Pelatihan yang terencana dengan baik akan lebih efektif dalam mencapai hasil yang diinginkan.

2. Keterlibatan peserta

Keterlibatan ini mencakup seberapa aktif peserta dalam mengikuti sesi pelatihan, berpartisipasi dalam diskusi, dan

²² Joel Rodriguez and Kelley Walters, "The Importance of Training and Development in Employee Performance and Evaluation," *International Journal Peer Reviewed Journal Refereed Journal Indexed Journal UGC Approved Journal Impact Factor 3*, no. 10 (2017): 206–12, www.wwjmr.com.

mempraktikkan keterampilan baru. Semakin tinggi tingkat partisipasi, semakin besar kemungkinan pelatihan tersebut akan memberikan hasil positif bagi individu dan organisasi.

3. Kepuasan peserta setelah pelatihan

Kepuasan peserta dapat diukur melalui survei atau umpan balik, di mana peserta menilai pengalaman mereka selama pelatihan, kualitas materi yang disampaikan, dan seberapa relevan pelatihan tersebut dengan pekerjaan mereka.

4. Evaluasi jangka panjang mengenai peningkatan performa kerja

Evaluasi ini biasanya dilakukan beberapa bulan setelah pelatihan untuk melihat apakah keterampilan yang diajarkan diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari dan apakah ada peningkatan dalam produktivitas atau kinerja karyawan.²³

²³ Patel and Green, *Measuring the Impact of Corporate Learning Initiatives.*" *Corporate Learning and Performance Review*, 2020.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan manajemen pelatihan ditandai oleh beberapa faktor utama, seperti seberapa efektif pelatihan dijalankan, relevansi materi yang diberikan dengan kebutuhan pekerjaan, serta dampaknya terhadap peningkatan keterampilan dan produktivitas karyawan. Keberhasilan pelatihan diukur dari kemampuan peserta untuk menerapkan pengetahuan yang mereka dapatkan dalam tugas sehari-hari. Indikator keberhasilan ini mencakup perencanaan yang strategis, partisipasi aktif peserta, kepuasan setelah pelatihan, serta evaluasi jangka panjang yang melihat dampak pelatihan terhadap kinerja karyawan dan organisasi secara keseluruhan.

2. Pelatihan

a. Pengertian Pelatihan

Pelatihan adalah suatu bagian dari proses pendidikan yang berfokus pada pembelajaran keterampilan tertentu di luar sistem pendidikan formal. Biasanya, pelatihan ini berlangsung dalam waktu yang lebih singkat dibandingkan dengan

pendidikan formal, dan lebih menekankan pada praktik langsung daripada teori.²⁴

Dalam buku *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil* yang ditulis oleh Kasmir, dijelaskan bahwa pelatihan adalah sebuah proses yang bertujuan untuk memberikan keterampilan, pengetahuan, dan wawasan kepada karyawan. Tujuannya adalah agar karyawan dapat meningkatkan kualitas kerja mereka dan menjadi lebih kompeten dalam tugas-tugas yang mereka jalankan.²⁵

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelatihan adalah kegiatan yang dilakukan oleh organisasi untuk meningkatkan wawasan, keterampilan, dan pengetahuan karyawan sesuai dengan bidang pekerjaan mereka. Pelatihan ini biasanya mencakup aktivitas pembelajaran yang terencana dan dirancang untuk memenuhi kebutuhan yang sudah diidentifikasi oleh

²⁴ Anan Sutisna, *Pelatihan Berbasis Kinerja: Konsep Implementasi Dan Implementasi Pada Pelatihan Tenaga Pendidik/Tutor*, 2012.

²⁵ Kasmir, *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori Dan Praktek*, 2016.

organisasi, sehingga hasilnya dapat langsung diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari.

b. Teori Pelatihan

Model ELC (*Experiential Learning Cycle*) yang dikembangkan oleh David A. Kolb pada tahun 1984, model ini merupakan pendekatan pelatihan yang berbasis pada pengalaman langsung atau pengalaman empiris sebagai dasar pengembangan konsep, teori, dan prinsip. Dalam model ini, peserta diajak membangun pemahaman melalui keterlibatan aktif dalam proses latihan, yang dilakukan secara induktif. Model ini bertujuan keterampilan dan pemahaman dengan cara memfasilitasi peserta untuk menghubungkan pengalaman praktis mereka dengan teori yang relevan.²⁶

Model Pembelajaran Integratif yang dikembangkan oleh Dr. Lee Meng Foon pada tahun 1997 mencakup langkah-langkah penting

²⁶ David A Kolb, “Experiential Learning: Experience as The Source of Learning and Development,” *Prentice Hall, Inc.*, no. 1984 (1984): 20–38, <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7223-8.50017-4>.

dalam merancang pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kinerja peserta, yaitu meliputi :

1. Analisis kebutuhan adalah dimana kita perlu untuk mengidentifikasi pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dibutuhkan peserta agar mereka dapat meningkatkan kinerja, kepuasan kerja, dan kontribusi mereka kepada organisasi.
2. Menetapkan tujuan pencapaian kinerja adalah berkaitan dengan hasil analisis kebutuhan dan harus jelas serta spesifik tentang kemampuan yang harus dimiliki peserta untuk mencapainya.
3. Manfaat Pelatihan adalah berkaitan dengan kita mencari tahu manfaat apa yang akan didapat peserta ketika mengikuti pelatihan tersebut, baik secara pribadi maupun profesional, dalam mencapai tujuan tersebut.
4. Persiapan peserta adalah melibatkan menciptakan hubungan yang relevan dengan materi, menekankan manfaat pelatihan, dan menggunakan pendekatan positif untuk meningkatkan kepercayaan diri peserta. Kita juga harus menyiapkan pengalaman belajar

yang menyenangkan, dengan memperhatikan berbagai gaya belajar dan menggunakan alat bantu yang kreatif, seperti metafora. Situasi belajar yang menyenangkan dapat meningkatkan keterlibatan peserta, serta memanfaatkan pengalaman positif yang mereka miliki sebelumnya.

5. Mempersiapkan praktik dan penguatan adalah memberi peserta kesempatan untuk belajar baik secara individu maupun dalam kelompok, serta memperhatikan perbedaan kecepatan belajar. Alokasi waktu untuk bermain dan bereksperimen juga sangat membantu dalam memperkuat pemahaman mereka.
6. Tindak lanjut dan dukungan adalah berupa kelompok diskusi, informasi berkala, atau dukungan dari staf ahli, serta kontak pribadi jika memungkinkan.
7. Evaluasi adalah melakukan penilaian atau menilai keberhasilan proses belajar, metode pengajaran yang digunakan, dan kinerja peserta di tempat kerja. Semua langkah ini

bertujuan untuk menciptakan proses belajar yang komprehensif dan efektif.

Benny dan kawan-kawan mendefinisikan pelatihan sebagai: “*A prespecified and planned experience that enable a person to do something that or she could not do before.*” pelatihan sebagai pengalaman belajar yang telah direncanakan dengan tujuan untuk membantu seseorang melakukan sesuatu yang sebelumnya belum bisa dia lakukan. Dalam hal ini, pelatihan dirancang secara khusus untuk memberikan peserta kemampuan atau keterampilan baru yang belum mereka miliki sebelumnya.²⁷

Dalam jurnal Pendidikan Ilmu Sosial yang ditulis oleh Slameto dan rekan-rekannya, dijelaskan bahwa pelatihan dapat memiliki berbagai bentuk, salah satunya adalah *In Service Learning* dan yang lainnya adalah *On the Job Training (OJT)*.

²⁷ Benny A. Pribadi, *Desain Dan Pengembangan Program Pelatihan Berbasis Kompetensi Implementasi Model ADDIE*, Kencana, 2014.

1. *In Service Learning*

Pendekatan pendidikan yang menggabungkan kegiatan layanan dengan pembelajaran yang terarah. Dalam metode ini, peserta pelatihan tidak hanya belajar teori, tetapi juga diharapkan untuk melakukan refleksi atas pengalaman yang mereka dapatkan, sehingga meningkatkan rasa tanggung jawab dan kerjasama dalam kelompok. Konsep ini sangat penting untuk membantu peserta mencapai tujuan yang telah mereka tetapkan. Program layanan pembelajaran ini bertujuan untuk membangun kesadaran, yang berarti bahwa pemahaman peserta dapat membentuk realitas mereka. Metode ini bisa dilakukan dalam suasana kelas, seperti melalui seminar, kuliah, atau pemutaran film yang berkaitan dengan pengembangan sumber daya manusia.

2. *On the Job Training (OJT)*

Jenis pelatihan yang dilakukan di tempat kerja, dimana pekerja ditempatkan dalam situasi kerja yang nyata. Dalam proses ini, mereka menerima instruksi dan bimbingan

dari karyawan yang sudah berpengalaman atau terlatih. OJT dapat mencakup berbagai metode, seperti demonstrasi langsung, simulasi, magang, serta pelatihan di dalam kelas yang meliputi ceramah, diskusi, studi kasus, permainan peran, dan instruksi terprogram. Beberapa metode yang sering digunakan dalam OJT antara lain pelatihan pengganti, rotasi pekerjaan, dan perkembangan yang terencana. Selain itu, ada juga pendekatan seperti *coaching* dan *konseling*, penggunaan dewan eksekutif atau manajemen ganda, tugas dalam komite, rapat staf, proyek, permainan bisnis, pelatihan kepekaan, dan metode pengembangan lainnya.²⁸

Berdasarkan teori pelatihan yang dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwasannya pelatihan merupakan suatu proses yang telah direncanakan dengan tujuan untuk memberikan pengalaman belajar kepada

²⁸ Slameto, *Pendidikan Ilmu Sosial*, 2015.

peserta, sehingga mereka bisa menguasai keterampilan atau kemampuan baru yang sebelumnya tidak dimiliki.

c. Indikator Pelatihan

Indikator-indikator pelatihan menurut Sondang P. Siagian mencakup beberapa aspek penting, yaitu partisipasi, materi pelatihan, tingkat kesulitan kerja, dan transfer pengetahuan.²⁹ Penggunaan indikator-indikator ini sangat berguna dalam mempersiapkan pelatihan. Selain itu, indikator juga berfungsi sebagai dasar untuk memantau hasil akhir dari pelaksanaan program pelatihan.

Anwar Prabu Mangkunegara juga menjelaskan bahwa indikator pelatihan mencakup beberapa elemen penting, yaitu instruktur, peserta, materi yang diajarkan, metode pelatihan, biaya, fasilitas yang tersedia, serta tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Dengan memperhatikan semua

²⁹ Sondang P. Siagian, *Teori Dan Praktek Kepemimpinan*, 2003.

aspek ini, diharapkan pelatihan dapat memberikan dampak positif bagi semua pihak yang terlibat.³⁰

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, bisa disimpulkan bahwa indikator pelatihan adalah berbagai elemen penting yang digunakan untuk menilai dan mengukur seberapa efektif suatu program pelatihan. Indikator ini mencakup aspek-aspek seperti keterlibatan peserta, kualitas instruktur, materi yang diajarkan, metode pelatihan yang diterapkan, biaya yang diperlukan, fasilitas yang disediakan, serta tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Dengan memperhatikan indikator-indikator ini, organisasi dapat memastikan bahwa pelatihan berlangsung dengan baik, berkualitas, dan memberikan manfaat maksimal bagi semua yang terlibat.

3. Pemasaran Sekolah

a. Pengertian Pemasaran Sekolah

Pemasaran sekolah adalah pendekatan strategis yang digunakan oleh institusi pendidikan untuk meningkatkan daya saing dan menarik minat

³⁰ Anwar Prabu Mangkunegara, "Manajemen Sumber Daya Manusia," 2016, 7–42.

calon siswa. Beno dan Yanti berpendapat bahwa pemasaran sekolah mencakup penggunaan berbagai teknik promosi dan komunikasi untuk membangun citra sekolah serta menyampaikan nilai dan keunggulan institusi kepada publik.³¹

Alinda dan Riri menjelaskan bahwa pemasaran sekolah di era digital memanfaatkan teknologi untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui media sosial, website, dan platform digital lainnya. Alinda dan Riri berpendapat bahwa pemasaran sekolah harus menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen untuk tetap relevan. Penelitian mereka menekankan pentingnya analisis data dan feedback untuk merancang strategi pemasaran yang efektif.³²

Menurut Wulandari dan Kurniawan pemasaran sekolah adalah pendekatan yang

³¹ J Beno, A.P Silen, and M Yanti, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah," *Braz Dent J.* 33, no. 1 (2022): 1–12.

³² Dwi Alinda, Riri Nurfazri, and Yuliana Tri Fadillah, *Strategi Manajemen Pemasaran Di Era Digital, Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, vol. 3, 2024, <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>.

berfokus pada kualitas layanan dan pengalaman pengguna dalam pendidikan. Pemasaran sekolah tidak hanya sekedar tentang promosi, tetapi juga tentang memastikan bahwa layanan sekolah yang diberikan memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi siswa dan orang tua. Pemasaran sekolah yang efektif harus didukung oleh pelayanan berkualitas tinggi untuk menarik dan mempertahankan siswa, serta untuk meningkatkan kepuasan pengguna.³³

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemasaran sekolah adalah strategi yang digunakan oleh sekolah untuk meningkatkan daya tariknya dan bersaing di pasar. Hal ini melibatkan berbagai cara promosi dan komunikasi untuk memperkenalkan keunggulan dan nilai sekolah kepada calon siswa dan orang tua. Zaman sekarang, pemasaran pendidikan memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial dan situs web, untuk menjangkau lebih banyak orang. Oleh karena itu, pemasaran pendidikan perlu

³³ Wulandari and Kurniawan, "Pemasaran Pendidikan Berbasis Kualitas Layanan: Studi Kasus Pada Sekolah Menengah Pertama.," *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2021, 79–92.

menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi dan perubahan dalam cara orang berinteraksi dengan informasi agar tetap efektif dan relevan.

b. Fungsi Pemasaran Sekolah

Fungsi utama dari pemasaran sekolah adalah menciptakan komunikasi yang efektif antara sekolah, siswa, dan orang tua. Andri cahyo berpendapat bahwa, pemasaran sekolah yang baik tidak hanya sekedar mempromosikan sekolah, tetapi juga melibatkan cara menyampaikan informasi secara jelas dan akurat. Ini termasuk informasi tentang program yang ditawarkan, fasilitas yang tersedia, serta keunggulan-keunggulan dari sekolah tersebut. Komunikasi yang efektif dalam konteks pemasaran pendidikan sangat penting karena memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh semua pihak yang terlibat.³⁴

Menurut Riyanto dan Bahtiar mengemukakan bahwa pemasaran sekolah memiliki fungsi penting

³⁴ Andri Cahyo Purnomo, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Strategi Penentuan Pasar Sasaran," *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan* 1, no. 2 (2022): 130–37, <https://doi.org/10.55606/inovasi.v1i2.129>.

dalam membangun dan mengembangkan hubungan yang kuat antara sekolah, komunitas lokal, orang tua, dan alumni. Pemasaran sekolah tidak hanya sekedar tentang promosi sekolah, tetapi juga mampu menjalin hubungan yang positif dan produktif, yang pada akhirnya dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi sekolah dan komunitasnya.³⁵

Hidayatussaliki dan riki berpendapat bahwa pemasaran sekolah berfungsi untuk menyesuaikan penawaran pendidikan dengan kebutuhan pasar dan calon siswa. Fungsi ini melibatkan pemahaman tren dan kebutuhan pendidikan yang berkembang serta penyesuaian program sekolah untuk memenuhi ekspektasi calon siswa. Pemasaran yang efektif dapat membantu sekolah dalam merancang penawaran pendidikan yang relevan dan menarik bagi target audiens mereka,

³⁵ Bahtiar Irianto, "Pemasaran Pendidikan," *Jurnal YBI* 2, no. 1 (2016): 115, https://www.researchgate.net/publication/355901778_Pemasaran_Pendidikan.

serta meningkatkan daya saing di pasar pendidikan.³⁶

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa fungsi pemasaran sekolah adalah upaya strategis untuk membangun komunikasi yang efektif antara sekolah, siswa, dan orang tua, serta komunitas lokal dan alumni. Ini melibatkan penyampaian informasi yang jelas tentang program, fasilitas, dan keunggulan sekolah, sekaligus berfungsi sebagai alat untuk menciptakan dan memperkuat hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan semua pihak.

c. Indikator Pemasaran Sekolah

Indikator pemasaran sekolah mencakup beberapa hal penting diantaranya sebagai berikut:

1. Bertambahnya jumlah pendaftar

Jika jumlah pendaftar di sekolah meningkat, maka hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan berhasil

³⁶ Hidayatussaliki Hidayatussaliki, Riki Alfian, and Afif Ma'sum, "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Pendidikan Di Perguruan Tinggi Islam," *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 1 (2023): 69–81, <https://doi.org/10.18860/rosikhun.v3i1.21630>.

menarik minat masyarakat, khususnya calon siswa dan orang tua.

2. Meningkatnya kualitas layanan

Kualitas layanan juga menjadi bagian penting dari keberhasilan pemasaran. Layanan yang baik berarti proses administrasi yang mudah, fasilitas yang memadai, serta hubungan yang baik antara guru, siswa, dan orang tua. Semakin baik layanan yang diberikan sekolah, semakin besar kepercayaan masyarakat terhadap sekolah tersebut.

3. Membaiknya reputasi sekolah

Reputasi sekolah yang terus membaik juga menjadi indikator utama. Reputasi ini bisa dibangun melalui berbagai cara, termasuk pemasaran digital. Sekolah yang aktif mempromosikan diri di media sosial atau melalui situs web cenderung lebih dikenal dan dipercaya oleh masyarakat.³⁷

³⁷ Andri Cahyo Purnomo, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Strategi Penentuan Pasar Sasaran.”

Menurut Riyanto, menyebutkan bahwa indikator utama dari pemasaran sekolah meliputi kepuasan orang tua dan siswa, citra positif sekolah di mata publik, serta peningkatan partisipasi komunitas. Riyanto berpendapat bahwa keberhasilan pemasaran sekolah tidak hanya dilihat dari jumlah siswa, tetapi juga dari seberapa puas orang tua dan siswa terhadap kualitas pendidikan yang diberikan.³⁸

Rizal dan Santosa menjelaskan bahwa indikator keberhasilan pemasaran sekolah mencakup tingkat loyalitas alumni, partisipasi aktif orang tua dalam kegiatan sekolah, serta kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan di sekolah tersebut. Hubungan yang kuat antara sekolah dengan komunitas, alumni, dan orang tua adalah salah satu ukuran keberhasilan pemasaran pendidikan.³⁹

Dengan demikian indikator pemasaran sekolah diantaranya adalah meningkatnya jumlah pendaftar, perbaikan kualitas layanan, serta

³⁸ Irianto, "Pemasaran Pendidikan."

³⁹ Rizal and Santosa, "Indikator Kunci Dalam Strategi Pemasaran Pendidikan," *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2020.

reputasi sekolah yang semakin baik di mata masyarakat. Selain itu, loyalitas alumni, kepuasan orang tua dan siswa, serta partisipasi aktif komunitas dalam kegiatan sekolah juga menjadi tanda bahwa pemasaran sekolah berjalan dengan baik. Pemasaran yang efektif, terutama melalui media digital, membantu menarik minat masyarakat sekaligus memperkuat hubungan antara sekolah dan para pemangku kepentingannya.

4. *Content Creative*

a. *Pengertian Content Creative*

Content creative adalah konten yang dibuat secara khusus dengan tujuan menarik perhatian audiens dan mempromosikan produk atau layanan tertentu. Konten ini bisa berupa video, gambar, atau teks yang dirancang dengan ide-ide kreatif agar terlihat menarik dan unik. Menurut Ardani dan Shilvia, konten kreatif harus disesuaikan dengan target audiens dan memiliki visual yang menonjol agar mudah diperhatikan. Selain itu, konten tersebut harus relevan dengan pesan atau informasi yang ingin disampaikan, sehingga audiens dapat dengan mudah memahami dan

tertarik untuk berinteraksi, seperti meninggalkan komentar, membagikan, atau bahkan melakukan pembelian. Tujuan akhirnya adalah menciptakan keterlibatan (*engagement*) dan mencapai hasil pemasaran yang efektif.⁴⁰

Menurut Suriadi *content creative* merupakan sarana komunikasi yang efektif untuk membangun kesadaran merek melalui pendekatan visual yang menarik dan interaktif. Melalui pendekatan visual yang menarik dan interaktif, konten kreatif mampu menarik perhatian audiens dan membuat mereka lebih terlibat. Konten ini tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga dirancang khusus agar dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh merek, sehingga konsumen lebih tertarik dan terhubung dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Hal ini membantu merek membangun hubungan yang

⁴⁰ Shilvia Putri Ardani and Widiya Lestari Harahap, “Strategi Konten Kreatif Untuk Meningkatkan Engagement Umkm Di Social Media,” *Jurnal Rupa Matra* 2, no. 2 (2024): 136–43, <https://doi.org/10.62375/jdkv.v2i2.228>.

lebih dekat dengan konsumen dan meningkatkan keterlibatan mereka secara signifikan.⁴¹

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *content creative* adalah konten yang dirancang dengan tujuan khusus untuk menarik perhatian audiens dan mempromosikan produk atau layanan secara efektif. Konten ini menggunakan elemen visual, ide-ide kreatif, dan interaksi yang menarik agar mampu meningkatkan kesadaran merek dan keterlibatan audiens. Konten kreatif bukan hanya soal penyampaian informasi, tetapi juga soal menciptakan pengalaman yang menarik dan unik untuk audiens.

b. Manfaat *Content Creative*

Content Creative memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran merek atau brand awareness suatu perusahaan. Menurut Sari dan Nugroho ketika perusahaan menggunakan konten yang dirancang secara kreatif dalam strategi

⁴¹ Suriadi, "Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness Dan Kesadaran Berderma Generasi Milenial Pada Lembaga Kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap," *Humanis (Humanities, Management and Science Proceedings)* 01, no. 2 (2021): 920–29, <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>.

pemasaran digital, hal ini membantu perusahaan untuk membangun citra yang baik di mata audiens. *Content Creative* tersebut tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu memberikan kesan yang lebih mendalam kepada audiens tentang merek tersebut. Dengan begitu, orang lebih mudah mengingat dan mengasosiasikan merek dengan kualitas atau nilai tertentu, yang akhirnya memperkuat kesadaran merek di benak konsumen.⁴²

Utami dan Ramadhan berpendapat bahwasannya *content creative* dapat memperkuat hubungan antara konsumen dan produk atau layanan. Ketika konten dirancang dengan cara yang menarik dan interaktif, konsumen merasa lebih terlibat dan tertarik untuk terus berinteraksi dengan merek. Interaksi yang berulang ini secara perlahan membangun kedekatan emosional dan kepercayaan, sehingga membuat konsumen lebih setia dan loyal terhadap produk atau layanan tersebut. Pada akhirnya, loyalitas ini dapat

⁴² Sari and Nugroho, "Pemasaran Digital Berbasis Konten Kreatif Untuk Meningkatkan Brand Awareness," *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2020.

menghasilkan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan bagi konsumen dan merek.⁴³

Menurut Wulandari *content creative* memiliki kemampuan untuk mendorong interaksi lebih intens dengan audiens, diantaranya sebagai berikut:

1. Memotivasi audiens

Melalui desain yang menarik dan pesan yang mudah dipahami, konten kreatif tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membuat audiens ingin lebih berinteraksi dengan produk atau layanan yang ditawarkan.

2. Peluang konversi dan loyalitas pelanggan.

Content creative yang efektif dapat membantu memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mendorong konversi. Ketika mereka menikmati konten yang disajikan, baik dalam bentuk video, gambar, atau teks, mereka cenderung lebih sering berinteraksi dengan brand tersebut, seperti memberikan

⁴³ Utami and Ramadhan, “Efektivitas Konten Kreatif Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Di Era Digital,” *Jurnal Ekonomi Digital*, 2021.

komentar, membagikan konten, atau mengunjungi situs web. Interaksi yang berulang ini tidak hanya memperkuat hubungan, tetapi juga meningkatkan peluang konversi, yaitu ketika audiens berubah menjadi pembeli.⁴⁴

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *content creative* memainkan peran penting dalam tiga aspek utama:

1. Peningkatan *brand awareness*

Content creative dapat membantu brand untuk lebih dikenal oleh *audiens*. Ketika sebuah konten menarik perhatian banyak orang, mereka menjadi lebih *familiar* dengan nama dan identitas brand tersebut.

2. Interaksi dengan audiens

Konten yang dirancang secara kreatif mendorong audiens untuk terlibat lebih dalam. Misalnya, sebuah video yang menarik atau gambar yang unik bisa membuat audiens tertarik untuk memberikan komentar,

⁴⁴ Ardani and Widiya Lestari Harahap, “Strategi Konten Kreatif Untuk Meningkatkan Engagement Umkm Di Social Media.”

menyukai, atau bahkan membagikan konten tersebut.

3. *Engagement* di media sosial

Konten yang dibagikan di media sosial dapat memicu interaksi yang lebih luas, baik melalui *like*, *share*, atau komentar. Ketika audiens terlibat secara aktif dengan konten, ini menciptakan komunikasi dua arah antara brand dan audiens, yang dapat meningkatkan loyalitas dan kesetiaan terhadap brand.

c. Indikator *Content Creative*

Indikator utama dari *content creative* adalah bagaimana konten tersebut memiliki ide yang orisinal, relevansi dengan tren terkini, dan kemampuannya untuk memicu percakapan. Artinya, sebuah *content creative* yang baik harus memiliki gagasan yang unik dan tidak hanya meniru apa yang sudah ada, tetapi membawa sesuatu yang baru dan berbeda. Selain itu, konten tersebut perlu sesuai dengan trend atau isu yang sedang hangat, sehingga audiens merasa konten tersebut relevan dengan situasi yang mereka hadapi saat ini. Dengan begitu, konten ini bukan

hanya ditonton atau dibaca, tetapi juga memicu keterlibatan aktif dari orang yang melihatnya.⁴⁵

Menurut Andirwar dan Virda, menjelaskan bahwa indikator kesuksesan dari *content creative* dapat dilihat dari seberapa sering konten tersebut dibagikan (*share*), jumlah *like* yang diterima, komentar yang muncul, serta adanya peningkatan jumlah *followers* atau pengikut di media sosial. Artinya, konten yang berhasil akan memicu banyak orang untuk membagikannya kepada teman atau jaringan mereka, menunjukkan bahwa konten tersebut dianggap menarik atau bermanfaat. Semua ini menunjukkan bahwa konten tersebut tidak hanya disukai, tetapi juga membantu memperluas jangkauan dan memperkenalkan merek atau pesan kepada banyak orang.⁴⁶

⁴⁵ Mukhammad As Alukal Huda Mei Fani, Aqwa Naser Daulay, and Budi Harianto Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, "Strategi Konten Kreatif Dalam Membentuk Citra Merek Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Usaha Konten Kreatif Yelo Studio)," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 7, no. 3 (2024): 307–18, <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya307>.

⁴⁶ Andirwan Andirwan et al., "Strategi Pemasaran Digital : Inovasi Untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen Di Era Digital," *JIMAT: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir* 2, no.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa indikator utama *content creative* adalah seberapa orisinal ide yang dimiliki, seberapa relevan konten dengan tren saat ini, dan bagaimana konten tersebut bisa memicu percakapan di antara audiens.

5. *Vidiografi Islami*

a. Pengertian *Vidiografi*

Videografi adalah cara untuk merekam momen atau kejadian dalam bentuk gambar dan suara. Hasilnya bisa kita nikmati di kemudian hari, baik sebagai kenangan atau sebagai bahan untuk mempelajari apa yang sudah terjadi. Manusia bisa mengolah informasi visual dengan cepat dan efisien, serta lebih tahan lama dibandingkan informasi yang disampaikan secara tulisan atau lisan. Ini menunjukkan bahwa media seperti video bisa membantu menyampaikan pesan dengan lebih mudah dan menjangkau lebih banyak orang.⁴⁷

1 (2023): 155–66,
<https://journal.stieamsir.ac.id/index.php/abrij/article/view/405>.

⁴⁷ Yana Erlyana and Hendia Hansen, “Pelatihan Fotografi Dan Videografi Secara Virtual Dalam Peningkatan Kemampuan Diri Pada Pandemic Covid-19,” *Jurnal Pengabdian Dan*

Menurut Nugroho berpendapat bahwa videografi merupakan bentuk media visual yang dirancang untuk menyampaikan pesan pemasaran atau informasi tentang produk dengan cara yang lebih efektif kepada audiens. Nugroho menjelaskan bahwa melalui *videografi*, konsumen dapat memahami produk dengan lebih mendalam, yang pada gilirannya bisa memengaruhi keputusan pembelian mereka dengan cara yang lebih kuat. Dengan kata lain, *videografi* tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membantu audiens merasakan dan memahami manfaat produk secara lebih jelas.⁴⁸

b. *Vidiografi Islami*

Vidiografi Islami adalah suatu bentuk seni dan teknik pembuatan video yang berfokus pada konten yang sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam. Dalam konteks ini, *vidiografi* tidak hanya sekadar merekam gambar dan suara, tetapi juga mengedepankan pesan moral, spiritual, dan edukatif yang sejalan dengan ajaran Islam. Karya-

Kewirausahaan 5, no. 1 (2021),
<https://doi.org/10.30813/jpk.v5i1.2725>.

⁴⁸ Nugroho J Setiadi, "PerilakuKonsumen," 2003.

karya *vidiografi Islami* sering kali mencakup tema-tema seperti dakwah, pendidikan agama, dan pengenalan budaya Islam. Selain itu, produksi *vidiografi* ini juga menekankan pentingnya etika dalam pembuatan konten, seperti menghindari representasi yang dapat menimbulkan kontroversi atau salah tafsir.⁴⁹ Dengan demikian, *vidiografi Islami* berfungsi sebagai media yang efektif untuk menyebarkan pengetahuan dan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda, dalam format yang menarik dan mudah diakses.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *videografi* adalah media yang sangat efektif dalam pemasaran karena kemampuannya untuk menggabungkan visual, audio, dan narasi. Hal ini memungkinkan audiens tidak hanya melihat, tetapi juga mendengarkan dan merasakan pesan yang ingin disampaikan.

⁴⁹ Dafrizal Samsudin and Indah Mardini Putri, "Etika Dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial Di Indonesia," *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 2 (2023): 125, <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i2.7474>.

B. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah kajian tentang penelitian-penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti. Hasil dari penelitian terdahulu kemudian digunakan oleh peneliti sebagai pembanding atau tambahan informasi dalam penelitian yang akan dilaksanakan.

Beberapa kajian pustaka yang digunakan penulis sebagai referensi awal dalam melakukan penelitian yaitu:

1. Penelitian dalam artikel jurnal Adminitrasi Pendidikan yang ditulis oleh Joko Ahmad Julifan pada tahun 2017 yang berjudul “Efektivitas Manajemen Pendidikan dan Pelatihan Berbasis Kompetensi Bagi Guru”.⁵⁰ Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Program pelatihan di PPPPTK BMTI masih menghadapi berbagai kendala yang menghambat efektivitasnya. Salah satu masalah utamanya adalah perencanaan pelatihan yang kurang matang, karena tidak didasarkan pada analisis kebutuhan yang memadai. Akibatnya, materi yang

⁵⁰ Joko Ahmad Julifan, “Efektivitas Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan Berbasis Kompetensi Bagi Guru,” *Jurnal Administrasi Pendidikan* 12, no. 2 (2017), <https://doi.org/10.17509/jap.v22i2.5382>.

disampaikan sering kali tidak relevan dengan kebutuhan nyata para guru, selain itu keterbatasan anggaran juga menjadi hambatan dalam melakukan analisis kebutuhan yang lebih baik.

Proses seleksi peserta juga belum dilakukan dengan tepat. Dalam pelaksanaannya, program pelatihan juga kurang efektif karena materi terlalu padat dan disampaikan dalam waktu singkat, sehingga peserta tidak memiliki cukup waktu untuk benar-benar memahami dan mempraktikkan keterampilan yang diajarkan. Metode pelatihan yang digunakan cenderung monoton, seperti terlalu banyak ceramah, sehingga peserta kurang terlibat aktif. Selain itu, fasilitas pelatihan seperti peralatan dan bahan ajar sering kali tidak memadai, misalnya alat praktik yang sudah usang dan bahan ajar yang terlambat disiapkan, sehingga menghambat proses belajar.

Evaluasi pelatihan juga belum menyeluruh, karena hanya menilai kinerja pengajar tanpa melihat dampak keseluruhan program terhadap peningkatan kompetensi peserta. Setelah pelatihan selesai, banyak peserta yang kesulitan menerapkan keterampilan yang mereka pelajari dalam pekerjaan sehari-hari,

karena kurangnya dukungan dari sekolah atau tempat kerja mereka dan tidak adanya tindak lanjut dari lembaga pelatihan. Semua masalah ini menunjukkan bahwa program pelatihan perlu perbaikan di berbagai aspek agar lebih relevan, efektif, dan bermanfaat bagi para guru.

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama fokus pada manajemen pelatihan dan mengevaluasi efektivitas program pelatihan yang diberikan kepada peserta untuk meningkatkan kualitas dan hasil pelatihan tersebut. Namun, terdapat beberapa perbedaan yang signifikan. Penelitian dalam jurnal ini berfokus pada pelatihan berbasis kompetensi bagi guru di lingkungan lembaga pendidikan dan pelatihan.

2. Penelitian dalam artikel jurnal *Dedikasi: Community Service Reports* yang ditulis oleh Siti Wahyuningsih, Upik Elok Endang Rasmani, Novita Eka Nurjanah, Jumi atmoko, Nurul Shofiatin Zuhro, Anjar Fitrianingtyas, dan Bambang Winarji, pada tahun 2022.⁵¹ Penelitian tersebut berfokus pada pelatihan

⁵¹ Siti Wahyuningsih et al., "Pelatihan Manajemen Pemasaran Lembaga PAUD Berbasis Web Di TK Surakarta," *DEDIKASI*:

manajemen pemasaran berbasis web untuk lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di Surakarta, yaitu TK LKMD Marsudisiwi dan TK Aisyiah 20 Pajang. Kedua sekolah ini mengalami penurunan jumlah siswa, terutama setelah pandemi COVID-19, karena promosi digital yang kurang maksimal. Untuk mengatasi masalah tersebut, peneliti mengadakan pelatihan agar para guru dapat memanfaatkan situs web sebagai alat pemasaran.

Pada tahap pelaksanaan, peserta diajarkan cara membuat dan mengelola situs *web* menggunakan *Google Sites*. Hasilnya, dengan pendampingan yang intensif, para guru berhasil menguasai keterampilan membuat situs web dan menggunakan platform tersebut untuk mempromosikan sekolah. Setelah situs web diluncurkan, terlihat adanya peningkatan jumlah pengunjung dan minat masyarakat terhadap sekolah-sekolah tersebut. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran lembaga pendidikan melalui pelatihan yang terstruktur. Perbedaan penelitian ini

adalah jurnal ini berfokus pada lembaga PAUD di Surakarta dan lebih menekankan pada penggunaan teknologi digital untuk pemasaran, seperti pembuatan *situs web* dengan *Google Sites*.

3. Penelitian dalam artikel jurnal Abdi Psikonomi yang ditulis oleh Muzakar Isa, Aflit Nuryulia Praswati, Evi Kurnia Sari, Khesa Dewi Nur Ramadani pada tahun 2017.⁵² Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pentingnya pemasaran pendidikan untuk meningkatkan kesadaran dan menarik minat calon siswa. Salah satu fokus utama dari jurnal ini adalah implementasi pelatihan digital marketing, yang mencakup pembuatan berbagai konten promosi seperti pamphlet, video, dan penggunaan media sosial untuk memasarkan sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tim pengabdian masyarakat berhasil memberikan solusi berupa strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan citra dan pendaftaran siswa di MIM PK Wirogunan. Konten pemasaran yang dihasilkan telah dibagikan melalui

⁵² Muzakar Isa, Praswati Nur Yulia, and Evi Kurnia Sari, "Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Untuk Meningkatkan Citra MIM PK Wirogunan." 10, no. 2 (2017): 107–12, <https://apothesis.lib.teicrete.gr/handle/11713/8242>.

media sosial, diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendaftaran siswa. Persamaan penelitian ini adalah fokus pada pemasaran pendidikan dan menekankan pentingnya digital marketing dalam meningkatkan visibilitas lembaga pendidikan. Perbedaan nya adalah menekankan pada pelatihan dan implementasi konten digital.

4. Penelitian dalam artikel jurnal Nomosleca yang ditulis oleh Niluh Wiwik Eka Putri dan I Gede Titah Pratyaksa pada tahun 2024.⁵³ Penelitian tersebut mengeksplorasi peran digital *content creative* di Instagram sebagai media informasi untuk promosi penerimaan mahasiswa baru. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan model komunikasi Luther, yang mencakup berbagai tahap, seperti konsep, desain, pengumpulan materi, perakitan, pengujian, dan distribusi. Metodologi yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan *fenomenologi*, serta teori *Excellence* dalam komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa postingan di

⁵³ Niluh Wiwik Eka Putri and I Gede Titah Pratyaksa, “Digital Content Creative Sebagai Media Informasi Melalui Instagram Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru Di STAHN Mpu Kuturan Singaraja,” *Jurnal Nomosleca* 10, no. 1 (2024): 143–57, <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v10i1.12910>.

Instagram mengadopsi model *Two-Way Symmetric*, yang menekankan pentingnya umpan balik dari audiens. Beberapa postingan juga menggunakan model *Public Information* untuk komunikasi satu arah. Persamaan penelitian ini adalah berfokus pada dunia pendidikan dan melibatkan penggunaan media digital untuk menjangkau audiens. Perbedaan penelitian ini adalah lebih berfokus pada penerimaan mahasiswa baru di perguruan tinggi.

5. Penelitian dalam artikel *Journal of Engineering and Information Technology for Community Service (JEIT-CS)* yang ditulis oleh Neneng, Fera Lestari, Try Susanto, dan Rikendry pada tahun 2022.⁵⁴ Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pentingnya media informasi, khususnya video profil, sebagai alat yang efektif untuk mempromosikan sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mitra yang terlibat merasa sangat puas dengan proses pembuatan video profil, yang mencakup pembuatan *storyboard*, pengambilan video, dan asistensi dalam hasil akhir.

⁵⁴ Neneng and Fera Lestari, "Pengembangan Video Profil Sekolah Sebagai Media Promosi Efektif SMA Negeri 1 Pagelaran," *Journal of Engineering and Information Technology for Community Service (JEIT-CS)* 2 (2022): 38–43.

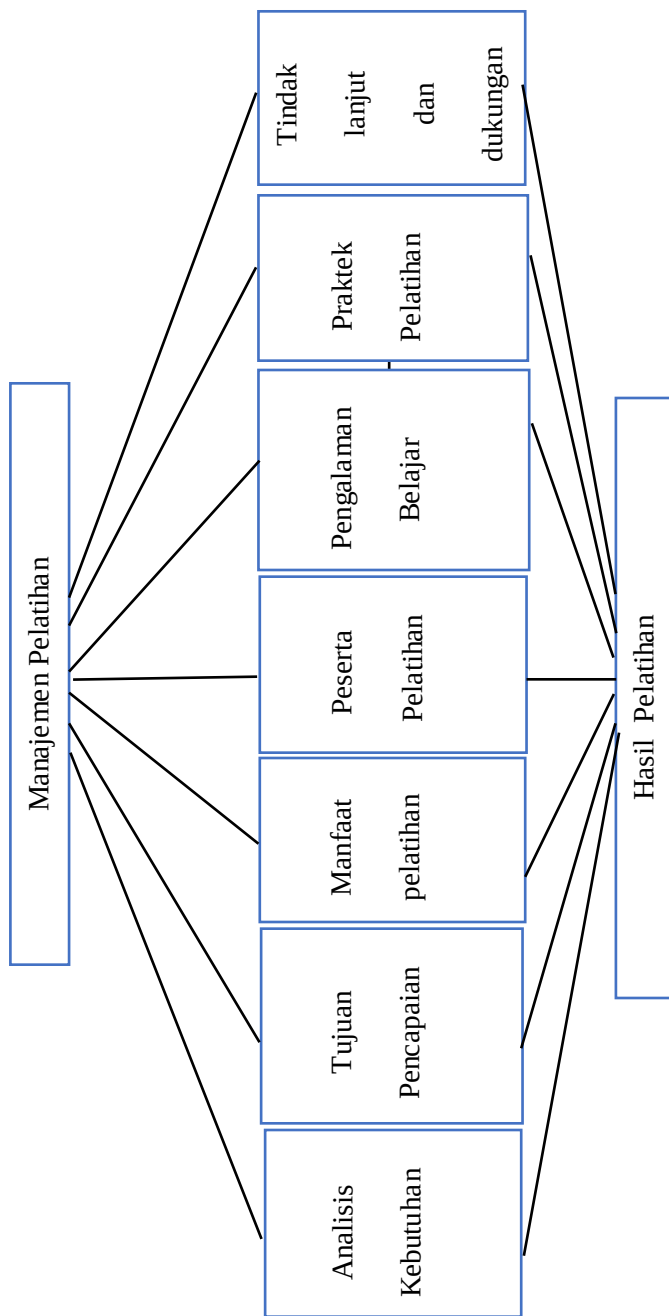
Kuisisioner yang disebarkan tersebut, 85% responden menyatakan kepuasan terhadap video profil yang dihasilkan. Video ini dinyatakan layak digunakan sebagai sarana promosi untuk SMA Negeri 1 Pagelaran, yang sebelumnya mengalami kesulitan dalam pembuatan video karena keterbatasan sumber daya manusia dalam bidang pengeditan video. Persamaan penelitian ini adalah sama sama bertujuan untuk mempromosikan institusi pendidikan kepada publik dan menggunakan media untuk menyampaikan informasi. Perbedaan penelitian ini adalah lebih menekankan pada pengembangan video profil sebagai media promosi.

C. Kerangka Berfikir

Pengelolaan pelatihan yang baik sangat penting dalam dunia pendidikan saat ini, terutama dalam hal pemasaran sekolah di era digital. SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang menghadapi tantangan dalam memanfaatkan media digital untuk mempromosikan sekolah secara kreatif dan menarik. Di era *modern*, pemasaran melalui konten kreatif dan videografi menjadi sangat penting untuk membangun citra positif dan menarik minat masyarakat terhadap sekolah. Sayangnya, para guru dan staf di SD Negeri Ngaliyan 01

Semarang masih belum memiliki keterampilan yang cukup dalam hal pembuatan dan pengelolaan konten digital yang efektif. Akibatnya, potensi besar dari pemasaran digital belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh sekolah untuk menarik lebih banyak siswa atau meningkatkan citra sekolah.

Manajemen pelatihan menjadi solusi penting untuk meningkatkan kemampuan guru dan staf dalam pemasaran digital. Tujuan dari manajemen pelatihan ini adalah memberikan mereka keterampilan yang dibutuhkan, tidak hanya dalam membuat konten kreatif, tetapi juga dalam menguasai *videografi* yang semakin populer sebagai alat promosi sekolah. Agar pelatihan berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan sekolah, pelaksanaannya harus dilakukan secara terstruktur, yang meliputi tahap analisis kebutuhan, tujuan pencapaian, manfaat pelatihan, peserta pelatihan, pengalaman belajar, praktek pelatihan, tindak lanjut dan evaluasi. Oleh karena itu, manajemen pelatihan yang terstruktur dan efektif adalah kunci untuk mencapai hasil yang maksimal dalam upaya pelatihan pemasaran sekolah berbasis *content creative* dan *videografi islami*.



Gambar 2.1. Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang berfokus pada pengumpulan data berupa kata-kata dan gambar, bukan berupa angka. Dalam penelitian ini, hasilnya ditulis dalam bentuk deskripsi yang berasal dari pengamatan dan wawancara langsung. Data yang diperoleh melalui pengamatan dan wawancara kemudian diolah dan dituliskan dalam laporan untuk menggambarkan situasi atau objek yang diamati secara lebih rinci.⁵⁵

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian lapangan (*field research*) dengan cara mengamati dan mewawancarai untuk menggambarkan kondisi dan fenomena yang terjadi secara langsung di lapangan. Setelah data dikumpulkan, peneliti mendeskripsikan hasil yang diperoleh dan menuliskannya dalam laporan penelitian mengenai manajemen pelatihan *content creative*

⁵⁵ Pupu Saeful Rahmat, "Penelitian Kualitatif," *Journal Equilibrium*, 2009, yunus.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-PenelitianKuantitatif.pdf.

dan *videografi* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, yang beralamat di Jalan Prof. Dr. Hamka, Ngaliyan, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia, dengan kode pos 50181. Adapun waktu yang dibutuhkan untuk pelaksanaan penelitian ini adalah 1 bulan terhitung dari tanggal 12 september 2024 .

C. Jenis dan Sumber data

Data utama dalam penelitian kualitatif terdiri dari kata-kata, tindakan, serta data tambahan yang berasal dari dokumen dan sumber lainnya. Sumber data penelitian merujuk pada pihak atau objek dari mana data dikumpulkan. Pada penelitian ini, sumber data dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan data autentik yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, seperti data hasil observasi dan wawancara.⁵⁶ Dalam

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 2015.

penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Sumber data primer yang digunakan meliputi hasil observasi serta wawancara dengan berbagai pihak, termasuk kepala sekolah, wakil kepala sekolah bagian kurikulum, tim pelatihan dan para guru.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti dari subjek penelitian, melainkan melalui pihak lain. Data ini berfungsi untuk memperkuat dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan.⁵⁷ Dalam penelitian ini, sumber data sekunder mencakup dokumen, arsip, visi dan misi, sejarah berdirinya sekolah, serta foto dan video dari pelaksanaan kegiatan "Manajemen pelatihan *content creative* dan *videografi* sebagai sarana pemasaran" di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 2013.

D. Fokus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, fokus utama penelitian ini adalah manajemen pelatihan *content creative* dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang. Penelitian ini mencakup berbagai aspek, mulai dari faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, hingga dampak yang muncul setelah pelatihan tersebut diikuti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi. Peneliti perlu memilih teknik yang sesuai dengan situasi, waktu, biaya, dan pertimbangan lainnya agar proses penelitian berjalan dengan efektif. Setiap teknik pengumpulan data memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Oleh karena itu, untuk meminimalkan ketidakakuratan, peneliti menggunakan beberapa teknik sekaligus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Teknik pengumpulan data melalui observasi bertujuan untuk mengungkapkan suatu peristiwa dalam situasi atau konteks tertentu. Dalam hal ini, peneliti berperan sebagai pengamat, hanya mengamati tanpa berpartisipasi dalam kegiatan subjek. Namun, di sisi lain, pengamat juga bisa terlibat dalam kegiatan subjek dengan tetap menjaga perbedaan peran antara peneliti dan subjek.

Observasi dapat dilakukan secara terbuka, misalnya dengan mencatat atau membuat laporan tertulis.⁵⁸ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi dan pencatatan terhadap fenomena atau aktivitas yang berkaitan dengan manajemen pelatihan *content creative* dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, yaitu:

⁵⁸ Farida Nugrahani, “Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa” 1 (2014), <http://ejournal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>.

Tabel 3.1. Observasi Penelitian

No	Observasi	Tanggal
1.	Observasi Perencanaan Pelatihan	2-09-2024
2.	Observasi Pelaksanaan Pelatihan	12-09-2024
3.	Observasi Hasil Pelatihan	16-09-2024

2. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, sumber data utama biasanya adalah manusia yang berperan sebagai informan. Oleh karena itu, wawancara menjadi teknik pengumpulan data yang sangat penting, karena memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang luas dari para informan. Teknik wawancara ini dilakukan melalui percakapan yang bertujuan untuk menggali data tertentu antara dua pihak atau lebih. Ada pewawancara atau peneliti yang mengajukan pertanyaan, dan narasumber yang memberikan jawaban berdasarkan pertanyaan yang diajukan.⁵⁹

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan peneliti saat melakukan wawancara dengan informan, seperti intonasi suara, kecepatan berbicara, kontak mata, sensitivitas pertanyaan, serta kepekaan

⁵⁹ Nugrahani.

terhadap bahasa nonverbal.⁶⁰ Peneliti menggunakan jenis wawancara semi-terstruktur, yang lebih fleksibel dibandingkan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menggali masalah secara lebih terbuka, sehingga informan dapat menyampaikan pendapat dan ide-ide mereka secara lebih bebas.

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan melalui wawancara untuk mendapatkan informasi dari berbagai pihak, yaitu:

Tabel 3.2. Wawancara Penelitian

No	Informan	Tanggung Jawab	Tanggal
1.	Kepala Sekolah	Bertanggung jawab dalam pelaksanaan pelatihan <i>content creative</i> dan <i>videografi islami</i> sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.	25-09-2024

⁶⁰ Saeful Rahmat, “Penelitian Kualitatif.”

2.	Waka Kurikulum	Bertanggung jawab dalam menyusun rencana pelatihan <i>content creative</i> dan <i>videografi islami</i> sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.	30-09-2024
4.	Tim Pelatihan	Bertanggung jawab dalam menyusun, menyiapkan, melaksanakan dan mengevaluasi pelatihan <i>content creative</i> dan <i>videografi islami</i> sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.	31-09-2024
3.	Guru	Bertanggung jawab dalam meng	03-10-2024

		implementasikan hasil pelatihan <i>content creative</i> dan <i>videografi islami</i> sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.	
--	--	--	--

3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data yang juga didukung oleh data sekunder, termasuk dokumen, arsip, visi dan misi, sejarah pendirian sekolah, serta foto dan video yang berkaitan dengan topik penelitian.⁶¹

Peneliti mengumpulkan berbagai dokumen yang terkait dengan penelitian tentang manajemen pelatihan *content creative* dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang. Pengumpulan dokumen ini bertujuan untuk memastikan keaslian data yang digunakan,

⁶¹ Nugrahani, “Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa.”

sehingga hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan dengan baik. Dokumen-dokumen tersebut meliputi:

Tabel 3.3. Dokumen Penelitian

No	Dokumen	Penanggung jawab
1.	Sejarah SD Negeri Ngaliyan 01.	Kepala Sekolah
2.	Visi Misi SD Negeri Ngaliyan 01	Kepala Sekolah
3.	Profil SD Negeri Ngaliyan 01.	Kepala Sekolah
4.	Jumlah pendidik dan tenaga kependidikan SD Negeri Ngaliyan 01.	Kepala Sekolah
5.	Sarana dan prasarana SD Negeri Ngaliyan 01.	Kepala Sekolah
6.	Struktur SD Negeri Ngaliyan 01.	Kepala Sekolah
7.	SK Tugas narasumber	Tim pelatihan
8.	Modul pelatihan	Tim pelatihan
9.	Absensi pelatihan	Tim pelatihan

F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data merupakan bagian yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Pada penelitian kualitatif, validitas atau keabsahan data bukan sekadar tentang hasil yang diperoleh, melainkan sebagai tujuan yang harus dicapai. Peneliti perlu melakukan uji keabsahan data untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan bebas dari kekeliruan atau kesalahan.⁶²

Dalam penelitian ini, uji keabsahan atau validitas data dilakukan melalui proses triangulasi sumber data. Triangulasi adalah metode untuk memverifikasi keabsahan data dengan membandingkan hasil yang diperoleh peneliti di lapangan dengan data lain yang relevan dari luar penelitian tersebut. Tujuan dari triangulasi ini adalah untuk membandingkan dan meninjau kembali hasil penelitian menggunakan metode dan waktu yang berbeda, sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan dapat dipercaya.⁶³

⁶² Bachtiar S Bachri, “Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif,” *Teknologi Pendidikan* 10 (2010): 46–62.

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 2015.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis triangulasi, yaitu sebagai berikut:

1. Triangulasi Data

Peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan dan memeriksa kembali informasi yang diperoleh dari beberapa sumber berbeda.⁶⁴ Untuk menguji keabsahan dan validitas data, peneliti memperoleh informasi dari berbagai informan, seperti Kepala Sekolah dan Wakil Kepala Sekolah bidang Kurikulum di SD Negeri Ngaliyan 01. Data hasil wawancara yang telah didapatkan kemudian diperiksa kembali dengan hasil wawancara yang sedang berlangsung. Setelah itu, hasilnya dijelaskan dalam bentuk narasi untuk memahami manajemen pelatihan pemasaran sekolah berbasis konten kreatif di SD Negeri Ngaliyan 01.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah cara yang dilakukan oleh peneliti untuk memeriksa keabsahan dan validitas data penelitian dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data agar dapat memperoleh data yang

⁶⁴ Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif."

konsisten.⁶⁵ Dalam hal ini, peneliti menguji keabsahan data dengan metode triangulasi, di mana peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data yang kemudian diperiksa ulang untuk memastikan bahwa data yang diperoleh valid.

Analisis data merupakan proses yang terstruktur untuk mengumpulkan dan mengatur transkrip wawancara, catatan lapangan, serta materi lain yang telah dikumpulkan. Tujuannya adalah untuk memperdalam pemahaman mengenai topik yang diteliti dan untuk menyampaikan temuan tersebut kepada orang lain. Langkah-langkah yang digunakan peneliti dalam menganalisis data penelitian adalah:

1. Reduksi data

Komponen pertama dalam analisis data kualitatif adalah reduksi data. Pada tahap ini, peneliti melakukan seleksi dengan menyaring dan memusatkan perhatian hanya pada informasi yang relevan dan mendukung data penelitian yang telah dikumpulkan dan dicatat selama proses pengumpulan data di lapangan. Proses reduksi ini berlangsung terus-menerus sepanjang

⁶⁵ Bachri.

penelitian.⁶⁶ Dalam proses pengumpulan data, peneliti menyederhanakan informasi dengan mencatat ringkasan dari isi data yang didapatkan di lapangan. Pada penelitian ini, peneliti akan mengolah data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan pengorganisasian informasi yang dikumpulkan agar dapat menarik kesimpulan dan menentukan langkah selanjutnya. Penyajian ini biasanya dilakukan dalam bentuk teks naratif yang kemudian diubah menjadi berbagai format lain, seperti matriks, grafik, atau bagan. Tujuannya adalah untuk menyajikan informasi secara teratur sehingga peneliti dapat memahami situasi yang terjadi untuk menarik kesimpulan.⁶⁷ Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk teks naratif atau uraian yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi,

⁶⁶ Nugrahani, “Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa.”

⁶⁷ Et.al Fiantika, Wasil M, Jumiya, Honesti, Wahyuni, Jonata, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Rake Sarasin, 2022, <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>.

dan dokumentasi. Selain itu, peneliti juga membuat tabel atau grafik untuk memperjelas dan memudahkan pengambilan keputusan di tahap berikutnya.

3. Verifikasi atau penarikan kesimpulan

Setelah peneliti menyajikan data yang merupakan hasil dari analisis yang telah dilakukan, langkah berikutnya adalah menarik kesimpulan atau memeriksa keakuratan data. Proses verifikasi ini meliputi pemeriksaan ulang catatan lapangan dan berdiskusi dengan teman untuk memastikan kebenaran dan kesesuaian data, atau yang biasa disebut sebagai validitas.⁶⁸ Kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini mungkin bisa menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan, tetapi juga mungkin tidak. Ini karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan dapat berubah seiring dengan pelaksanaan penelitian di lapangan.⁶⁹

⁶⁸ Nugrahani, "Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa."

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 2013.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Data Umum

a. Sejarah SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang

Keberadaan SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang sudah lama dikenal, sejak tahun 1918, bertepatan dengan pembangunan Bendungan Siingas yang terletak di sebelah selatan Makam Ngaliyan. Tanda tahun 1918 ini masih bisa dilihat dengan jelas di pintu Bendungan Siingas. Pada masa itu, sekolah ini disebut sebagai Sekolah Rakyat (SR) dan berdiri dalam suasana penjajahan Belanda.

Pada awal berdirinya, SD Negeri Ngaliyan hanya terdiri dari dua ruang kelas yang berlokasi di depan Makam Ngaliyan. Saat ini, lokasi tersebut digunakan untuk TK Pertiwi. Dulu, bangunan sekolah sangat sederhana, dengan dinding dan langit-langit yang terbuat dari anyaman bambu. Seiring berjalannya waktu, bangunan sekolah ini telah mengalami banyak perubahan. Dinding-dinding bambu telah digantikan dengan tembok

yang lebih kokoh, dan fasilitas di sekolah ini juga semakin berkembang.

SD Negeri Ngaliyan 01 saat ini memiliki berbagai fasilitas sekolah yang modern. Sekolah ini memiliki lapangan yang luas untuk kegiatan siswa, taman yang indah, serta pepohonan rindang yang membuat lingkungan sekolah lebih nyaman dan asri. Transformasi ini menunjukkan betapa SD Negeri Ngaliyan 01 telah berkembang pesat sejak didirikan.

Berikut adalah daftar nama kepala sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang sejak awal berdiri sampai sekarang yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1. Daftar Nama Kepala Sekolah

Nama Kepala Sekolah	Periode
Bapak Markam	1947
Bapak Redjo	1948-1953
Bapak Kamadi	1954-1956
Bapak Sutanto	1957-1960
Bapak Sugeng	1961-1970
Bapak Nuryadi	1970-1971
Bapak Yudiarso	1971-1972

Bapak Sukaryanto, BA	1972-1974
Bapak Sukartono	1982
Bapak Soeparno, WH	1982-1993
Ibu Yetti	1994-2003
Bapak Dimun	2003-2004
Ibu Sutini, S.Pd	2005-2007
Bapak H. Munjirin, S.Pd	2007-2012
Bapak Slamet Riyadi, S.Pd., M.Pd.	2012-2014
Hj. Nurlaini Purwaningsih, S.Pd.	2016-2020
Dwi Setyowati, S.Pd., M.M	2020-2021
Ibu Ngatiningsih, S.Pd.	2021- sekarang

b. Visi, Misi SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang

Visi dan misi merupakan salah satu unsur penting yang harus ada dalam suatu sekolah karena visi adalah imajinasi moral yang menggambarkan profil sekolah yang diinginkan di masa datang. Visi merupakan sebuah cita-cita yang ingin bahkan harus dicapai pada masa depan, dan untuk mencapai itu maka harus ada beberapa misi yang dijalankan atau tentang apa yang harus

dilakukan untuk mencapai sebuah visi. SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang memiliki visi dan misi yang selalu diperbarui setiap tahun ajaran baru untuk memastikan relevansi dan kesesuaian dengan perkembangan pendidikan.

1. Visi SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang
 - a. Terwujudnya peserta didik yang bertakwa, berprestasi unggul, berbudaya luhur, berperilaku santun, peduli lingkungan dan menguasai IPTEK.
2. Misi SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang
 - a. Membentuk peserta didik beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.
 - b. Membentuk peserta didik bersikap sopan santun dan berakhlak mulia.
 - c. Membiasakan budaya 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun).
 - d. Membentuk peserta didik berkarakter disiplin, jujur, dan mandiri.
 - e. Membiasakan peserta didik berbudaya hidup gotong royong dalam kegiatan Saberling (Sapu Bersih Lingkungan).

- f. Meningkatkan peserta didik bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya.
- g. Memberikan pelayanan peserta didik dalam pengembangan bakat dan minat melalui ekstrakurikuler.
- h. Menyiapkan peserta didik berprestasi dalam bidang akademik ditingkat nasional.
- i. Menyiapkan peserta didik berprestasi dalam bidang non akademik di tingkat internasional.
- j. Membiasakan peserta didik bersikap cerdas, kreatif dan inovatif dalam mengikuti pembelajaran.
- k. Mengoptimalkan profesionalisme pendidik dalam Kegiatan Belajar Mengajar yang efektif, kreatif, dan inovatif melalui Merdeka Belajar.
- l. Mengoptimalkan pendidik dalam Kegiatan Belajar Mengajar dengan berbasis IT (Informasi Teknologi).
- m. Mengoptimalkan pemanfaatan lingkungan dengan mengembangkan kearifan lokal

sebagai pembelajaran kewirausahaan berkebun budidaya ketela pohon.

- n. Melestarikan seni dan budaya Jawa Tengah melalui permainan tradisional, lagu, tari dan bahasa daerah.
 - o. Memberdayakan lingkungan sebagai sarana pembelajaran bercocok tanam dan budidaya ikan sebagai bentuk perilaku ramah lingkungan.
 - p. Mengoptimalkan kepedulian warga sekolah dalam penekanan jumlah sampah minimal 75% perbulan.
 - q. Mengoptimalkan kepedulian warga sekolah dalam penekanan jumlah sampah minimal 90% pertahun.
 - r. Menciptakan budaya perilaku peduli lingkungan dengan pemanfaatan limbah sampah menjadi sebuah karya inovatif.
- c. Profil SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang

SD Negeri Ngaliyan 01 adalah sekolah dasar negeri yang berakreditasi A, Kegiatan pendidikan di SD Negeri Ngaliyan 01 dikemas dengan sistem full day school yang mana waktu belajar dimulai pukul 07.30 sampai pukul 15.30 WIB dari hari

senin sampai jumat, untuk jam 07.30 sampai 12.40 WIB digunakan untuk belajar dikelas yang berupa materi materi pembelajaran umum, untuk jam 12.40 – 15.30 WIB digunakan untuk Ekstrakurikuler sekolah. Adapun profil lengkap SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2. Profil Sekolah

Profil SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang	
Nama Sekolah	SD Negeri Ngaliyan 01
NPSN	20337667
Kode Pos	50181
Peringkat Akreditasi	A
Tanggal Akreditasi	16-10-2016
No.Telp/Faks	(024) 7623256
E-Mail	sdnegeringaliyan01@gmail.com
Alamat	Jalan Prof. Dr. Hamka, Ngaliyan, Kec Ngaliyan, Kota

	Semarang, Prov. Jawa Tengah. Indonesia.
Status Sekolah	NEGERI
Waktu Penyelenggaraan	5 Hari
Jenjang Pendidikan	SD
Naungan	Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan
No. SK Pendirian	2016-12-21
Tanggal SK Operasional	1910-01-01 1910-01-01
Website	http://sdnngaliyan01.dikdas.sem arangkota.go.id/

1) Pendidik dan Tenaga Kependidikan

SD Negeri Ngaliyan 01 memiliki pendidik dan tenaga kependidikan, total ada 39 orang yang terdiri dari 22 pegawai PNS, 11 Pegawai PPPK, 2 Tenaga Kependidikan dan 4 Tenaga Kebersihan.

Tabel 4.3. Pendidik dan Tenaga Pendidikan

No	Pegawai	Jumlah
1.	PNS	22
2.	PPPK	11
3.	Tenaga Kependidikan	2
4.	Tenaga Kebersihan	4
Total :		39

SD Negeri Ngaliyan 01 memiliki peserta didik yang berjumlah 665 orang, yang terdiri 324 berjenis kelamin laki-laki dan 341 berjenis kelamin perempuan, meliputi kelas 1 sampai kelas 6 . Adapun agama yang dianut oleh para murid di SD Negeri Ngaliyan 01 adalah agama Islam, Kristen dan Katolik. Dapat dilihat detail di tabel berikut:

Tabel 4.4. Jumlah Peserta Didik

Tingkat	Jumlah
Peserta didik Kelas 1	111
Peserta didik Kelas 2	112
Peserta didik Kelas 3	108
Peserta didik Kelas 4	111
Peserta didik Kelas 5	113
Peserta didik Kelas 6	110
Total :	665

SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, siswa-siswinya memiliki beragam latar belakang agama. Berikut tabel jumlah agama peserta didik di SD N Ngaliyan 01 sebagai berikut:

Tabel 4.5. Jumlah Agama Peserta Didik

Agama Peserta Didik		
Islam	Kristen	Katolik
620	37	8
665		

2) Sarana dan Prasarana

SD Negeri Ngaliyan 1 Semarang, merupakan salah satu sekolah dasar di Semarang yang mempunyai fasilitas sarana dan prasarana yang lengkap, yaitu meliputi ruang kelas, perpustakaan, laboratorium, musholla, ruang guru, UKS (Unit Kesehatan Sekolah), toilet, gudang, ruang kepala sekolah, ruang tata usaha, kantin, serta area bermain atau berolahraga. Detail lebih lanjut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6. Sarana dan Prasarana Sekolah

No	Sarana/ Prasarana	Keadaan			Jumlah
		Baik	Sedang	Rusak	
1.	Ruang Kepala Sekolah	1	0	0	1
2.	Ruang Guru	0	1	0	1
3.	Ruang Tu	1	0	0	1
4.	Ruang Kelas	23	1	0	24
5.	Ruang Perpustakaan	0	1	0	1
6.	Ruang Laboratorium	2	0	0	2

7.	Ruang Serbaguna	0	0	0	0
8.	Ruang UKS	1	0	0	1
9.	Aula	1	0	0	1
10.	Ruang Olahraga	0	0	0	0
11.	Ruang Ekstrakurikuler	0	1	0	1
12.	Musholla	1	0	0	1
13.	Lapangan	1	0	0	1
14.	MCK Guru	2	0	0	2
15.	MCK Peserta didik	8	3	2	13

d. Struktur Organisasi SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang

Struktur organisasi di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang mencakup berbagai posisi, mulai dari kepala sekolah hingga satpam. Susunan organisasi ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7. Struktur Organisasi Sekolah

No	Struktur Organisasi SD Negeri 01 Semarang	
	Jabatan	Nama
1.	Kepala sekolah	Ngatiningsih, S.Pd
2.	Waka Kurikulum	Maria Tumeiningsih, S.Pd
3.	Ka. TU	Ismoko, S.Kom
4.	Tenaga Admin 2	luthfi revorma bintang ardioga, SH
5.	Guru PJOK	Subaidi, S.P Galih Pratama., S.Pd Agus Julianto., S.Pd Moh Aula Fika, S.Pd
6.	Guru Mapel Agama Islam	M. Yazid, S.Ag Zubaidah, S.Pd.I Wahyu Agus S., S.Pd.I
7.	Guru Mapel Agama Kristen	Anis Oktora, S.Pd
8.	Guru Mapel Agama Katolik	Alexander A.W., S.S.
9.	Guru Kelas I A	Tri Sutanti, S.Pd.SD
10.	Guru Kelas I B	Niken Hidayati, S.Pd
11.	Guru Kelas I C	Diah Kurnia W, S.Pd
12.	Guru Kelas I D	Istikomah, S.Pd.SD

13.	Guru Kelas II A	Dra. Dwi Atma S.S
14.	Guru Kelas II B	Intan Nugrahani, S.Pd.SD
15.	Guru Kelas II C	Widiyantini T.H., S.Pd.SD
16.	Guru Kelas II D	Maria Tumeiningsih, S.Pd
17.	Guru Kelas III A	Ninik C., S.P
18.	Guru Kelas III B	Ima Hikmawati, S.Pd., M.Si
19.	Guru Kelas III C	Fitriyani, S.Pd.SD
20.	Guru Kelas III D	Ngadiyono, S.Pd
21.	Guru Kelas IV A	Istikomah, S.Pd.SD
22.	Guru Kelas IV B	Ristam, S.Pd
23.	Guru Kelas IV C	Mumbita fatimatun S, S.Pd.SD
24.	Guru Kelas IV D	Mila Naviana, S.Pd
25.	Guru Kelas V A	Fitriyani, S.Pd.SD
26.	Guru Kelas V B	Ristam, S.Pd
27.	Guru Kelas V C	Dedi Hartoyo, SS, S.Pd
28.	Guru Kelas V D	Arif Iswahyudi, S.Pd

29.	Guru Kelas VI A	Budi Prakoso., S.Pd
30.	Guru Kelas VI B	Hanik Kunjayana, S.Pd.SD
31.	Guru Kelas VI C	Tsani Nur Fauzin, S.Pd
32.	Guru Kelas VI D	Sri Pungkasiningsih, S. Pd., M.Pd
33.	Penjaga Sekolah	Kusaini Rahajeng Maya S M. Ridwan
34.	Satpam	Aret Hartanto

Data tersebut dikuatkan dengan data berupa dokumentasi tentang struktur organisasi sekolahan yang berupa foto papan bagan struktur yang ada di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, yaitu:



Gambar 4.1. Struktur Organisasi Sekolah

2. Manajemen Pelatihan *Content Creative* dan *Videografi* Sebagai Sarana Pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang

a. Analisis Kebutuhan

Langkah pertama adalah menganalisis kebutuhan sekolah dalam meningkatkan kompetensi guru dan staf melalui pelatihan. Pada tahap ini, sekolah melihat Rapor Pendidikan yang hasil dari AN (Asesmen Nasional) untuk mengetahui keterampilan apa yang perlu ditingkatkan, seperti penggunaan teknologi

digital, pembuatan video, dan pengelolaan konten kreatif.

Analisis kebutuhan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik yang harus dipenuhi agar pelatihan bisa efektif. Disamping itu, analisis kebutuhan membantu dalam merumuskan tujuan pelatihan yang jelas, memilih metode yang tepat, dan mengelola sumber daya dengan lebih efisien.

Data ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan Pak Ristam, S.Pd selaku guru yang ditugaskan kepala sekolah untuk bekerjasama dengan waka kurikulum dalam merancang dalam membuat kegiatan pelatihan di SD N Ngaliyan 01, beliau menyampaikan bahwa:

“Kita sekarang ada namanya itu Rapor Pendidikan yang hasil dari AN (Asesmen Nasional), berdasarkan dari rapor pendidikan kita itu sudah muncul, jadi dari enam komponen itu sudah muncul nilainya, dikatakan “baik “ itu nilainya berapa persen, “sangat baik” itu nilainya berapa persen, dari enam komponen itu nanti ketika kita bedah di rapor pendidikan itu setiap aitem itu muncul.”

Dalam rapor pendidikan ini terdapat rekomendasi-rekomendasi ketika nilai yang muncul itu kurang maksimal, Temuan ini menunjukkan bahwa adanya kebutuhan untuk meningkatkan kompetensi guru di sekolah. Dalam konteks manajemen pelatihan, analisis kebutuhan ini sangatlah penting karena membantu kita mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian khusus.

Analisis kebutuhan bukan hanya sekedar menganalisis dari segi apa yang perlu dibutuhkan dalam pengembangan kompetensi guru saja, tetapi juga harus menganalisis anggaran yang akan dibutuhkan dalam mengadakan sebuah pelatihan. Kemudian kepala sekolah bersama bendahara sekolah membuat rank-rank an biaya konsumsi sekitar kurang lebih Rp. 500.00 untuk biaya konsumsi yang terdiri dari nasi+snack untuk peserta dan narasumber pelatihan. Anggaran tersebut berasal dari BOS KINERJA yang berguna untuk mendukung dalam pelaksanaan kegiatan sekolah dalam meningkatkan kompetensi guru yaitu salahsatunya dengan mengadakan sebuah pelatihan.

Bapak Ristam, S.Pd selaku guru yang ditugaskan kepala sekolah untuk merancang dalam membuat kegiatan pelatihan di SD Negeri Ngaliyan, beliau menyampaikan bahwa:

”Katakanlah dirapor pendidikan kita itu terkait dengan literasi, tahun lalu itu misalnya muncul nilainya 100, sedangkan tahun ini nilainya menjadi 90 jadi menurun, kemudian di literasi itu tetap, jadi gak naik gak turun, disitu terdapat rekomendasi-rekomendasi kegiatan yang bisa mengangkat kualitas literasi di sekolah, nah contohnya untuk meningkatkan literasi yang lemah itu literasi di bidang pemahaman guru terhadap IT (Ilmu Teknologi), dengan melihat kelemahan dan rekomendasi itu, maka kita membuat suatu program kegiatan seperti pelatihan untuk guru. Namanya literasi itu mestikan kalau rapor itu ada 2 rekomendasi, satu kegiatan, yang kedua itu rekomendasi terkait dengan peningkatan metode pembelajaran, karena tidak mungkin literasi itu terlepas dari proses pembelajaran, artinya dari melihat seperti itu, maka kita satu melakukan sebuah program

kegiatan untuk meningkatkan literasi yang lemah di rapor pendidikan, sehingga kita rencanakan di RKS (rencana kegiatan sekolah) tersebut.”

Hasil dari wawancara dengan Bapak Ristam, data ini juga diperkuat oleh data berupa dokumentasi wawancara dengan Bapak Ristam, S.Pd tentang analisis kebutuhan pelatihan, yaitu:



Gambar 4.2. Dokumentasi Wawancara Analisis Kebutuhan.

Data ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan Ibu Maria Tumeiningsih, S.Pd selaku waka kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01 yang merancang pelatihan untuk guru, yaitu:

“Adanya pelatihan untuk guru berawal dari rapor pendidikan, pada tahun 2002 atau 2003 itu guru dinilai kurang berkompeten saat mengajar, jadi disitu caranya itu guru harus banyak mengikuti pelatihan-pelatihan, baik mendatangkan atau mengeluarkan, biasanya pada saat ajaran baru itu biasanya frasa otak seperti mengadakan pelatihan untuk guru.”

Langkah analisis kebutuhan selanjutnya adalah dengan cara melihat atau observasi secara langsung yang berguna untuk melihat apa saja yang perlu dikembangkan dalam kompetensi guru, kepala sekolah Ibu Ngatiningsih, S.Pd dan waka kurikulum Ibu Maria Tumeiningsih, S.Pd melakukan observasi dengan cara memonitoring para guru saat di sekolahan, beliau melihat bahwa sebagian guru di SD Negeri Ngaliyan 01 masih belum paham terkait perkembangan teknologi di zaman sekarang, terutama para guru-guru senior yang sudah berumur 45 tahun keatas.

Ibu Ngatiningsih, S.Pd selaku kepala sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 juga menyadari bahwa di sekolahan ini masih mempunyai kendala SDM (sumber daya manusia) yang masih rendah dalam

pengelolaan sosial media sekolah, Melihat kenyataan dilapangan tersebut maka sekolah perlu mengadakan sebuah pelatihan untuk para guru terkait dengan ilmu teknologi di jaman sekarang.

Salah satu yang melatarbelakangi SD Negeri Ngaliyan 01 mengadakan pelatihan pemasaran sekolah berbasis konten kreatif dan videografi ini yaitu kurangnya kopetensi atau pemahaman guru yang mengelola sosial medianya, dikarenakan juga di SD Negeri Ngaliyan tidak ada staf atau pegawai yang bertugas atau berfokus mengelola sosial medianya sehingga sosial media SD tersebut dikelola oleh guru yang tertarik atau mempunyai hobi dalam edit mengedit pembuatan konten.

Bapak Budi Prakosa, S.Pd adalah salah satu guru yang ditugasi oleh kepala sekolah untuk mengelolah sosial media sekolah, tetapi Pak Budhi Prakosa juga menyadari bahwa beliau masih belum optimal dalam membuat konten, disisi lain pak budhi prakosa juga kesulitan dalam mengelola sosial medianya, karena harus membagi waktu dengan mengajar dikelas, pada akhirnya kepala sekolah bersama dengan waka kurikulum berdiskusi untuk merancang sebuah pelatihan pemasaran

sekolah berbasis *content creative* dan *videografi islami*, harapannya agar para guru mampu atau bisa mengelola suatu konten di sosial media SD Negeri Ngaliyan 01, sehingga tidak berketergantungan dengan Bapak Budhi Prakosa, data ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan Bapak Budhi Prakosa, S.Pd yaitu:

“Awal mula kita merancang pelatihan ini karena selama ini yang menjadi kendala di kami itu, karena mungkin SDM (sumber daya manusia) nya itu kurang, selama ini itu saya yang mengurus sendiri seperti istilahnya saya *one man show*, artinya itu satu orang itu ngrekam ya satu orang itu juga yang mengedit dan satu orang itu juga yang memposting, semuanya itu saya lakukan sendiri tanpa bantuan orang lain. Jadi itulah alasan kita merancang pelatihan ini agar semua guru SDM (sumber daya manusia) nya meningkat dan bisa membantu saya dalam mengelola sosial media maupun konten kreatif sekolah.”

Pada saat observasi dilapangan langkah dalam analisis kebutuhan ini masih belum maksimal, karena kenyataan dilapangan dalam

menganalisis kebutuhan bergantung pada nilai asesmen nasional, sehingga tidak melibatkan guru dalam menganalisis kebutuhan tersebut. Seharusnya kepala sekolah beserta tim harus melibatkan sasaran atau guru, dengan melakukan survei atau wawancara dengan beberapa guru untuk berdiskusi dan mengidentifikasi terkait keterampilan dan kompetensi apa yang perlu dikembangkan.

b. Menetapkan tujuan pencapaian pelatihan

Setelah kita mengetahui kebutuhan spesifik dengan cara menganalisis kebutuhan tadi, maka tujuan pelatihan bisa dirumuskan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi.

Hasil analisis kebutuhan guru di SD Negeri Ngaliyan 01 menunjukkan bahwa guru masih kesulitan dalam menggunakan teknologi informasi seperti halnya membuat konten kreatif yang menarik baik untuk pembelajaran dikelas maupun untuk mengelola sosial media sekolah tersebut, maka Ibu Ngatiningsih, S.Pd selaku kepala sekolah beserta tim dalam membentuk kegiatan pelatihan ini melakukan rapat atau berdiskusi dalam menetapkan tujuan pencapaian pelatihan yang akan diadakan tersebut, sehingga dapat tujuan pencapaian

pelatihan dapat ditetapkan sebagai berikut, yaitu "Guru akan mampu menggunakan teknologi informasi dalam pembelajaran di kelas dan mampu membantu sekolah dalam mengelola sosial medianya." Tujuan ini langsung merespons temuan dari analisis kebutuhan dan memberikan arah yang jelas untuk pelatihan.

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Bapak Budhi Prakosa, S.Pd selaku salah satu tim dalam membentuk kegiatan pelatihan ini, yaitu:

“Harapan saya nanti setelah mengikuti dan adanya pelatihan pemasaran sekolah berbasis *content creative* dan *videografi* di SD Negeri Ngaliyan 01 ini dapat menambah skill saya dalam editor, karena fasen saya di foto, jadi banyak sekali yang saya unggah di IG nya sekolah itu hampir 99% foto, nah ketika nanti saya mendapatkan pelatihan konten kreatif di SD Negeri Ngaliyan 01 itu harapanya saya dan guru lainnya menjadi terbuka untuk hal baru, karena saya selain foto, saya juga pingin diajari untuk membuat konten berupa *vidiografi*, nah keuntungan nya konten berisi vidio itu sekarang ternyata

jangkauannya lebih luas dari pada foto, terutama untuk like, kalau foto itu berdasarkan like dan tidak berdasarkan *view*, nah bedanya video itu berdasarkan *view* tidak like, jadi orang melihat satu detik itu sudah dianggap *view*, ternyata disitu manfaatnya”.

Data ini juga diperkuat oleh data berupa dokumentasi wawancara dengan Bapak Budhi Prakosa, S.Pd tentang menentukan tujuan pelatihan, yaitu:



Gambar 4.3. Dokumentasi Wawancara Tentang Menetapkan Tujuan.

Dengan demikian, tujuan pelatihan tidak hanya sekadar pernyataan umum, tetapi juga langkah konkret untuk menyelesaikan masalah yang telah diidentifikasi. Ini memastikan pelatihan yang

diadakan relevan dan efektif dalam meningkatkan keterampilan guru sesuai dengan kebutuhan yang ada. Selain itu, tujuan yang jelas juga memudahkan kita untuk mengevaluasi hasil pelatihan yang akan diadakan, sehingga kita bisa melihat sejauh mana pelatihan berhasil memenuhi kebutuhan yang telah dianalisis.

Hasil observasi lapangan, pada kenyataannya sekolah dalam menentukan tujuan pelatihan ini hanya melihat dari hasil analisis kebutuhan saja, seharusnya sekolah harus melakukan analisis kesenjangan antara kinerja saat ini dan kinerja yang akan diharapkan.

c. Menentukan manfaat bagi peserta

Langkah selanjutnya adalah menentukan manfaat pelatihan yang akan diadakan bagi peserta, maka kepala sekolah Ibu Ngatiningsih, S.Pd bersama tim dalam menentukan manfaat pelatihan bagi peserta dengan cara melihat dari hasil analisis kebutuhan dan hasil dari menentukan tujuan yang dilakukan sebelumnya. Maka manfaat bagi peserta pada saat nanti mengikuti pelatihan yang akan diadakan yaitu:

1. Meningkatnya ketrampilan digital

Manfaat dari pelatihan pemasaran sekolah berbasis konten kreatif dan *vidiografi islami* yang akan diadakan adalah meningkatkan keterampilan digital guru. Mereka akan belajar cara menggunakan alat dan teknologi untuk membuat konten kreatif, seperti pengeditan video dan pembuatan presentasi menarik. Keterampilan ini sangat penting di era digital saat ini.

Data ini diperkuat dari hasil wawancara dengan Ibu Ngatiningsih, S.Pd selaku kepala sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 yaitu:

“Mestinya di era globalisasi khususnya dibidang teknologi, mau tidak mau kita sebagai tenaga pendidik dan kependidikan tidak boleh gagap teknologi (*gaptep*), dengan Gen-Z, dengan anak-anak milenial, dengan anak masa kini yang semua serba canggih menggunakan teknologi, sementara kita kalau masih menggunakan cara jadul atau cara lama itu akan tertinggal, maka inisiatif gagasan perencanaan sekolah membuat program,

program sekolah yang mana perlu pengembangan kompetensi guru terkait teknologi.”

2. Peserta dapat mengelola sosial media sekolah

Adanya pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran sekolah yang akan diadakan di SD N Ngaliyan 01, Kepala sekolah Ibu Ngatiningsih, S.Pd berharap SDM (sumber daya manusia) guru dapat meningkat, sehingga dapat mengelola sosial media sekolah, karena dari hasil analisis kebutuhan sekolah tadi, salah satunya adalah pengelolaan sosial media yang belum efektif dikeranakan SD Negeri Ngaliyan belum ada staf atau pegawai sekolah yang berfokus pada pengelolaan sosial medianya, sehingga sementara sosial media sekolah di kelola oleh guru yang dirasa masih belum sempurna dalam mengelola sosial medianya, baik dalam faktor kesibukan karena harus membagi waktu dengan mengajar. Sehingga pelatihan ini dapat bermanfaat bagi para guru agar bisa membuat konten dan bisa membantu sekolah dalam mengelola sosial media SD Negeri Ngaliyan 01.

Data ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan Ibu Kepala sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 yaitu Ibu Ngatiningsih, S.Pd, beliau berpendapat bahwa:

“Pak Budhi Prakosa adalah salah satu guru yang ditugasi oleh kepala sekolah untuk mengelolah sosial media sekolah, tetapi Pak Budhi Prakosa juga menyadari bahwa beliau masih belom optimal dalam membuat konten, disisi lain pak budhi prakoso juga kesulitan dalam mengelola sosial medianya, karena harus membagi waktu dengan mengajar dikelas, pada akhirnya kepala sekolah bersama dengan waka kurikulum berdiskusi untuk merancang sebuah pelatihan pemasaran sekolah berbasis konten kreatif dan videografi, harapannya agar para guru mampu atau bisa mengelola suatu konten di sosial media SD Negeri Ngaliyan 01, sehingga tidak berketergantungan dengan Pak Budhi Prakosa.”

Data ini juga diperkuat oleh data berupa dokumentasi wawancara dengan Ibu Ngatiningsih, S.Pd tentang menentukan manfaat pelatihan, yaitu:



Gambar 4.4. Dokumentasi Wawancara Tentang Menentukan Manfaat Pelatihan.

Hasil observasi dilapangan, langkah sekolah dalam menentukan manfaat pelatihan ini dengan melihat dari hasil analisis kebutuhan dan hasil dari menentukan tujuan, sehingga hasil menentukan manfaat pelatihan ini kurang menarik bagi calon peserta pelatihan, seharusnya sekolah melakukan tinjauan studi kasus dari pelatihan yang sudah sebelumnya untuk memahami manfaat yang diperoleh.

d. Persiapan peserta

Langkah berikutnya adalah mempersiapkan peserta pelatihan. Dalam mempersiapkan peserta pelatihan dengan baik, kepala sekolah Ibu

Ngatiningsih, S.Pd beserta tim melakukan beberapa langkah penting, diantaranya adalah mereka terlebih dahulu membuat undangan kegiatan resmi yang jelas dan menarik untuk para guru, sehingga para guru sangat antusias dalam mengikuti kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan. Undangan ini harus menjelaskan tujuan pelatihan, manfaat yang akan diperoleh, serta jadwal dan lokasi pelatihan. Dengan demikian cara ini, semua guru akan mendapatkan informasi yang sama dan merasa lebih termotivasi untuk ikut.

Kepala sekolah beserta tim pelatihan juga membuat undangan atau berita yang menarik berupa pamflet kegiatan untuk menarik calon peserta, pamflet tersebut disebar melalui grup *whatsapp* sekolahan yang berisi para guru maupun staf pegawai sekolahan, adanya pamflet kegiatan yang menarik, para guru atau calon peserta menjadi sangat tertarik untuk mengikuti kegiatan pelatihan yang akan diadakan oleh sekolahan.

Data tersebut dikuatkan dengan data berupa dokumentasi berupa pamflet kegiatan yang telah dibuat oleh tim pelatihan sekolah, yaitu:



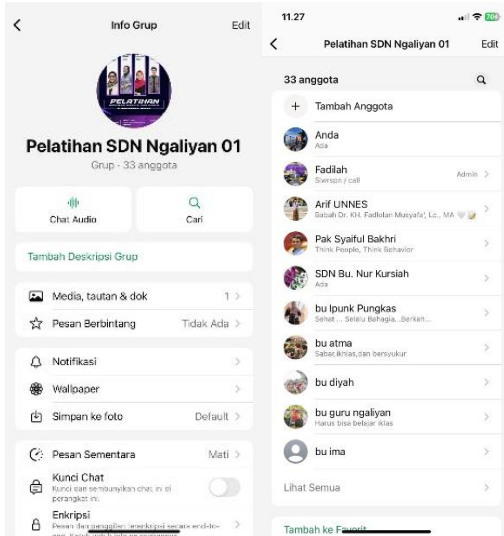
Gambar 4.5. Dokumentasi Pamflet Pelatihan

Kepala sekolah dan tim juga membuat grup *whatsapp* untuk memudahkan koordinasi antar peserta. Di grup ini, peserta dapat berbagi informasi penting, bertanya tentang hal-hal yang belum jelas, dan berdiskusi mengenai materi pelatihan. Hal ini akan membuat komunikasi lebih lancar dan membantu semua peserta saling mendukung dalam persiapan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan kehadiran peserta dapat meningkat suasana belajar.

Hasil observasi dilapangan menunjukkan bahwa kepala sekolah dan tim pelatihan melakukan

beberapa langkah dalam menyiapkan peserta pelatihan, yaitu dengan cara membuat undangan resmi kepada peserta dan memberikan informasi melalui pamflet kegiatan, Pada kenyataan di lapangan langkah tersebut dirasa kurang maksimal karena calon peserta masih belum memahami tentang pelatihan yang akan diadakan, sehingga perlu adanya sesi orientasi sebelum pelatihan untuk menjelaskan tujuan, manfaat dan format pelatihan.

Data yang didapat melalui wawancara dengan beberapa pihak, maka perlu juga diperkuat dengan data dokumentasi tentang pembuatan grup *whatsapp* yang berguna untuk koordinasi peserta atau mempersiapkan peserta pelatihan, yaitu :



Gambar 4.6. Dokumentasi Grup *Whatsapp*

e. Siapkan pengalaman belajar yang positif

Pada tahap ini kepala sekolah Ibu Ngatiningsih, S.Pd. bersama waka kurikulum sekolah mempersiapkan pengalaman belajar yang positif dengan melalui beberapa langkah, sehingga pada saat kegiatan pelatihan nanti dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang sebelumnya sudah ditentukan. Langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Menyusun tim pelatihan

Langkah awal dalam menyiapkan pengalaman belajar yang positif adalah dengan membentuk tim pelatihan yang terdiri dari guru, staf sekolah, dan narasumber eksternal. Guru dan staf yang dipilih oleh kepala sekolah dan waka kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01 memiliki peran kunci dalam menyelenggarakan pelatihan dan memastikan seluruh proses berjalan dengan baik. Narasumber eksternal, yang ahli di bidang *videografi islami* dan pemasaran digital, diundang oleh kepala sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 untuk memberikan materi yang relevan dan aplikatif.

Hal ini sejalan dengan data yang didapat dari wawancara dengan Ibu Maria Tumeiningsih, S.Pd selaku waka kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01 yang merancang pelatihan untuk guru, yaitu:

“Pada saat mencari narasumber pada awalnya dulu itu dari lembaga UIN Walisongo Semarang menawarkan diantaranya itu pengabdian masyarakat, lembaga UIN Walisongo Semarang

mewadahi mahasiswanya apabila SD Negeri Ngaliyan itu membutuhkan bantuan, maka mahasiswanya siap untuk membantu atau menjadi narasumber dalam pelatihan sesuai kebutuhan pelatihan tersebut, contohnya pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan itu kan narasumbernya dari mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang ahli dibidangnya, jadi kami berkerjasama dengan lembaga UIN Walisongo dalam proses pencarian narasumber untuk mengadakan pelatihan.”

Hasil observasi dilapangan, tim pelatihan ini disusun oleh kepala sekolah dengan menunjuk beberapa guru yang dipilih secara langsung, pada kenyataannya hal tersebut menimbulkan rasa iri dari guru yang tidak ditunjuk untuk mengelola kegiatan pelatihan tersebut, dari hal tersebut perlu adanya manajemen dalam membentuk sebuah tim pelatihan berupa membuat jadwal guru yang harus bertugas menjadi tim pelatihan, sehingga semua guru dapat merasakan dan

belajar mengelola pelatihan dari munyusun kegiatan pelatian sampai dengan evaluasi.

Data yang didapat melalui data hasil wawancara dari beberapa pihak, maka data tersebut dikuatkan dengan data dokumentasi yang berkaitan dengan menyusun tim pelatihan yaitu berupa surat undangan untuk narasumber pelatihan, yaitu sebagai berikut:



PEMERINTAH KOTA SEMARANG
DINAS PENDIDIKAN
SEKOLAH DASAR NEGERI NGALIAN 01
KECAMATAN NGALIAN

Jalan Prof. Dr. Hamka Ngalian Telepon/Fax 024-7623256 Semarang 50181
Email: sdngalian01@gmail.com, esccin_010307@yahoo.com, sdngalian01.blogspot.com



Nomor : 421.2 / IX / 272 / 2024
Lamp : -
Hal : Undangan Narasumber

Semarang, 09 September 2024

Yth. Bapak Syaiful Bakri, M.MSI dan Tim
di
Semarang

Dengan hormat,

Sehubungan dengan Pelaksanaan Pelatihan Gemini AI dan Video Interaktif yang akan dilaksanakan pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 12 September 2024
Pukul : 13.00 WIB s.d Selesai
Tempat : Aula SDN Ngalian 01

Untuk itu, Kami mohon ketersediaan Bapak untuk menjadi narasumber dalam acara "Pelaksanaan Pelatihan Gemini AI dan Video Interaktif".

Demikian surat undangan ini kami sampaikan, atas kehadiran Bapak kami ucapkan terima kasih.

Kepala SDN Ngalian 01

NIP. 196908012002122004

Gambar 4.7. Surat Undangan Narasumber

2. Mengalokasikan peran dan tanggungjawab

Kepala sekolah bersama waka kurikulum SD Negeri Ngalian 01 memberikan peran dan tanggung jawab yang jelas kepada anggota tim yang sudah dibentuk untuk memudahkan pelaksanaan pelatihan. Koordinator pelatihan

bertugas dalam mengawasi dan memastikan semua berjalan sesuai rencana. Instruktur teknis bertanggung jawab untuk mengajarkan keterampilan teknis seperti pengambilan gambar, pengeditan video, dan penggunaan alat-alat teknologi lainnya. Fasilitator berperan membantu dalam proses komunikasi antara peserta dan narasumber, serta memastikan setiap sesi berjalan dengan lancar.

Hasil dari observasi dilapangan, dalam mengalokasikan peran dan tanggungjawab dengan cara menyesuaikan kemampuan dari anggota tim, namun pada kenyataannya langkah tersebut belum maksimal, karena dilapangan tim pelatihan masih terdapat anggota tim yang kebingunan terkait dengan *jobdes* yang diberikan, maka perlu adanya rapat koordinasi secara offline sebelum menentukan peran dan tanggungjawab kepada tim pelatihan.

3. Penjadwalan pelatihan

Agar pelatihan ini tidak mengganggu proses belajar mengajar reguler, waka kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01 menyusun jadwal yang *fleksibel* yaitu dalam 1x pertemuan pada tanggal

19-09-2024 jam 1 sampai jam 3 sore. Pelatihan diatur dalam beberapa sesi yang disesuaikan dengan waktu luang guru dan staf. Sesi-sesi pelatihan ini dijadwalkan agar tidak bentrok dengan kegiatan utama sekolah, sehingga para peserta tetap bisa fokus pada tugas mengajar mereka diluar sesi pelatihan. Penjadwalan ini memastikan bahwa proses pelatihan berlangsung efektif tanpa mengurangi kualitas pembelajaran siswa.

Hasil observasi dilapangan meliputi, sekolah menyusun jadwal pelatihan tersebut dengan *flaksibel*, sehingga kenyataan dilapangan waktu pelaksanaan menjadi tidak sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya, waktu yang tadinya cukup menjadi kurang cukup, maka perlu adanya ketepatan dalam menentukan jadwal pelatihan tersebut.

4. Pengaturan fasilitas dan peralatan

Untuk mendukung keberhasilan pelatihan, tim pelatihan dengan waka kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01 memastikan bahwa semua fasilitas dan peralatan yang dibutuhkan sudah siap dan berfungsi dengan baik. Ruang pelatihan

disiapkan dengan fasilitas yang lengkap, kamera, laptop dan perangkat lunak pengeditan video yang dibutuhkan untuk sesi praktik. Jaringan internet yang stabil juga disediakan agar peserta dapat mengakses sumber daya online selama pelatihan. Hal ini sangat penting mengingat pelatihan berfokus pada pemasaran digital, yang memerlukan teknologi dan *konektivitas* yang andal.

Hasil observasi lapangan yaitu, pengaturan fasilitas dan peralatan pelatihan dilakukan dengan cara menyiapkan dan memastikan semua fasilitas dan peralatan yang dibutuhkan ada dan siap untuk digunakan, tetapi pada saat pelatihan, masih terkendala terkait fasilitas seperti wifi yang tidak stabil. maka perlu adanya cek ulang peralatan dan fasilitas sebelum pelaksanaan pelatihan dimulai.

5. Menyusun sesi pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dalam beberapa sesi yang meliputi persiapan pelatihan, registrasi peserta atau daftar hadir peserta, pembukaan acara, menyanyikan lagu Indonesia Raya, sambutan –sambutan, doa, teori dan praktik dan

yang terakhir penutup. Narasumber memberikan pemahaman tentang pemasaran digital disaat sesi materi, termasuk strategi promosi sekolah melalui media sosial dan platform online lainnya. Setelah itu, peserta masuk kesesi praktik langsung, dimana mereka belajar cara mengambil gambar, mengedit video, serta mengelola konten kreatif di media sosial. Hal ini memastikan peserta dapat langsung menerapkan keterampilan yang dipelajari.

Data ini diperkuat dari hasil wawancara kepada Bapak Ristam, S.Pd yaitu:

”Dalam proses pelaksanaan, kita tentunya banyak melakukan koordinasi, koordinasi dengan tim yang sudah dibentuk tadi, karena kita kan di dalam proposal kegiatan itu didalamnya dibuatkan SK surat tugas untuk tim, lalu kita koordinasi dan pemantapan terkait dengan *jobdis* masing-masing. Kemudian saat pelaksanaan, tinggal sesuai dengan *jobdis* yang sudah dibagi seperti yang bagian komunikasi narasumber siapa, yang bagian dokumentasi siapa, dan yang lain-lain.”

Hasil observasi dilapangan yaitu, tim pelatihan menyusun sesi pelatihan berupa rundown acara dengan detail beserta waktu dan keterangan lainnya. Namun kenyataan dilapangan waktu setiap sesi pelatihan menjadi tidak sesuai dengan rundown acara yang telah dibuat, maka ketika dalam menyusun sesi pelatihan harus melihat terlebih dahulu kekurangan dalam pelatihan sebelumnya diadakan, sehingga bisa menjadi tolak ukur dalam membuat rundown dan menentukan waktu per sesi yang tepat untuk pelatihan.

Data yang telah didapatkan melalui wawancara dari beberapa pihak, data tersebut dikuatkan dengan data dokumentasi yang berkaitan dengan menyusun sesi pelatihan berupa *rundown* acara pelatihan, yaitu:

**RUNDOWN ACARA PELATIHAN CONTENT CREATIVE DAN VIDEOGRAFI
SEBAGAI SARANA DAN PEMASARAN SD N NGLIYAN 01 SEMARANG**

NO	Waktu		Isi Acara	Keterangan
	Jam	Durasi		
1	12.00-12.30	30Menit	PersiapanPelatihan	All
2	12.30-13.00	30Menit	RegistrasiGuru	All
3	13.00-13.05	5Menit	PembukaanAcara	MC NabeehaHimatus
4	13.05-13.15	10Menit	MenyanyikanLagu Indonesiaraya	Dirjen (Khasanah)
5	13.15-13.20	5menit	Sambutan - sambutan	KepalaSekolahSDN01N galiyan
6	13.20-13.25	5Menit	Doa	PetugasDoa (fadila)
7	13.25-13.45	20Menit	Presentasi MateriPembuatan KontenVideo	Syaif
8	13.45-14.00	45 Menit	Praktik	Syaif
9	14.00-14.20	5Menit	Penutup	All

Gambar 4.8. Dokumentasi Rundown Acara



PEMERINTAH KOTA SEMARANG
DINAS PENDIDIKAN
SEKOLAH DASAR NEGERI NGALIAN 01
KECAMATAN NGALIAN

Jalan Prof. Dr. Hamka Ngaliyan, Telp. 024-7822250 Semarang 50181
e-mail: sdngaliyan01@gmail.com, ascpd_n.010267@yahoo.com, sdngaliyan01.blogspot.com



**DAFTAR HADIR PELAKSANAAN
PELATIHAN GEMINI AI & VIDEO INTERAKTIF
TAHUN 2024
SD NEGERI NGALIAN 01**

NO	NAMA	JABATAN	TTD
1	JUMARI, S.Pd.I	Kepala Korsiapen Kec. Ngaliyan 01	1
2	SYAIFUL BAKRI, M.MsI & Tim	Narasumber	2
3	NGATININGSIH, S.Pd	Kepala Sekolah SDN Ngaliyan 01	3
4	MURKILAH, S.Pd	Kepala Sekolah SDN Ngaliyan 03	4
5	SUSILOWATI, S.Pd, M.Pd	Kepala Sekolah SDN Tambak Aji.04	5
6	MILA NAVIANA, S. Pd	Guru Kelas	6
7	NIKEN HIDAYATI, S. Pd	Guru Kelas	7
8	DRA. DWI ATMA SRI SUWARNI	Guru Kelas	8
9	DIYAH KURNIA WIJAYANTI, S. Pd	Guru Kelas	9
10	IMA HIKMAWATI, S. Pd.M.SI	Guru Kelas	10
11	DEDI HARTOYO, SS, S.Pd	Guru Kelas	11
12	MARIA TUMEININGSIH, S. Pd	Guru Kelas	12
13	NURKURSIH, S. Pd	Guru Kelas	13
14	NINIK CHAERONI, S. Pd.SD	Guru Kelas	14
15	BUDI SANTOSA, S. Pd	Guru Kelas	15
16	MUMBITAH FATIMATUN SOLEKHAH, S. Pd.SD	Guru Kelas	16
17	HANIK KUNJAYANA, S.Pd.SD	Guru Kelas	17
18	FITRIYANI, S. Pd.SD	Guru Kelas	18
19	TRI SUTANTI, S. Pd.SD	Guru Kelas	19
20	ISTIKOMAH, S. Pd.SD	Guru Kelas	20
21	SRI PUNGKASININGSIH, S. Pd., M.Pd	Guru Kelas	21
22	NGADIYONO, S. Pd	Guru Kelas	22
23	BUDHI PRAKOSO, S.Pd.	Guru Kelas	23
24	MUHAMMAD YAZID, S. Ag	Guru Mapel PAI	24
25	ALEXANDER ARIEF WIBOWO, S.S.	Guru Mapel PAK	25
26	WIDIYANTIN TRI HANDAYATIK, S.Pd.SD	Guru Kelas	26
27	SITI MUNAWAROH, S.Pd	Guru Kelas	27
28	RISTAM, S.PD	Guru Kelas	28
29	WAHYU AGUS SALIM, S.PD.I	Guru Mapel PAI	29
30	INTAN NUGRAHENI, S.Pd.SD	Guru Kelas	30

Gambar 4.9. Dokumentasi Absensi Peserta

6. Membuat materi pelatihan

Dalam menyusun materi pelatihan pemasaran sekolah berbasis *content creative* dan *videografi islami* di SD Negeri Ngaliyan 01, narasumber

berkoordinasi melalui grup *whatsapp* dengan tim pelatihan yang sudah dibentuk tadi. Langkah pertamanya adalah menentukan tema materi yang akan disampaikan oleh narasumber saat pelatihan, langkah awal ini akan mempermudah narasumber atau pemateri dalam menyiapkan materi pelatihan tersebut. Selanjutnya adalah narasumber membuat materi dengan menyesuaikan kebutuhan maupun tujuan pelatihan yang akan diadakan dan disesuaikan dengan tema materi yang sudah dibuat tadi.

Hasil koordinasi narasumber dengan tim pelatihan diantaranya sebagai berikut, tim pelatihan akan memanfaatkan aplikasi *Canva* dan *CapCut* untuk mempermudah proses pembuatan konten. Materi pelatihan ini dibagi menjadi dua bagian: pemahaman dan praktik.

Bagian pemahaman akan mencakup teori dasar tentang pemasaran digital, pentingnya konten kreatif, dan cara menggunakan *Canva* untuk membuat desain grafis yang menarik, seperti poster dan *infografis*. Di sisi lain, bagian praktik akan memberikan kesempatan kepada peserta untuk langsung menerapkan apa yang

telah mereka pelajari. Mereka akan belajar menggunakan *CapCut* untuk mengedit video, mulai dari pengambilan gambar hingga penyuntingan, sehingga peserta dapat membuat video promosi sekolah yang menarik, dengan cara ini, diharapkan peserta tidak hanya memahami konsep pemasaran, tetapi juga memiliki keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pengelolaan konten sekolah.

Data ini di dukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Maria Tumeiningsih, S.Pd selaku salah satu tim pelatihan yang berkoordinasi dengan narasumber, beliau menyatakan bahwa:

“Kami melakukan koordinasi dalam menyusun materi pelatihan melalui grub *whatsapp* dan rapat koordinasi secara langsung dengan narasumber yang telah kita tunjuk, karena apa? ya agar nanti pada saat pelatihan dilaksanakan tidak ada rasa kekecewaan para peserta atau guru yang sudah mengikuti pelatihan tersebut, karena kalau tidak ada koordinasi, takutnya nanti

materinya tidak sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang telah dirancang sebelumnya.”

Hasil observasi dilapangan yaitu, dalam menyusun materi pelatihan tersebut, tim pelatihan atau narasumber berkoordinasi melalui grub *whatsapp* yang sudah dibuat oleh tim pelatihan, dan materi tersebut dibuat berbentuk *power point*. Tetapi dari kenyataan dilapangan pada saat pelatihan dilaksanakan, peserta agak susah dalam memahami materi yang sudah dibuat, sehingga narasumber perlu menyediakan hard file tentang materi tersebut dan dibagikan kepada peserta untuk dipelajari lagi.

Data atau informasi yang didapat oleh peneliti melalui wawancara dengan beberapa orang, data tersebut didukung oleh data lainnya yang berupa dokumentasi terkait dengan koordinasi pembuatan materi pelatihan melalui grub *whatsapp* dan koordinasi secara langsung, yaitu:

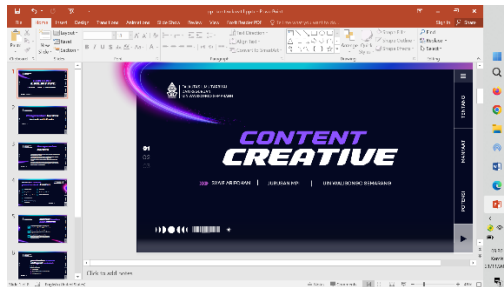


Gambar 4.10. Dokumentasi Grup Whatsapp Tim.



Gambar 4.11. Dokumentasi Koordinasi Materi.

Data yang didapat oleh peneliti melalui wawancara dengan beberapa pihak, data tersebut didukung oleh data lainnya yang berupa dokumentasi tentang hasil materi yang sudah dibuat melalui hasil koordinasi di grup *whatsapp*, yaitu :



Gambar 4.12. Dokumentasi Materi

f. Menyiapkan sesi praktik dan penguatan

Untuk menyiapkan sesi praktik dalam pelatihan *content creative* dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01, tim pelatihan melakukan beberapa langkah penting yaitu yang pertama, mereka akan memastikan bahwa semua peserta memiliki akses ke aplikasi *Canva* dan *CapCut* di perangkat masing-masing seperti di laptop maupun *handphone*. Sesi praktik akan dimulai dengan penjelasan singkat tentang cara menggunakan

kedua aplikasi tersebut, diikuti dengan demonstrasi langsung dari narasumber.

Selanjutnya peserta akan dibagi menjadi kelompok kecil untuk mendorong kolaborasi dan diskusi. Setiap kelompok akan mendapatkan tugas untuk membuat desain grafis menggunakan *Canva*, seperti poster atau infografis, serta mengedit video promosi maupun video islami menggunakan *CapCut*. Narasumber akan berkeliling untuk memberikan bimbingan dan menjawab pertanyaan selama sesi praktik. Dengan cara ini, peserta dapat belajar langsung dan berbagi ide, sehingga mereka tidak hanya memahami teori, tetapi juga mendapatkan pengalaman nyata dalam menciptakan konten menarik untuk sekolah.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan tentang menyiapkan sesi praktik dan penguatan yaitu dengan cara memastikan peserta mempunyai akses ke aplikasi *canva* maupun *capcut*, dan memberikan tugas praktik kepada peserta. Namun pada saat pelaksanaannya, peserta masih kesulitan dalam mempraktekan atau membuat tugas yang telah diberikan oleh

narasumber, sehingga perlu adanya panduan yang jelas dari narasumber.

Data tersebut diperkuat dengan data dokumentasi tentang pelaksanaan sesi praktik di lapangan secara langsung, yaitu:



Gambar 4.13. Dokumentasi Sesi Praktik Pelatihan.



Gambar 4.14. Dokumentasi Sesi Praktik Pelatihan



Gambar 4.15. Dokumentasi Pelatihan

g. Tindak lanjut dan dukungan

Setelah pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01, penting untuk memberikan dukungan dan tindak lanjut kepada peserta. Langkah tersebut dilakukan dengan membuat grup *whatsapp* yang berisi peserta dan narasumber. Grup *whatsapp* tersebut peserta bisa bertanya, berdiskusi, dan meminta saran tentang penggunaan aplikasi *Canva* dan *CapCut* untuk proyek mereka. Hal ini akan membantu menciptakan suasana saling mendukung dimana semua orang bisa berbagi pengalaman.

Sekolah juga bisa mengadakan pelatihan lanjutan setiap hari kamis siang jam 13.00 wib

pada saat diluar jam pelajaran yang disebut "Kombel atau komunitas belajar guru," dimana guru berkumpul untuk mendiskusikan tantangan yang mereka hadapi setelah pelatihan. Dalam sesi kombel ini terlaksana pada tanggal 24-26 sepetember 2024 yang menjadi 2x pertemuan dalam satu minggu, mereka bisa berbagi hasil karya yang telah dibuat dan mendapatkan bimbingan lebih lanjut dari narasumber. Sehingga peserta akan terus mengembangkan keterampilan mereka dan lebih mudah menerapkan apa yang telah dipelajari dalam pengelolaan konten sekolah.

Data tersebut di perkuat dari hasil wawancara dengan Ibu Maria Tumeiningsih, S.Pd, yaitu :

“Kita itu setiap hari Kamis ada namanya kegiatan KOMBEL (komunitas belajar) guru, dimana kegiatan tersebut berupa sebuah pelatihan singkat untuk mengembangkan kompetensi guru, jadi KOMBEL (komunitas belajar) tersebut bisa digunakan untuk tindak lanjut setelah mengadakan pelatihan *content creative* tersebut, yang bertujuan untuk mengulas kembali materi dan praktek yang

dirasa perlu untuk dibahas atau dipelajari lagi, sehingga peserta mampu menguasai materi dan praktek yang telah dibahas saat pelatihan tersebut.”

Hasil dari observasi dilapangan yaitu, tindak lanjut yang dilakukan sekolah adalah mengadakan pelatihan singkat atau pelatihan lanjutan yang mengulas kembali terkait materi dan praktik tentang pelatihan tersebut. Namun pada kenyataan dilapangan, langkah tersebut belum berjalan dengan efektif karena peserta yang mengikuti sedikit, maka tim pelatihan perlu menawarkan program mentoring baik online maupun offline.

Data yang didapat dari wawancara dengan Ibu Maria Tumeiningsih, S.Pd, dikuatkan dengan data yang diperoleh dari data dokumentasi terkait tindak lanjut setelah pelatihan dilaksanakan, yaitu dengan mengadakan KOMBEL (komunitas belajar) guru yang di isi oleh narasumber pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran sekolah yang telah dilaksanakan sebelumnya, yaitu:



Gambar 4.16. Dokumentasi KOMBEL
(komunitas belajar guru)



Gambar 4.17. Dokumentasi KOMBEL
(komunitas belajar guru)

h. Evaluasi

Menurut Waka Kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, tahap evaluasi dalam manajemen pelatihan pelatihan *content creative*

dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran dilakukan untuk memastikan bahwa pelatihan menghasilkan hasil yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Tahap ini melibatkan beberapa langkah penting untuk mengevaluasi keberhasilan pelatihan dan memastikan penerapan keterampilan baru dengan efektif.

1. Evaluasi hasil pelatihan dan kinerja tim

Setelah pelatihan selesai, dilakukan evaluasi untuk menilai kemampuan peserta atau guru yang menjadi peserta di pelatihan ini. Evaluasi ini dilakukan melalui demonstrasi langsung atau tes di mana setiap peserta diminta untuk membuat proyek akhir berupa video promosi sekolah maupun video islami. Video ini digunakan sebagai indikator untuk menilai seberapa baik peserta menguasai keterampilan pembuatan konten kreatif dan *videografi* yang diajarkan selama pelatihan.

Evaluasi ini terbagi menjadi beberapa tahap diantaranya sebagai berikut:

a. Evaluasi kinerja tim pelatihan

Pada tahap ini, tim mengevaluasi hasil kinerjanya mulai dari persiapan kegiatan sampai dengan pelaksanaan kegiatannya, hal ini sangat penting karena dapat mengetahui kelemahan atau kelebihan tim sehingga nanti kedepannya ketika mengadakan suatu kegiatan pelatihan menjadi lebih efektif dan berjalan dengan lebih baik lagi.

Data ini diperkuat dari hasil wawancara dengan Bapak Ristam, S.Pd yaitu :

“Proses evaluasi pertama kita akan masuk terkait dengan kinerja tim yang sudah dibentuk, kita lihat efektivitasnya, kita lihat kelemahannya dimana, kemudian kelebihanannya dimana, agar kita kedepannya akan lebih baik lagi, selanjutnya yang kedua kita

evaluasi terkait peserta, peserta ini sesuai target apa nggak, artinya yang kita tadinya katakanlah guru, semua guru harus hadir tetapi beberapa persen guru tidak hadir karena sakit atau keperluan lain, itu kan merupakan bagian dari evaluasi”.

b. Evaluasi peserta

Langkah selanjutnya adalah mengevaluasi peserta dengan cara mengumpulkan umpan balik dari peserta tentang materi dan praktek yang sudah diikuti oleh peserta. Tim juga akan memeriksa kehadiran peserta untuk memastikan bahwa target kehadiran tercapai.

Data ini didukung oleh hasil wawancara dengan Bapak Ristam, S.Pd selaku salahsatu Tim yang mengadakan pelatihan tersebut, beliau berpendapat yaitu:

“Kemudian evaluasi terkait dengan efektivitas peserta pada saat pelatihan, seperti antusiasnya peserta bagaimana dan lain-lainya”.

c. Evaluasi narasumber

Kinerja narasumber akan dievaluasi, termasuk apakah materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan peserta dan seberapa baik mereka menyampaikan informasi.

Data ini diperkuat dari hasil wawancara dengan Bapak Ristam, S.Pd, beliau adalah salahsatu Tim yang mengadakan pelatihan tersebut, sebagai berikut:

”Kemudian selanjutnya evaluasi terkait dengan narasumber, jadi narasumber yang sudah kita undang itu sesuai gak dengan materi yang kita harapkan, yang kedua mengena apa nggak pendekatan yang dipakai dalam pelaksanaan pelatihan, kemudian yang ketiga terkait dengan narasumber,

efektivitas waktu kadang kita merencanakan waktu 2 jam tetapi baru 1 jam sudah selesai itukan bagian dari evaluasi, nah jadi kita harus evaluasi kedepan bahwa komunikasi kepada narasumber kalau waktu 2 jam ya semaksimal mungkin dimanfaatkan waktu 2 jam tersebut”.

d. Evaluasi anggaran pelatihan

Dalam mengadakan kegiatan pelatihan ini, SD Negeri Ngaliyan 01 mendapatkan dana dari BOS KINERJA dimana dana tersebut digunakan untuk kegiatan dalam pengembangan kompetensi guru, sehingga perlu dan penting untuk melakukan evaluasi anggaran kegiatan pelatihan ketika sudah melaksanakan kegiatan tersebut, yang berguna untuk mengetahui apakah dana kegiatan pelatihan tersebut membengkak atau menyisakan dan sudah sesuai dengan

rencana anggaran yang sudah dibuat sebelum pelaksanaan pelatihan.

Data ini diperkuat dari hasil wawancara dengan Bapak Ristam, S.Pd selaku salah satu Tim yang mengadakan pelatihan tersebut, sebagai berikut:

“Kemudian evaluasi terkait dengan anggaran, anggarannya sesuai gak dengan rencana awal, apakah ada pembengkakan, atau ada tamu yang tiba-tiba datang gak diundang atau tamu yang tidak terhitung dalam anggaran, itu kan dibikin evaluasi kita inventarisir dana kita sudah sesuai apa enggak, terus kalau tidak sesuai itu kenapa, terus pemecahannya bagaimana, kedepannya kalau ada acara pelatihan bisa lebih maksimal lagi terkait dengan anggaran.

e. Evaluasi secara umum

Langkah terakhir dalam evaluasi adalah dengan mengevaluasi keseluruhan atau secara umum, mulai dari kinerja tim, peserta, narasumber dan evaluasi anggaran, hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana efektivitas dalam mengadakan pelatihan tersebut.

Data ini didukung oleh hasil wawancara dengan Pak Ristam, S.Pd , beliau selaku salahsatu Tim yang mengadakan pelatihan tersebut, sebagai berikut:

“Terus yang terakhir ada evaluasi secara umum, jadi mungkin kita bisa menggunakan skala, jadi pelaksanaan kita mungkin katakanlah nilainya 1-5, kalau 5 berarti baik sekali, jadi kita buat skala dari hasil evaluasi tadi seperti evaluasi peserta, evaluasi narasumber, evaluasi anggaran, nah kita skala kan kira

kira-kira kita berada dimana terkait dalam pelaksanaannya. Tindak lanjut dari evaluasi, kita laporan ke kepala sekolah terkait tindak lanjut dari hasil evaluasi, berarti kelemahan kelemahan tersebut nanti bisa kita perbaiki di kegiatan-kegiatan yang akan datang”.

Hasil observasi dilapangan menyatakan bahwa pada tahap evaluasi tentang pelatihan yang telah diselenggarakan meliputi beberapa langkah yaitu melakukan evaluasi kinerja tim, evaluasi peserta, evaluasi narasumber, evaluasi anggaran pelatihan, evaluasi secara umum dan umpan balik peserta. Untuk mengevaluasi kegiatan pelatihan secara menyeluruh maka tidak hanya dengan langkah langkah tersebut, tetapi harus juga memperhatikan dan mengevaluasi penilaian pra maupun pasca pelatihan, serta evaluasi harus mencakup penilaian pemahaman peserta, efektivitas materi, atau dampak pelatihan terhadap kinerja. Sehingga tim pelatihan dapat mengetahui

kelemahan dan kelebihan pelaksanaan pelatihan dengan menyeluruh.

Data yang telah didapatkan melalui data dilapangan dan data dari beberapa pihak, data ini juga dikuatkan dengan data berupa dokumentasi tentang pelaporan evaluasi oleh Ibu Maria Tumeiningsih, S.Pd, beliau selaku perwakilan tim pelatihan, melaporkan ke kepala sekolah Ibu Ngatiningsih, S.Pd yaitu:



Gambar 4.18. Dokumentasi Pelaporan Evaluasi

2. Umpan balik bagi peserta

Kepala sekolah dan waka kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01 juga meminta umpan balik dari peserta pelatihan untuk

mengetahui apa yang sudah berjalan baik dan apa yang perlu kinerja tim ditingkatkan. Peserta memberikan pandangan mereka tentang kualitas materi pelatihan, metode pengajaran, dan fasilitas yang disediakan.

Hal ini sejalan dari hasil wawancara dengan salah satu peserta pelatihan *content creative* dan *vidiografi* di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang yaitu dengan Pak Dedi Hartoyo, SS, S.Pd sebagai berikut:

“Cukup bagus ya, materi yang tadi disampaikan oleh pemateri nya sangat jelas dan mendasar sehingga untuk pemula seperti saya ini menjadi cepat paham, cuma yang menjadikan kendala saat pelatihan ini adalah terkait waktu praktek pelatihan nya yang sangat singkat, saya rasa satu jam enggak cukup ya untuk mempraktek kan semua fitur atau materi yang dipraktikkan oleh pemateri, sehingga waktu sesi praktek pelatihan hanya sebagian materi saja”.

Data ini juga diperkuat oleh data berupa dokumentasi wawancara dengan Bapak Dedi Hartoyo, SS, S.Pd, yaitu:



Gambar 4.19. Dokumentasi Wawancara Tentang Umpan Balik Peserta.

3. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang

- a. Faktor pendukung dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang diantaranya sebagai berikut.

Dukungan dari kepala sekolah Ibu Ngatiningsih, S.Pd yang menjadi alasan pertama dalam mengadakan pelatihan ini, kepala sekolah

bersama guru guru di SD Negeri Ngaliyan 01 menyadari bahwa pentingnya mempelajari branding sekolah melalui kegiatan yang di upload di sosial media. Begitupula para guru yang sangat bersemangat dan memiliki antusiasme yang tinggi untuk mempelajari tentang ilmu teknologi yang sedang trend sekarang seperti pembuatan konten.

Salah satunya yang menjadikan kepala sekolah dan para guru bersemangat dalam pelatihan ini adalah karena mereka menyadari secara langsung tentang konten yang di upload di sosial media sekolah sangat berdampak besar bagi sekolah tersebut, hal ini dapat dibuktikan dengan adanya kegiatan studi banding dari SD Negeri Kabunan 1 dan SD Negeri Sindang 1 Kabupaten Tegal yang berbondong bondong dari jauh untuk datang ke SD Negeri Ngaliyan 01 tersebut, hal ini lah yang menjadikan para guru bersemangat dalam mengikuti pelatihan ini, karena rasa bangga sekolahannya tersebut dapat di kunjungi oleh sekolah dari jauh yang berawal dari melihat konten sosial medianya SD Negeri Ngaliyan 01.

Disisi lain faktor pendukung dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan

vidiografi sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 adalah adanya dana dari BOS KINERJA yang digunakan untuk pengembangan kompetensi guru melalui pelatihan. Dalam mengadakan sebuah kegiatan atau pelatihan harus ada anggaran kegiatannya, karena anggaran mempengaruhi tingkat efektivitas atau menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam mengadakan sebuah kegiatan pelatihan di sekolah.

Faktor pendukung pelatihan lainnya adalah berupa reward kepada narasumber dan para peserta yang telah mengikuti pelatihan dari awal sampai akhir yaitu berupa penghargaan sertifikat pelatihan yang berisikan 4 JP, sehingga para peserta mempunyai keinginan besar dalam mengikuti pelatihan tersebut. Data ini didukung dengan data berupa dokumentasi foto sertifikat pelatihan, yaitu:



Gambar 4.20. Dokumentasi sertifikat pelatihan.

Data ini sejalan dengan hasil wawancara bersama Ibu Maria Tumeiningsih, S.Pd selaku waka kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01 dan sebagai tim pelatihan, yaitu:

“Faktor pendukung dalam pelaksanaan pelatihan ini yang pertama itu karena niat, kedua keinginan para guru SD Negeri Ngaliyan 01 untuk maju dalam pengembangan pembelajarannya, yang selanjutnya adanya tuntutan dari Visi Misi SD Negeri Ngaliyan 01 tentang pengembangan IT ilmu teknologi dan IPTEK, yang terakhir dalam pelaksanaan pelatihan ini mendapat dukungan penuh dari

Ibu Kepala Sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 yaitu Ibu Ngatiningsih, buktinya apa? di RKAS itu ada alokasi untuk pengembangan profesional guru melalui workshop, melalui sosialisasi, yang kedua itu mendatangkan ahli atau narasumber ke sekolah untuk memberikan sosialisasi dan pelatihan terkait pengembangan IT, disediakanya peralatan atau fasilitas misalnya seperti *Chromebook Laptop* untuk memfasilitasi para guru, nah itu kan termasuk juga dukungan dari sekolah.”

Hasil observasi dilapangan, faktor pendukung dalam pelatihan ini adalah yang pertama yaitu dukungan penuh dari kepala sekolah, yang kedua sekolah mendapatkan anggaran kegiatan pelatihan dari BOS KINERJA untuk pengembangan kompetensi guru melalui mengadakan sebuah pelatihan, yang ketiga yaitu SDM (sumber daya manusia) guru yang rendah tentang kemajuan ilmu teknologi sehingga para guru termotivasi untuk belajar terkait ilmu teknologi.

b. Faktor penghambat dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang yaitu:

1. Waktu yang rasanya begitu singkat saat pelatihan sehingga peserta atau para guru belum sepenuhnya paham dan menguasai terkait materi dan praktek yang dijelaskan oleh narasumber, adapun waktu pelatihan tersebut adalah 2 jam dimulai dari jam 1 siang sampai jam 3 menjelang sore dan pelatihan ini diadakan cuma satu kali.
2. Wifi atau jaringan internet yang ada disekolahan tidak stabil sehingga saat pelaksanaan pelatihan di sesi praktek terdapat kendala saat login di aplikasi pengeditan konten, hal ini lah yang menjadikan waktu pelatihan menjadi terasa kurang dan menghambat jalannya pelatihan pada waktu itu.
3. Saat pelatihan dilaksanakan ada beberapa guru yang kesulitan dalam memahami materi dan praktek pelatihan konten kreatif tersebut, karena ada beberapa hal

atau alasan mengapa hal itu terjadi yaitu, karena ada beberapa guru yang menyepelekan dan tidak mau belajar dengan sungguh-sungguh, ada juga beberapa guru yang usianya sudah senior yang kesulitan dalam memahami tentang pembuatan konten karena SDM (sumber daya manusia) tentang ilmu teknologi dijamin sekarang sangat tertinggal sehingga sulit untuk diajari.

Data ini didukung oleh hasil wawancara peneliti dengan waka kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01 yaitu Ibu Maria Tumainingsih sebagai berikut:

”Faktor penghambatnya adalah guru yang senior itu kurang bisa menguasai IPTEK sehingga merasa bosan, yang kedua terkadang ada keinginan untuk tidak mau atau tidak mempunyai keinginan belajar tentang IPTEK, contoh ucapannya seperti ini “saya belajar IPTEK buat apa, kan udah umur segini” nah ucapan ucapan seperti itu. Saat pelaksanaan pelatihan ketika praktek itu

terkendala terkait internet di ruang pelatihan atau aula, jadi internet atau wifi di aula agak tersendat, maksudnya gini, dengan luas sekolah yang seluas ini, MB internet butuh peningkatan jaringan lagi yang lebih besar agar wifi internetnya lancar”.

Hasil observasi dilapangan, faktor penghambat dalam pelatihan ini adalah waktu yang begitu singkat, fasilitas yang kurang efektif seperti jaringan wifi yang tidak stabil, peserta kesulitan dalam memahami materi dan praktek pelatihan. Maka kedepannya sebelum mengadakan pelatihan harus mengatur manajemen waktu dengan baik, perbaikan fasilitas pelatihan dan metode pembelajaran aktif.

Data wawancara yang telah di dapatkan dengan Ibu Maria Tumeiningsih, S.Pd, data ini juga dikuatkan dengan data dokumentasi pada saat wawancara dengan beliau, yaitu:



Gambar 4.21. Dokumentasi Wawancara Faktor Penghambat Pelatihan.

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang manajemen pelatihan *content creative* dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, maka hasil penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manajemen Pelatihan *Content Creative* dan *Videografi Islami* Sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang

a) Analisis kebutuhan

Menurut Hassan & Shafique (2021), “Dengan melakukan analisis kebutuhan ini, organisasi dapat merancang program pelatihan yang sesuai

dan efektif”.⁷⁰ Teori tersebut ditegaskan oleh Prasetyo dan Hidayati (2020), “analisis kebutuhan pelatihan sangat penting untuk membantu pengembangan keterampilan karyawan, terutama di era industri 4.0. Mereka menjelaskan bahwa proses ini diperlukan untuk mengidentifikasi apa yang dibutuhkan karyawan agar dapat memenuhi tuntutan pekerjaan yang terus berubah.”⁷¹

Dari hasil penelitian dilapangan menyatakan bahwa, adanya pelatihan ini berawal dari kepala sekolah dan tim melakukan analisis kebutuhan dengan melihan hasil dari rapor pendidikan, dimana rapor pendidikan tersebut dihasilkan dari asesmen nasional, sehingga muncul nilai yang kurang dan yang sudah memuaskan terkait kompetensi guru, dengan melakukan analisis kebutuhan tersebut maka kepala sekolah berserta tim dapat merancang pelatihan yang sesuai kebutuhan para guru.

⁷⁰ Hassan and Shafique, “Training Needs Analysis: A Systematic Review,” *International Journal of Training and Development*, 2021.

⁷¹ Dewi Hidayati and E N Prasetyo, “Analisis Kebutuhan Pelatihan Untuk Meningkatkan Kompetensi Karyawan,” *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 2020.

Berdasarkan hasil teori tersebut analisis kebutuhan yang dilakukan pihak sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 adalah dengan melihat nilai yang kurang dari rapor pendidikan yang didalamnya terdapat nilai yang kurang maupun yang baik dalam kompetensi guru di SD Negeri Ngaliyan 01, maka analisis kebutuhan sangat lah penting untuk mengetahui apa yang perlu ditingkatkan terkait kompetensi para guru melalui pelatihan serta menganalisis anggaran yang akan dibutuhkan dalam mengadakan sebuah pelatihan.

Dalam pelatihan *content creative* dan *vidiografi* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, hasil penelitian dari indikator manajemen pelatihan yaitu analisis kebutuhan yang ada dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8. Hasil Analisis Kebutuhan

Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Analisis kebutuhan	1. Menganalisis kebutuhan dengan melihat nilai rendah kompetensi guru dari rapor pendidikan yang dihasilkan dari asesmen nasional. 2. Kepala sekolah dan tim melakukan observasi secara langsung kepada para guru. 3. Menganalisis kebutuhan pelatihan dari segi anggaran.	1. Lakukan survei dan wawancara dengan guru beserta staf sekolah untuk mengidentifikasi keterampilan yang kurang dan area yang memerlukan pengembangan. 2. <i>Benchmarking</i> dengan organisasi atau sekolah lain yang memiliki program pelatihan yang sukses.

b) Menetapkan tujuan pelatihan

Menurut Sri Rahayu & Mintawati (2023), Tujuan pelatihan yang relevan dapat meningkatkan motivasi karyawan untuk belajar dan berpartisipasi aktif dalam pelatihan. Karyawan akan merasa lebih terlibat jika mereka memahami bagaimana pelatihan tersebut dapat membantu mereka dalam pekerjaan sehari-hari.⁷²

Priliana dan Shinta (2021) dalam artikel mereka yang berjudul "Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Berbasis Kompetensi," mereka menegaskan bahwa menetapkan tujuan pelatihan yang jelas menjadi dasar untuk merencanakan seluruh program.⁷³

Dari hasil penelitian di lapangan menyatakan bahwa dalam langkah menetapkan tujuan

⁷² Artika Sri Rahayu, Dela Puspita, Fawwar Fauzan, Fitri Saffhira Hesri Mintawati, "Pengaruh Pemberdayaan Karyawan, Kerja Tim, Dan Pelatihan," *Jurnal Ilmiah Ips Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 28–33.

⁷³ Devi Apriliana and Shinta, *Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Berbasis Kompetensi Pada PT Pembangkitan Jawa-Bali Kota Surabaya*, 2021.

pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 dapat dirumuskan dengan melihat hasil analisis kebutuhan pelatihan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi.

Berdasarkan dari hasil teori tersebut, menetapkan tujuan pelatihan tidak hanya sekadar pernyataan umum, tetapi juga langkah konkret untuk menyelesaikan masalah yang telah diidentifikasi. Ini memastikan pelatihan yang diadakan relevan dan efektif dalam meningkatkan keterampilan guru sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

Dalam pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, hasil penelitian dari indikator manajemen pelatihan yaitu menetapkan tujuan pelatihan yang ada dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9. Hasil Tujuan Pelatihan

Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Menetapkan tujuan pelatihan	1. Dirumuskan dengan cara melihat hasil analisis kebutuhan pelatihan.	1. Gunakan metode SMART (Spesifik, Measurable (Terukur), Achievable (Dapat Dicapai), Relevan (Relevan), dan Time-bound (Terikat Waktu). 2. Melakukan analisis kesenjangan kinerja saat ini dan yang diharapkan.

c) Menentukan manfaat bagi peserta

Menurut Wiwin Herwina dalam bukunya *Analisis Model-Model Pelatihan* (2021), menentukan manfaat yang jelas membantu peserta memahami bagaimana pelatihan tersebut relevan dengan pekerjaan mereka. Ini membuat mereka lebih termotivasi untuk berpartisipasi aktif.⁷⁴

Wexley dan Latham dalam buku *Developing and Training Human Resources in Organizations* (1991) menegaskan bahwa, dalam menentukan manfaat pelatihan menjelaskan keterampilan baru yang akan diperoleh. Hal ini memberi peserta gambaran yang jelas tentang apa yang dapat mereka harapkan dan bagaimana mereka dapat menerapkan keterampilan tersebut di tempat kerja.⁷⁵

Dari hasil penelitian dilapangan menyatakan bahwa langkah menentukan manfaat pelatihan bagi peserta adalah dengan cara melihat dari hasil analisis kebutuhan dan dari hasil menentukan

⁷⁴ Herwina, *Analisis Model-Model Pelatihan*.

⁷⁵ Wexley Kenneth N and Latham Gary P, *Developing and Training Human Resources in Organizations*, 1991.

tujuan yang di lakukan sebelumnya. Sehingga membantu peserta melihat nilai dari pelatihan yang akan mereka ikuti.

Berdasarkan dari teori tersebut, maka langkah dalam menetapkan manfaat yang jelas sebelum mengadakan pelatihan sangatlah penting, karena organisasi dapat lebih mudah mengevaluasi keberhasilan pelatihan. Peserta dapat memberikan umpan balik tentang sejauh mana manfaat tersebut tercapai, yang sangat berguna untuk perbaikan di masa mendatang.

Dalam pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, hasil penelitian dari indikator manajemen pelatihan yaitu menentukan manfaat pelatihan yang ada dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10. Hasil Menentukan Manfaat Pelatihan

Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Menentukan manfaat	1. Melihat dari hasil analisis kebutuhan dan dari hasil menentukan tujuan yang di lakukan sebelumnya.	1. Ditentukan dengan tujuan dan strategi organisasi. 2. Tinjau studi kasus dari pelatihan sudah diadakan sebelumnya untuk memahami manfaat yang telah diperoleh.

d) Persiapan peserta

Menurut Gustiana, Hidayat, dan Fauzi (2022), langkah dalam mempersiapkan peserta pelatihan adalah dengan menekankan pentingnya memberikan informasi yang jelas kepada peserta sebelum pelatihan dimulai. Ini termasuk tujuan

pelatihan, materi yang akan dibahas, dan manfaat yang akan diperoleh, sehingga peserta bisa datang dengan harapan yang realistis.⁷⁶

Karve dan Aggarwal-Gupta (2018) dalam artikel mereka "*Training Needs Analysis in a Government Regulatory Firm (B)*," Menegaskan bahwa dalam mempersiapkan peserta pelatihan harus terlebih dahulu memberikan informasi yang jelas dan komprehensif kepada peserta tentang tujuan pelatihan, konten, dan manfaat yang diharapkan adalah kunci.⁷⁷

Hasil penelitian dilapangan menyatakan bahwa, dalam menyiapkan peserta pelatihan yaitu dengan cara membuat undangan kegiatan resmi yang berisikan sebuah proposal kegiatan yang akan diadakan, serta membuat undangan berupa pamflet kegiatan yang menarik. Undangan dan pamflet tersebut di berikan peserta melalui grub

⁷⁶ Riska Gustiana, "Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Suatu Kajian Literatur Review Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia)," *Jemsi* 3, no. 6 (2022): 657–66, <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i6.1107>.

⁷⁷ Shailaja Karve and Meenakshi Aggarwal-Gupta, "Training Needs Analysis in a Government Regulatory Firm (B)," *Asian Journal of Management Cases* 15, no. 1 (2018): 34–49, <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0972820117744687>.

sekolahan, karena target pesertanya adalah guru dan staf sekolah, dan yang terakhir membuat grub peserta pelatihan untuk mempermudah koordinasi dengan pelatihan terkait informasi tentang kegiatan pelatihan yang akan diadakan.

Berdasarkan dari teori tersebut, maka langkah mempersiapkan peserta menjadi sangat penting dalam mengadakan sebuah pelatihan, karena untuk memastikan bahwa semua perspektif dan kebutuhan terwakili.

Dalam pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, hasil penelitian dari indikator manajemen pelatihan yaitu menyiapkan peserta yang ada dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11. Hasil Menyiapkan Peserta

Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Menyiapkan peserta	1. Membuat undangan kegiatan resmi yang berisikan sebuah proposal kegiatan yang akan diadakan. 2. Serta membuat undangan berupa pamflet kegiatan yang menarik. 3. Membuat grub wa peserta pelatihan untuk memudahkan koordinasi.	1. Selenggarakan sesi orientasi sebelum pelatihan untuk menjelaskan tujuan, manfaat, dan format pelatihan. 2. Tunjuk anggota tim atau mentor yang dapat dihubungi oleh peserta jika mereka memiliki pertanyaan.

e) Menyiapkan pengalaman belajar yang positif

Menurut Riyanto (2023) dalam menyiapkan pengalaman belajar yang positif juga melibatkan penggunaan berbagai metode pembelajaran. Penggunaan teknik yang bervariasi, seperti diskusi kelompok, studi kasus, dan pembelajaran berbasis proyek, dapat meningkatkan minat dan keterlibatan peserta.⁷⁸

Sinambela & Lijan Potak (2021) dalam bukunya “Manajemen Sumberdaya Manusia” menegaskan bahwa pentingnya menyajikan materi yang relevan dengan pekerjaan sehari-hari peserta. Ketika peserta melihat hubungan antara pelatihan dan tugas mereka, mereka akan lebih termotivasi untuk belajar dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh.⁷⁹

Hasil penelitian dilapangan menyatakan bahwa dalam menyiapkan pengalaman belajar

⁷⁸ Setyo Riyanto et al., “Increasing Job Satisfaction, Organizational Commitment and the Requirement for Competence and Training,” *Emerging Science Journal* 7, no. 2 (2023): 520–37, <https://doi.org/10.28991/ESJ-2023-07-02-016>.

⁷⁹ Lijan Poltak Sinambela, *Manajemen Sumberdaya Manusia : Membangun Tim Kerja Yang Solid Untuk Meningkatkan Kinerja*, 2021.

yang positif tidak hanya menyiapkan metode pembelajaran yang menarik tetapi melalui beberapa langkah yang di ambil oleh sekolah, yaitu membentuk tim pelatihan, mengalokasikan peran dan tanggungjawab, penjadwalan pelatihan, pengaturan fasilitas dan peralatan, menyusun sesi pelatihan dan membuat materi pelatihan.

Berdasarkan dari teori tersebut, maka menyiapkan pengalaman belajar yang positif sebelum mengadakan pelatihan *content creative* dan *vidiografi islam* di SD Negeri Ngaliyan 01 sangat penting untuk keberhasilan pelatihan.

Dalam pelatihan *content creative* dan *vidiografi* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, hasil penelitian dari indikator manajemen pelatihan yaitu menyiapkan pengalaman belajar yang positif yang ada dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12. Hasil Menyiapkan Pengalaman Belajar yang Positif

Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Menyiapkan pengalaman belajar yang positif	1. Membentuk tim pelatihan, mengalokasikan peran dan tanggungjawab. 2. Penjadwalan pelatihan, pengaturan fasilitas dan peralatan 3. Menyusun sesi pelatihan 4. Membuat materi pelatihan.	1. Desain materi pelatihan yang interaktif. 2. Sediakan waktu untuk refleksi pada saat pelatihan.

f) Menyiapkan sesi praktik dan penguatan

Menurut Saptono (2016) “bahwa sesi praktik memberikan kesempatan bagi peserta untuk menerapkan teori yang telah dipelajari dalam konteks nyata. Ini membantu peserta memahami

materi dengan lebih baik dan meningkatkan keterampilan mereka”.⁸⁰ Teori tersebut ditegaskan oleh Sianturi (2018) yaitu dalam mengadakan sebuah pelatihan harus merancang sesi praktik yang terstruktur untuk memastikan bahwa peserta dapat menerapkan keterampilan yang dipelajari.⁸¹

Hasil penelitian dilapangan menyatakan, dalam menyiapkan sesi praktik dan penguatan harus memperhatikan beberapa hal seperti memastikan semua peserta memiliki akses atau peralatan yang digunakan saat sesi praktek pelatihan, sehingga peserta saat mengikuti pelatihan di sesi praktik tidak ada kendala terkait pelaksanaannya.

Berdasarkan dari teori tersebut, maka dalam menyiapkan sesi praktek dan penguatan pelatihan *content creative* dan *vidiografi* di SD Negeri Ngaliyan 01 harus memperhatikan bebera

⁸⁰ Yohanes Joko Saptono, “Motivasi Dan Keberhasilan Belajar Siswa. REGULA FIDEI: Jurnal Pendidikan Agama Kristen,” *Volume I | Nomor 1 | Maret 1*, no. 1 (2016): 181–204.

⁸¹ Maria Elisabeth Sianturi, *Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan PTBank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Imam Bonjol Medan*, 2018.

aspek seperti memastikan peserta memiliki akses dan menyiapkan metode praktek yang efektif, sehingga memudahkan peserta dalam menjalani pengalaman praktik dengan teori yang telah dipelajari.

Dalam pelatihan *content creative* dan *vidiografi* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, hasil penelitian dari indikator manajemen pelatihan yaitu menyiapkan sesi praktek dan penguatan yang ada dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.13. Hasil Menyiapkan Sesi Praktek dan Penguatan.

Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Menyiapkan Sesi Praktik, Penguatan	1. Memastikan semua peserta memiliki akses atau peralatan yang digunakan saat sesi praktek pelatihan.	1. Buat aktivitas praktik yang langsung relavan dengan materi pelatihan dan situasi nyata yang akan

			dihadapi peserta. 2. Berikan panduan yang jelas.
--	--	--	---

g) Tindak lanjut dan dukungan

Menurut Tarigan dan Nasution (2014) “dalam mengadakan sebuah pelatihan perlunya tindak lanjut yang sistematis. Tindak lanjut ini dapat berupa sesi evaluasi untuk menilai pemahaman dan penerapan keterampilan yang dipelajari”. Teori tersebut dikuatkan oleh Velada (2007) dalam artikelnya yaitu “setelah pelatihan, tindak lanjut ini dapat berupa sesi penyegaran atau pembinaan untuk memastikan pemahaman yang mendalam”.⁸²

Hasil penelitian dilapangan menyatakan bahwa, tindak lanjut dan dukungan dalam

⁸² Raquel Velada et al., “The Effects of Training Design, Individual Characteristics and Work Environment on Transfer of Training,” *International Journal of Training and Development* 11, no. 4 (2007): 282–94, <https://doi.org/10.1111/j.1468-2419.2007.00286.x>.

mengadakan pelatihan *content creative* dan *vidiografi islam* di SD Negeri Ngaliyan 01 yaitu sekolah mengadakan KOMBEL (komunitas brlajar) guru atau pelatihan singkat yang diadakan 2x dalam seminggu pada tanggal 24-26 september 2024 untuk mengulas kembali dan mematangkan kompetensi guru setelah mengikuti pelatihan sebelumnya.

Berdasarkan dari teori tersebut, maka tindak lanjut dan dukungan pelatihan *content creative* dan *vidiografi islam* di SD Negeri Ngaliyan 01 dapat meningkatkan kinerja peserta secara berkelanjutan, karena peserta yang dilatih dengan baik dan adanya tindak lanjut berupa kombel guru akan lebih produktif dan efisien dalam mempraktekan secara langsung dari hasil setelah mengikuti pelatihan tersebut.

Dalam pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, hasil penelitian dari indikator manajemen pelatihan yaitu tindak lanjut dan dukungan yang ada dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.14. Hasil Tindak Lanjut dan Dukungan.

Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Tindak lanjut dan dukungan	1. Sekolah mengadakan KOMBEL (komunitas belajar) guru atau pelatihan singkat yang diadakan 2x pertemuan untuk mengulas kembali 2. Mematangkan kompetensi guru setelah mengikuti pelatihan sebelumnya.	1. Tawarkan program mentoring peserta untuk mendapatkan bimbingan. 2. Buat grub wa untuk forum online

h) Evaluasi

Menurut Farida Yusuf Tayibnapis (2000)

“evaluasi bertujuan untuk mengukur apakah tujuan pelatihan telah tercapai. Ini mencakup

penilaian terhadap peningkatan keterampilan, pengetahuan, dan perubahan kompetensi peserta setelah mengikuti pelatihan”.⁸³ Teori tersebut dikuatkan oleh Donald L. Kirk (1998), yaitu evaluasi ini berfokus pada bagaimana peserta merespons pelatihan. Ini mencakup pengukuran kepuasan peserta terhadap materi, instruktur, dan pengalaman pelatihan secara keseluruhan.⁸⁴

Hasil observasi penelitian di lapangan, evaluasi pelatihan *content creative* dan *vidiografi* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 yaitu meliputi beberapa langkah diantaranya adalah melakukan evaluasi kinerja tim, evaluasi peserta, evaluasi narasumber, evaluasi anggaran pelatihan, evaluasi secara umum dan umpan balik peserta. Namun pada kenyataannya belum ada evaluasi dan penilaian pra dan pasca pelatihan.

⁸³ Tayibnapi Farida Yusuf, *Evaluasi Program*, 1st ed., 2000.

⁸⁴ S Falletta, “Evaluating Training Programs: The Four Levels Donald L. Kirkpatrick, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco, CA, 1996, 229 Pp.,” *The American Journal of Evaluation* 19, no. 2 (1998): 259–61, [https://doi.org/10.1016/s1098-2140\(99\)80206-9](https://doi.org/10.1016/s1098-2140(99)80206-9).

Berdasarkan dari teori tersebut, maka evaluasi setelah mengadakan pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 tidak hanya dengan mengevaluasi peserta saja melainkan secara umum yang meliputi pelaksanaan pelatihan.

Dalam pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, hasil penelitian dari indikator manajemen pelatihan yaitu evaluasi yang ada dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15. Hasil Evaluasi.

Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Evaluasi	1. Melakukan evaluasi kinerja tim. 2. Evaluasi peserta 3. Evaluasi narasumber	1. Lakukan Penilaian Pra dan Pasca Pelatihan. 2. Evaluasi harus mencakup penilaian

		4. Evaluasi anggaran pelatihan	pemahaman peserta, efektivitas materi, atau dampak pelatihan terhadap kinerja.
		5. Evaluasi secara umum dan umpan balik peserta.	

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *videografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang

- a) Faktor pendukung dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.

Menurut Christanto dan Freddie Yeremia (2014) “ketersediaan dana yang memadai untuk pelatihan adalah salah satu pendukung dalam mengadakan pelatihan, sehingga memungkinkan untuk pengadaan materi, sesi penyelenggaraan, dan penggunaan fasilitas yang diperlukan untuk

pelatihan yang efektif”.⁸⁵ Teori tersebut dikuatkan oleh Lolowang, Melvin Grady (2016) yaitu “Ketersediaan sumber daya yang cukup, baik dalam hal anggaran maupun fasilitas, diperlukan untuk menyelenggarakan pelatihan yang efektif”.⁸⁶

Hasil penelitian di lapangan, faktor pendukung dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 adalah dukungan penuh dari kepala sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 dalam mengembangkan kompetensi guru melalui pelatihan tersebut, Dana dari BOS KINERJA yang berguna untuk pengembangan kompetensi guru dengan mengadakan pelatihan di sekolah dan SDM (sumber daya manusia) yang rendah tentang kompetensi perkembangan ilmu teknologi.

⁸⁵ Freddie Yeremia et al., “Analisis Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Pt Wahana Kosmetika Indonesia” 2, no. 2 (2014).

⁸⁶ Melvin Grady Lolowang and Gemita Lumintang, “Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Berlian Kharisma Pasifik Manado,” *Jurnal EMBA* 16, no. 7 (2016): 429–47, <https://doi.org/10.1080/00050326.1957.10437402>.

Berdasarkan dari teori tersebut, maka faktor pendukung dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *vidiografi* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 adalah adanya dukungan dari pemimpin atau kepala sekolah yang berkomitmen dengan pengembangan kompetensi guru berupa pelatihan dan didukung dengan anggaran dari BOS KINERJA.

Dalam pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, hasil penelitian dari indikator faktor pendukung dalam pelaksanaan pelatihan yang ada dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.16. Hasil Faktor Pendukung Pelatihan

Faktor Pendukung dan Penghambat Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Faktor pendukung pelaksanaan pelatihan	1. Dukungan penuh dari kepala sekolah. 2. Adanya Anggaran kegiatan	1. Merencanakan anggaran pelatihan dengan baik yang mencakup semua aspek.

		pelatihan dari BOS kinerja. 3. SDM yang rendah tentang kemajuan ilmu teknologi.	2. Pemberian reward kepada peserta yang paling aktif saat pelatihan.
--	--	--	--

- b) Faktor penghambat dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *vidiografi* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.

Menurut Danny Albert (2013) faktor penghambat dalam pelaksanaan pelatihan adalah kurangnya dukungan dari manajemen baik dalam bentuk sumber daya maupun motivasi, sehingga dapat menghambat efektivitas pelatihan.⁸⁷ Teori tersebut dikuatkan oleh Wicaksono dan Yosep Satrio (2016) alokasi waktu yang terbatas untuk pelatihan, baik dari penyelenggara maupun

⁸⁷ Danny Albert Tilon, "Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Restoran A&W Di City of Tomorrow Surabaya" 1, no. 3 (2013): 19, <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8678-5.ch018>.

peserta, sehingga dapat mengurangi efektivitas pembelajaran.⁸⁸

Hasil penelitian lapangan faktor penghambat dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *vidiografi* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang adalah waktu yang rasanya begitu singkat saat pelatihan, wifi atau jaringan internet yang ada disekolahan tidak stabil, beberapa peserta kesulitan dalam memahami materi dan praktek.

Berdasarkan dari teori tersebut, maka faktor penghambat dalam pelaksanaan pelatihan *content creative* dan *vidiografi* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 adalah waktu yang begitu singkat pada sesi praktek pelatihan, fasilitas yang kurang efektif ketika pelaksanaan pelatihan tersebut contohnya wifi atau jaringan internet yang masih kurang stabil, dan peserta yang usianya senior sekitar umur 48 keatas masih terkendala dalam pemahaman materi.

⁸⁸ Y. S. Wicaksono, "Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan SDM Dalam Rangka Meningkatkan Semangat Kerja Dan Kinerja Karyawan," *Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 1 (2016): 31–39, <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/71>.

Dalam pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang, hasil penelitian dari indikator faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pelatihan yang ada dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.16. Hasil Faktor Penghambat Pelatihan.

Faktor Pendukung dan Penghambat Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Faktor penghambat pelaksanaan pelatihan	1. Waktu yang begitu singkat. 2. Fasilitas yang kurang efektif seperti jaringan wifi yang tidak stabil. 3. Peserta kesulitan dalam memahami materi pelatihan.	1. Mengatur manajemen waktu dengan baik. 2. Perbaiki fasilitas pelatihan dan metode pembelajaran aktif.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan perencanaan yang baik, dimulai pada tanggal 12 September 2024. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, yang disebabkan oleh berbagai keterbatasan dalam pengumpulan, pengelolaan, dan analisis data. Berikut adalah beberapa kendala yang dihadapi oleh peneliti dalam proses penelitian ini:

1. Keterbatasan waktu penelitian, karena pada saat penelitian, sekolah sedang melakukan kegiatan ANBK 2024, selain itu sekolah juga sedang melakukan supervisi penilaian kinerja guru sehingga kegiatannya padat.
2. Peneliti menyadari bahwa keterbatasan dalam kondisi dan kemampuan peneliti, baik dari segi pengetahuan maupun pemahaman, mempengaruhi cara peneliti menafsirkan.
3. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena peneliti hanya fokus pada manajemen pelatihan sehingga mungkin tidak mencakup perubahan jangka panjang yang dapat terjadi setelah pelatihan dilaksanakan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan hasil penelitian mengenai “Manajemen Pelatihan *Content Creative* dan *Vidiografi* Sebagai Sarana Pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang” dapat ditarik kesimpulan diantaranya:

1. Manajemen pelatihan *content creative* dan *vidiografi* di SD Negeri Ngaliyan 01 meliputi beberapa langkah diantaranya yaitu:
 - a. Menetapkan tujuan pelatihan dengan cara melihat hasil analisis kebutuhan pelatihan.
 - b. Menentukan manfaat pelatihan dari hasil analisis kebutuhan dan dari hasil menentukan tujuan yang di lakukan sebelumnya.
 - c. Menyiapkan peserta dengan membuat undangan kegiatan resmi yang berisikan proposal kegiatan dan membuat pamflet acara.
 - d. Menyiapkan pengalaman belajar yang positif yaitu dengan membentuk tim pelatihan, mengalokasikan peran dan tanggungjawab, penjadwalan pelatihan dimana pelatihan tersebut

dilakukan 1x pertemuan pada tanggal 19-09-2024, pengaturan fasilitas dan peralatan, menyusun sesi pelatihan dan membuat materi pelatihan.

- e. Menyiapkan sesi praktek dan penguatan dengan cara memastikan semua peserta memiliki akses atau peralatan yang digunakan saat sesi praktek pelatihan.
 - f. Tindak lanjut dan dukungan berupa mengadakan KOMBEL (komunitas belajar) guru atau pelatihan singkat yang diadakan yang diadakan 2x dalam seminggu pada tanggal 24-26 september 2024 untuk mengulas kembali.
 - g. Melakukan evaluasi kinerja tim, evaluasi peserta, evaluasi narasumber, evaluasi anggaran pelatihan, evaluasi secara umum dan umpan balik peserta.
2. Faktor pendukung pelaksanaan pelatihan adalah adanya dukungan penuh dari kepala sekolah, anggaran kegiatan pelatihan dari BOS KINERJA. SDM (sumber daya manusia) yang rendah tentang kemajuan ilmu teknologi. Faktor penghambat pelaksanaan pelatihan adalah waktu yang begitu singkat, fasilitas yang kurang efektif seperti jaringan

wifi yang tidak stabil, peserta kesulitan dalam memahami materi dan praktek pelatihan. Hasil vidio konten dari hasil pelatihan tersebut di upload di *Instagram reels* SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang sebagai sarana pemasaran sekolah, vidio tersebut bisa diakses atau dilihat melalui *Instagram* SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang atau melalui link ini: https://www.instagram.com/reel/C_1nqYXSxQg/?igsh=MXV4bTkzOWwyemo2eQ==.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan dan kesimpulan dari penelitian ini, maka secara umum peneliti menyarankan agar manajemen pelatihan *content creative* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang lebih dioptimalkan lagi. Rekomendasi peneliti ditujukan kepada :

1. Bagi kepala sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang
Agar kepala sekolah meningkatkan infrastruktur teknologi, seperti memperkuat koneksi internet dan menyediakan perangkat yang diperlukan untuk pelatihan selanjutnya.

2. Bagi tim pelatihan SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang
Tim pelatihan dapat menyediakan materi pendukung, seperti video tutorial atau panduan tertulis yang dapat diakses peserta di luar jam pelatihan dan mempertimbangkan untuk menyusun jadwal pelatihan yang lebih fleksibel dengan sesi yang lebih panjang atau mengadakan pelatihan 4x pertemuan dalam seminggu, sehingga peserta memiliki waktu lebih untuk menyerap materi.
3. Bagi guru SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang
Diharapkan setelah pelatihan para guru dapat saling mendorong untuk bekerja sama dalam kelompok belajar agar mereka dapat saling mendukung dalam memahami materi.

DAFTAR PUSTAKA

- Albert Tilon, Danny. “Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Restoran A&W Di City of Tomorrow Surabaya” 1, no. 3 (2013): 19. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8678-5.ch018>.
- Alinda, Dwi, Riri Nurfazri, and Yuliana Tri Fadillah. *Strategi Manajemen Pemasaran Di Era Digital. Prosiding Seminar Nasional Manajemen*. Vol. 3, 2024. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>.
- Andirwan, Andirwan, Virda Asmilita, Muhammad Zhafran, Andi Syaiful, and Megawati Beddu. “Strategi Pemasaran Digital: Inovasi Untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen Di Era Digital.” *JIMAT: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir* 2, no. 1 (2023): 155–66. <https://journal.stieamsir.ac.id/index.php/abrij/article/view/405>.
- Andri Cahyo Purnomo. “Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Strategi Penentuan Pasar Sasaran.” *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan* 1, no. 2 (2022): 130–37. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v1i2.129>.
- Angger Aditama, Roni. *Pengantar Manajemen: Teori Dan*

- Aplikasi*, 2020.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*, 2009.
- Anwar Prabu Mangkunegara. “Manajemen Sumber Daya Manusia,” 2016, 7–42.
- Apriliana, Devi, and Shinta. *Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Berbasis Kompetensi Pada PT Pembangkitan Jawa-Bali Kota Surabaya*, 2021.
- Arhani, Shilvia Putri, and Widiya Lestari Harahap. “Strategi Konten Kreatif Untuk Meningkatkan Engagement Umkm Di Social Media.” *Jurnal Rupa Matra* 2, no. 2 (2024): 136–43. <https://doi.org/10.62375/jdkv.v2i2.228>.
- Arief. “Pemasaran Digital Di Sekolah Menengah: Studi Kasus Sekolah Menengah Atas.” *Jurnal Pendidikan*, 2020.
- As Alukal Huda Mei Fani, Mukhammad, Aqwa Naser Daulay, and Budi Harianto Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. “Strategi Konten Kreatif Dalam Membentuk Citra Merek Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Usaha Konten Kreatif Yelo Studio).” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 7, no. 3 (2024): 307–18. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya307>.
- Asiva Noor Rachmayani. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Publik*, 2015.

- Atmodiwirio, Soebagio, and Ardadizya Jaya. *Manajemen Pelatihan*, 2002.
- Bachri, Bachtiar S. “Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif.” *Teknologi Pendidikan* 10 (2010): 46–62.
- Beno, J, A.P Silen, and M Yanti. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah.” *Braz Dent J.* 33, no. 1 (2022): 1–12.
- Blanchard, P. Nick, and James W. Thacker. *Effective Training: Systems, Strategies, and Practices*, 2023.
- Brian E . Becker, and Mark A . Huselid. “High Performance Work Systems and Firm Performance: A Synthesis of Research and Managerial Implications.” *Research in Personnel and Human Resources Management* 16, no. January 1998 (1998): 53–101.
- Erlyana, Yana, and Hendia Hansen. “Pelatihan Fotografi Dan Videografi Secara Virtual Dalam Peningkatan Kemampuan Diri Pada Pandemic Covid-19.” *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan* 5, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.30813/jpk.v5i1.2725>.
- F. Cassio, Wayne, and Herman Aguinis. *Applied Psychology in Talent Management*, 2019. <https://doi.org/10.4135/9781506375953>.
- Falletta, S. “Evaluating Training Programs: The Four Levels

- Donald L. Kirkpatrick, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco, CA, 1996, 229 Pp.” *The American Journal of Evaluation* 19, no. 2 (1998): 259–61.
[https://doi.org/10.1016/s1098-2140\(99\)80206-9](https://doi.org/10.1016/s1098-2140(99)80206-9).
- Farida Yusuf, Tayibnapis. *Evaluasi Program*. 1st ed., 2000.
- Fiantika, Wasil M, Jumiya, Honesti, Wahyuni, Jonata, Et.al. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin, 2022.
<https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>.
- GoldsteinIrwin, and Kevin Ford. *Training in Organizations: Needs Assessment, Development, and Evaluation*, 2002.
- Gustiana, Riska. “Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Suatu Kajian Literatur Review Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia).” *Jemsi* 3, no. 6 (2022): 657–66.
<https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i6.1107>.
- Hassan, and Shafique. “Training Needs Analysis: A Systematic Review.” *International Journal of Training and Development*, 2021.
- Herwina, Wiwin. *Analisis Model-Model Pelatihan*. CV. Bayfa Cendekia Indonesia, 2021.
- Hesri Mintawati, Artika Sri Rahayu, Dela Puspita, Fawwar Fauzan, Putri Safhira. “Pengaruh Pemberdayaan

- Karyawan, Kerja Tim, Dan Pelatihan.” *Jurnal Ilmiah Ips Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 28–33.
- Hidayah, Hanjah Shafa’atul, Yusuf Yusuf, Zainul Fatah, and Sentot Imam Wahjono. “Latihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.” *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)* 3, no. 1 (2024): 300–317.
<https://doi.org/10.46306/ncabet.v3i1.128>.
- Hidayati, Dewi, and E N Prasetyo. “Analisis Kebutuhan Pelatihan Untuk Meningkatkan Kompetensi Karyawan.” *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 2020.
- Hidayatussaliki, Hidayatussaliki, Riki Alfian, and Afif Ma’sum. “Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Pendidikan Di Perguruan Tinggi Islam.” *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 1 (2023): 69–81.
<https://doi.org/10.18860/rosikhun.v3i1.21630>.
- Irianto, Bahtiar. “Pemasaran Pendidikan.” *Jurnal YBI* 2, no. 1 (2016): 115.
https://www.researchgate.net/publication/355901778_Pemasaran_Pendidikan.
- Isa, Muzakar, Praswati Nur Yulia, and Evi Kurnia Sari. “Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Untuk Meningkatkan Citra MIM PK Wirogunan.” 10, no. 2

- (2017): 107–12.
<https://apothesis.lib.teicrete.gr/handle/11713/8242>.
- J Setiadi, Nugroho. “PerilakuKonsumen,” 2003.
- Joel Rodriguez, and Kelley Walters. “The Importance of Training and Development in Employee Performance and Evaluation.” *International Journal Peer Reviewed Journal Refereed Journal Indexed Journal UGC Approved Journal Impact Factor 3*, no. 10 (2017): 206–12. www.wwjmr.com.
- Julifan, Joko Ahmad. “Efektivitas Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan Berbasis Kompetensi Bagi Guru.” *Jurnal Administrasi Pendidikan* 12, no. 2 (2017).
<https://doi.org/10.17509/jap.v22i2.5382>.
- Julitriarsa, Djati. *Manajemen Umum*, 2001.
- Karve, Shailaja, and Meenakshi Aggarwal-Gupta. “Training Needs Analysis in a Government Regulatory Firm (B).” *Asian Journal of Management Cases* 15, no. 1 (2018): 34–49.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0972820117744687>.
- Kasmir. *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori Dan Praktek*, 2016.
- Kenneth N, Wexley, and Latham Gary P. *Developing and Training Human Resources in Organizations*, 1991.

- Kolb, David A. "Experiential Learning: Experience as The Source of Learning and Development." *Prentice Hall, Inc.*, no. 1984 (1984): 20–38. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7223-8.50017-4>.
- Lestari, Umi, Prita Suci Nurchandani, and Ayu May Lisa. "Pelatihan Digital Content Creative Siswa/I SMP Negeri 02 Purwokerto." *Jurnal Artinara 1* (2022): 23–21.
- Lolowang, Melvin Grady, and Gemita Lumintang. "Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Berlian Kharisma Pasifik Manado." *Jurnal EMBA* 16, no. 7 (2016): 429–47. <https://doi.org/10.1080/00050326.1957.10437402>.
- Mayasari, Nanny, Margiyono Suyitno, and Nurul Hikmah. *Perencanaan Pendidikan*, 2022.
- Neneng, and Fera Lestari. "Pengembangan Video Profil Sekolah Sebagai Media Promosi Efektif SMA Negeri 1 Pagelaran." *Journal of Engineering and Information Technology for Community Service (JEIT-CS)* 2 (2022): 38–43.
- Noe. A, Raymond. *Employee Training And Development*, 2010.
- Nugrahani, Farida. "Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa" 1 (2014). <http://ejournal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurna>

- l.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org.
- P.Siagian, Sondang. *Teori Dan Praktek Kepemimpinan*, 2003.
- Patel, and Green. *Measuring the Impact of Corporate Learning Initiatives." Corporate Learning and Performance Review*, 2020.
- Pribadi, Benny A. *Desain Dan Pengembangan Program Pelatihan Berbasis Kompetensi Implementasi Model ADDIE*. Kencana, 2014.
- Putri, Niluh Wiwik Eka, and I Gede Titah Pratyaksa. "Digital Content Creative Sebagai Media Informasi Melalui Instagram Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru Di STAHN Mpu Kuturan Singaraja." *Jurnal Nomosleca* 10, no. 1 (2024): 143–57. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v10i1.12910>.
- Riyanto, Setyo, Unang Toto Handiman, Mikaria Gultom, Adriani Gunawan, Juniawan M. Putra, and Hendro Budiyanto. "Increasing Job Satisfaction, Organizational Commitment and the Requirement for Competence and Training." *Emerging Science Journal* 7, no. 2 (2023): 520–37. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2023-07-02-016>.
- Rizal, and Santosa. "Indikator Kunci Dalam Strategi Pemasaran Pendidikan." *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2020.

- Saeful Rahmat, Pupu. “Penelitian Kualitatif.” *Journal Equilibrium*, 2009.
yunus.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-PenelitianKuantitatif.pdf.
- Salas, Erduardo, Kurt Kraiger, and Scott I Tannenbaum. *The Science of Training and Development in Organizations: What Matters in Practice*, 2012.
<https://doi.org/10.1177/1529100612436661>.
- Samsudin, Dafrizal, and Indah Mardini Putri. “Etika Dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial Di Indonesia.” *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 2 (2023): 125.
<https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i2.7474>.
- Saptono, Yohanes Joko. “Motivasi Dan Keberhasilan Belajar Siswa. REGULA FIDEI: Jurnal Pendidikan Agama Kristen.” *Volume I | Nomor 1 | Maret* 1, no. 1 (2016): 181–204.
- Sari, and Nugroho. “Pemasaran Digital Berbasis Konten Kreatif Untuk Meningkatkan Brand Awareness.” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2020.
- Setiawan. “Penerapan Pemasaran Digital Di Sekolah Swasta: Tantangan Dan Peluang.” *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2021.
- Sianturi, Maria Elisabeth. *Pengaruh Pelatihan Dan*

- Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan PTBank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Imam Bonjol Medan*, 2018.
- Sinambela, Lijan Poltak. *Manajemen Sumberdaya Manusia : Membangun Tim Kerja Yang Solid Untuk Meningkatkan Kinerja*, 2021.
- Slameto. *Pendidikan Ilmu Sosial*, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 2015.
- Suriadi. “Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness Dan Kesadaran Berderma Generasi Milenial Pada Lembaga Kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap.” *Humanis (Humanities, Management and Science Proceedings)* 01, no. 2 (2021): 920–29. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>.
- Sutisna, Anan. *Pelatihan Berbasis Kinerja: Konsep Implementasi Dan Implementasi Pada Pelatihan Tenaga Pendidik/Tutor*, 2012.
- Utami, N.P. Pramita, I.M. Putra Subagia Antara, I.K. Agus Sugika Putra, and N. Oka Dharma. “Pengembangan Digital Content Creative Untuk Mempromosikan Layanan Melalui Media Sosial Pada Perpustakaan

- Universitas Pendidikan Ganesha.” *Jurnal Media Sains Informasi Dan Perpustakaan* 2, no. 2 (2022): 1–18.
<https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/msip/article/download/2074/1049>.
- Utami, and Ramadhan. “Efektivitas Konten Kreatif Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Di Era Digital.” *Jurnal Ekonomi Digital*, 2021.
- Velada, Raquel, António Caetano, John W. Michel, Brian D. Lyons, and Michael J. Kavanagh. “The Effects of Training Design, Individual Characteristics and Work Environment on Transfer of Training.” *International Journal of Training and Development* 11, no. 4 (2007): 282–94.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2419.2007.00286.x>.
- Wahyuningsih, Siti, Upik Elok Endang Rasmani, Novita Eka Nurjanah, Jumiatmoko Jumiatmoko, Nurul Shofiatin Zuhro, Anjar Fitrianingtyas, and Bambang Winarji. “Pelatihan Manajemen Pemasaran Lembaga PAUD Berbasis Web Di TK Surakarta.” *DEDIKASI: Community Service Reports* 5, no. 1 (2022): 15–24.
<https://doi.org/10.20961/dedikasi.v5i1.64926>.
- Wicaksono, Y. S. “Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan SDM Dalam Rangka Meningkatkan Semangat Kerja Dan Kinerja Karyawan.” *Bisnis Dan Manajemen* 3, no.

- 1 (2016): 31–39.
<http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/71>.
- Wulandari, and Kurniawan. “Pemasaran Pendidikan Berbasis Kualitas Layanan: Studi Kasus Pada Sekolah Menengah Pertama.” *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2021, 79–92.
- Yeremia, Freddie, Thomas Santoso, Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra, and Jl Siwalankerto. “Analisis Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Pt Wahana Kosmetika Indonesia” 2, no. 2 (2014).
- Zuhaili, Syekh Wahbah a-. *Tafsir Al-Munir Karya Syeikh Wahbah a-Zuhaili*, 2020.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

TABEL INDIKATOR, HASIL, DAN REKOMENDASI

Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Analisis kebutuhan	1. Menganalisis kebutuhan dengan melihat nilai rendah kompetensi guru dari rapor pendidikan yang dihasilkan dari asesmen nasional. 2. Kepala sekolah dan tim melakukan observasi secara langsung kepada para guru.	1. Lakukan survei dan wawancara dengan guru beserta staf sekolah untuk mengidentifikasi keterampilan yang kurang dan area yang memerlukan pengembangan. 2. benchmarking dengan organisasi atau sekolah lain yang memiliki program

			pelatihan yang sukses.
Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Menetapkan tujuan pelatihan	1. Dirumuskan dengan cara melihat hasil analisis kebutuhan pelatihan.	1. Gunakan metode SMART (Spesifik, Measurable (Terukur), Achievable (Dapat Dicapai), Relevan (Relevan), dan Time-bound (Terikat Waktu). 2. Melakukan analisis kesenjangan antara kinerja saat ini dan

			kinerja yang akan diharapkan.
Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Menentukan manfaat	1. Melihat dari hasil analisis kebutuhan dan dari hasil menentukan tujuan yang di lakukan sebelumnya.	1. Ditentukan dengan tujuan dan strategi organisasi. 2. Tinjau studi kasus dari pelatihan sudah diadakan sebelumnya untuk memahami manfaat yang telah diperoleh.
Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Menyiapkan peserta	1. Membuat undangan kegiatan resmi yang berisikan sebuah proposal	1. Selenggarakan sesi orientasi sebelum pelatihan untuk menjelaskan tujuan, manfaat, dan format pelatihan.

		kegiatan yang akan diadakan, serta membuat undangan berupa pamflet kegiatan yang menarik. Dan membuat grub wa peserta pelatihan untuk memudahkan koordinasi.	2. Tunjuk anggota tim atau mentor yang dapat dihubungi oleh peserta jika mereka memiliki pertanyaan atau membutuhkan bantuan sebelum pelatihan.
Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Menyiapkan pengalaman belajar yang positif	1. Membentuk tim pelatihan, mengalokasikan peran dan tanggungjawab 2. penjadwalan pelatihan, pengaturan	1. Desain materi pelatihan yang interaktif. 2. Sediakan waktu untuk refleksi pada saat pelatihan.

		fasilitas dan peralatan 3. menyusun sesi pelatihan 4. membuat materi pelatihan.	
Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Menyiapkan Sesi Praktik, Penguatan	1. Memastikan semua peserta memiliki akses atau peralatan yang digunakan saat sesi praktek pelatihan.	1. Buat aktivitas praktik yang langsung relavan dengan materi pelatihan dan situasi nyata yang akan dihadapi peserta. 2. Berikan panduan yang jelas.

Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Tindak lanjut dan dukungan	1. Sekolah mengadakan KOMBEL guru atau pelatihan singkat yang diadakan untuk mengulas kembali dan mematangkan kompetensi guru setelah mengikuti pelatihan sebelumnya.	1. Tawarkan program mentoring dimana peserta dapat berhubungan dengan mentor yang lebih berpengalaman untuk mendapatkan bimbingan. 2. Buat grub wa untuk forum online.
Manajemen Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Evaluasi	1. Melakukan evaluasi kinerja tim	1. Lakukan Penilaian Pra dan Pasca Pelatihan.

		2. evaluasi peserta, evaluasi narasumber 3. evaluasi anggaran pelatihan 4. evaluasi secara umum dan umpan balik peserta.	2. Evaluasi harus mencakup penilaian pemahaman peserta, efektivitas materi, atau dampak pelatihan terhadap kinerja.
Faktor Pendukung dan Penghambat Pelatihan			
No	Indikator	Hasil	Rekomendasi
1.	Faktor penghambat pelaksanaan pelatihan	1. Waktu yang begitu singkat. 2. Jaringan wifi yang tidak stabil 3. Peserta kesulitan dalam memahami materi dan praktek pelatihan.	1. Mengatur manajemen waktu dengan baik. 2. Perbaikan fasilitas pelatihan dan metode pembelajaran aktif.

Lampiran 2

PEDOMAN WAWANCARA

Responden: Kepala sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang

Daftar Pertanyaan:

1. Bagaimana awal mula sekolah mengadakan program pelatihan *content cretive* dan *vidiografi islami* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 ini?
2. Apakah di SD Negeri Ngaliyan 01 ini baru pertama kali mengadakan sebuah pelatihan ?
3. Apakah kegiatan pelatihan ini sejalur dengan visi misi sekolah?
4. Apakah kegiatan pelatihan yang akan diadakan sesuai dengan kebutuhan dilapangan?
5. Apa saja yang perlu disiapkan dalam merancang pelatihan yang akan diadakan tersebut?
6. Siapa saja yang terlibat dalam kegiatan pelatihan tersebut?
7. Apakah fasilitas di SD Negeri Ngaliyan 01 sudah memadai untuk mengadakan sebuah pelatihan tersebut?
8. Bagaimana strategi sekolah dalam merancang sebuah pelatihan?
9. Bagaimana langkah sekolah dalam menyusun sebuah tim pelatihan?

Lampiran 3

PEDOMAN WAWANCARA

Responden: Waka kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.

Daftar Pertanyaan

1. Apa yang menjadi alasan sekolah mengadakan pelatihan ini?
2. Bagaimana langkah sekolah dalam mencari narasumber untuk pelatihan yang akan diadakan?
3. Bagaimana langkah dalam menyiapkan materi pelatihan?
4. Apakah ada anggaran khusus untuk mengadakan pelatihan?
5. Apakah pelatihan di SD Negeri Ngaliyan 01 diadakan setiap minggu atau setiap bulan
6. Apakah ada kegiatan tindak lanjut setelah mengadakan pelatihan ini?
7. Apakah ada faktor pendukung dalam mengadakan pelatihan ini?
8. Apakah ada faktor penghambat dalam mengadakan pelatihan tersebut?

Lampiran 4

PEDOMAN WAWANCARA

Responden: Tim Pelatihan SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana langkah menganalisis kebutuhan dalam merencanakan pelatihan ini?
2. Bagaimana proses dalam menyusun sesi pelatihan yang akan diadakan?
3. Bagaimana proses evaluasi kinerja tim setelah pelatihan diadakan?
4. Bagaimana proses evaluasi peserta setelah mengikuti pelatihan?
5. Bagaimana proses evaluasi narasumber?
6. Bagaimana proses evaluasi anggaran pelatihan?
7. Bagaimana proses evaluasi secara umum ?

Lampiran 5

PEDOMAN WAWANCARA

Responden: Tim Pelatihan SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.

Daftar Pertanyaan

1. Apa yang melatarbelangi sekolah mengadakan pelatihan tersebut?
2. Apa harapan anda ketika sekolah mengadakan pelatihan content creative dan vidiografi ini?
3. Apakah ada kendala pada saat pelatihan ?

Lampiran 6

PEDOMAN WAWANCARA

Responden: Guru atau Peserta Pelatihan

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana kualitas materi pelatihan yang telah disampaikan oleh narasumber?
2. Apakah metode pengajaran yang digunakan sudah sesuai dengan materi pelatihan?
3. Apa fasilitas yang disediakan sekolah untuk mendukung pelatihan tersebut?

Lampiran 7

TRANSKIP WAWANCARA

Responden: Kepala sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang

Nama : Bu Ngatiningsih, S.Pd.

Tanggal : 25-09-2024

Daftar Pertanyaan

P : Bagaimana awal mula sekolah mengadakan program pelatihan *content cretive* dan *vidiografi* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan 01 ini?

Ks : Berawal dari “Pak Budhi Prakoso adalah salah satu guru yang ditugasi oleh kepala sekolah untuk mengelolah sosial media sekolah, tetapi Pak Budhi Prakoso juga menyadari bahwa beliau masih belom optimal dalam membuat konten, disisi lain pak budhi prakoso juga kesulitan dalam mengelola sosial medianya, karena harus membagi waktu dengan mengajar dikelas, pada akhirnya kepala sekolah bersama dengan waka kurikulum berdiskusi untuk merancang sebuah pelatihan pemasaran sekolah berbasis konten kreatif dan videografi, harapannya agar para guru mampu atau bisa mengelola suatu konten di sosial media SD Negeri Ngaliyan 01, sehingga tidak berketergantungan dengan Pak Budhi Prakosa.” media sosial sekolah yang

dirasa masih belum optimal dalam pengelolaannya, sehingga perlu adanya cara dalam mengelola sosial media sekolah yaitu dengan cara melalui *content creative* dan *vidiografi*, disisi lain juga SDM para guru juga masih rendah terkait dengan mengelola sosial media sekolah, sehingga akhirnya sekolah berinisiatif untuk meningkatkan SDM para guru terkait dengan mengelola sosial media melalui sebuah pelatihan.

P : Apakah di SD Negeri Ngaliyan 01 ini baru pertama kali mengadakan sebuah pelatihan ?

Ks : Tidak, karena SD Negeri Ngaliyan 01 adalah sekolah dasar yang menjadi induk, jadi berimbas ke sekolah dasar lainnya yang berada di kota Semarang, karena SD Negeri Ngaliyan 01 aktif dalam mengadakan pelatihan baik pelatihan untuk guru dan siswa siswinya, sekolah dasar lainnya pun diundang untuk mengikuti pelatihan yang telah diadakan oleh SD Negeri Ngaliyan 01, sehingga SD Negeri Ngaliyan 01 disebut dengan SD Imbas.

P : Apakah kegiatan pelatihan ini sejalan dengan visi misi sekolah?

Ks : Sejalan dengan visi dan misi sekolah. Visi sekolah yang ingin menguasai IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan

Teknologi) menjadi landasan utama dalam setiap kegiatan tersebut. Salah satu misi sekolah, yaitu mengoptimalkan pendidik dalam Kegiatan Belajar Mengajar berbasis teknologi informasi, menjadi fokus penting yang terus ditekankan oleh kepala sekolah. Melalui pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh sekolah, diharapkan para guru mampu mengintegrasikan teknologi dalam proses pembelajaran, sehingga dapat menciptakan lingkungan belajar yang lebih efektif, inovatif, dan relevan dengan perkembangan zaman.

P : Apakah kegiatan pelatihan yang akan diadakan sesuai dengan kebutuhan dilapangan?

Ks :iya, sesuai kebutuhan sekolah dan para guru, karena di era perkembangan teknologi sekarang berkembang dengan pesat, sehingga para guru diituntut untuk tidak ketinggalan dalam perkembangan teknologi sekarang.

P :Apa saja yang perlu disiapkan dalam merancang pelatihan yang akan diadakan tersebut?

Ks :Dalam menyiapkan dan merancang pelatihan ini, kami melakukan persiapan dengan membentuk tim pelatihan, lalu tim pelatihan melakukan analisis kebutuhan berupa perencanaan , pelaksanaan, dan evaluasi pelatihan.

P :Siapa saja yang terlibat dalam kegiatan pelatihan tersebut?

Ks :Jadi yang terlibat dalam kegiatan pelatihan ini meliputi kepala sekolah, tim pelatihan, dan peserta pelatihan yaitu para guru di SD Negeri Ngaliyan 1.

P : Apakah fasilitas di SD Negeri Ngaliyan 01 sudah memadai untuk mengadakan sebuah pelatihan tersebut?

KS :Kami mempunyai fasilitas berupa ruangan aula yang lumayan luas untuk dipergunakan untuk tempat pelatihan atau kegiatan lainnya, kami juga punya ruang komputer yang didalamnya terdapat fasilitas yang lengkap terkait komputer.

P :Bagaimana strategi sekolah dalam merancang sebuah pelatihan?

Ks : strateginya ya seperti tadi yang saya bicarakan, dengan menyiapkan dan merancang pelatihan ini, kami melakukan persiapan dengan membentuk tim pelatihan, lalu tim pelatihan melakukan analisis kebutuhan berupa perencanaan , pelaksanaan, dan evaluasi pelatihan.

P : Bagaimana cara menyusun tim pelatihan?

Ks : Kami menyusun tim pelatihan dengan cara melihat

kompetensi atau kemampuan guru yang dirasa mampu untuk merancang, mengelola dan melaksanakan pelatihan dengan baik dan menunjuk secara langsung melalui surat SK TUGAS secara resmi.

P :Bagaimana cara menentukan tujuan dan manfaat terkait kegiatan pelatihan yang akan diadakan?

Ks :dengan cara melihat dari hasil analisis kebutuhan dan hasil dari menentukan tujuan yang di lakukan sebelumnya. Jadi kepala sekolah bersama tim melakukan analisis kebutuhan sehingga dapat menentukan manfaat dan tujuan pelatihan ini.

Lampiran 8

TRANSKIP WAWANCARA

Responden: Waka kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01

Nama : Bu Maria tumeiningsih, S.Pd.

Tanggal : 30-09-2024

Daftar Pertanyaan

P : Apa yang menjadi alasan sekolah mengadakan pelatihan ini?

Wk : Kita sekarang ada namanya itu Rapor Pendidikan yang hasil dari AN (Asesmen Nasional), berdasarkan dari rapor pendidikan kita itu sudah muncul, jadi dari enam komponen itu sudah muncul nilainya, dikatakan “baik “ itu nilainya berapa persen, “sangat baik” itu nilainya berapa persen, dari enam komponen itu nanti ketika kita bedah di rapor pendidikan itu setiap aitem itu muncul. Jadi Adanya pelatihan untuk guru berawal dari rapor pendidikan, pada tahun 2002 atau 2003 itu guru dinilai kurang berkompeten saat mengajar, jadi disitu caranya itu guru harus banyak mengikuti pelatihan-pelatihan, baik mendatangkan atau mengeluarkan, biasanya pada saat ajaran baru itu biasanya frasa otak seperti mengadakan pelatihan untuk guru.

P : Bagaimana langkah sekolah dalam mencari narasumber untuk pelatihan yang akan diadakan?

Wk : Pada saat mencari narasumber pada awalnya dulu itu dari lembaga UIN Walisongo Semarang menawarkan diantaranya itu pengabdian masyarakat, lembaga UIN Walisongo Semarang mewadahi mahasiswanya apabila SD Negeri Ngaliyan itu membutuhkan bantuan, maka mahasiswanya siap untuk membantu atau menjadi narasumber dalam pelatihan sesuai kebutuhan pelatihan tersebut, contohnya pelatihan *content creative* dan *vidiografi* sebagai sarana pemasaran di SD Negeri Ngaliyan itukan narasumbernya dari mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang ahli dibidang nya, jadi kami berkerjasama dengan lembaga UIN Walisongo dalam proses pencarian narasumber untuk mengadakan pelatihan.

P :Bagaimana langkah dalam menyiapkan materi pelatihan?

Wk : Kami melakukan koordinasi dalam menyusun materi pelatihan melalui grub wa dan rapat koordinasi secara langsung dengan narasumber yang telah kita tunjuk, karena apa? ya agar nanti pada saat pelatihan dilaksanakan

tidak ada rasa kekecewaan para peserta atau guru yang sudah mengikuti pelatihan tersebut, karena kalau tidak ada koordinasi, takutnya nanti materinya tidak sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang telah dirancang sebelumnya.

P :Apakah ada kegiatan tindak lanjut setelah mengadakan pelatihan ini?

Wk :Kita itu setiap hari Kamis ada namanya kegiatan KOMBEL guru, dimana kegiatan tersebut berupa sebuah pelatihan singkat untuk mengembangkan kompetensi guru, jadi KOMBEL tersebut bisa digunakan untuk tindak lanjut setelah mengadakan pelatihan content creative tersebut, yang bertujuan untuk mengulas kembali materi dan praktek yang dirasa perlu untuk dibahas atau dipelajari lagi, sehingga peserta mampu menguasai materi dan praktek yang telah dibahas saat pelatihan tersebut.

P :Apakah ada anggaran khusus untuk mengadakan pelatihan?

Wk :setiap tahunnya memang ada anggaran pelatihan. Apalagi kemarin kita kan mendapat bos kinerja. Jadi kita diapresiasi oleh kementerian, pembangunan yang satu itu kan, yang berarti katakan, lumayan maju. Aku ngomong bagus loh, lumayan bagus. Kemudian diapresiasi oleh

kementerian itu, nah kalau besok nilai itu baik, maka akan ditambah bos kinerjanya itu. Kemarin 35 juta, ada yang 115 juta. Nah, itu sudah bagus. Itu riwet dari kementerian, karena hasil dari capean-capean prestasi.

P : Berarti kalau untuk pelatihan di sini itu, adanya setiap minggu atau setiap bulan?

Wk : Tidak setiap minggu atau setiap bulan. Paling satu tahun itu dianggarkan berapa kali. Karena kan itu kaitannya. Kaitannya kan juga dengan pendanaan. Dan kita itu, kalau kita menguasai bos itu kan tidak mungkin sembarangan. Kita lihat anggaran di RKAS itu. Sedangkan untuk anggaran di RKAS itu kan, ada prosentasinya. Berapa prosentasi ada? Berapa prosentasi ada? Kita lihat saja, prosentasi keperbaikan, berapa prosentasi kepengembangan profesi, dan sebagainya.

P :Apakah ada faktor pendukung dalam mengadakan pelatihan ini?

Wk : Faktor pendukung dalam pelaksanaan pelatihan ini yang pertama itu karena niat, kedua keinginan para guru SD Negeri Ngaliyan 01 untuk maju dalam pengembangan pembelajarannya, yang selanjutnya adanya tuntutan dari Visi Misi SD Negeri Ngaliyan 01 tentang pengembangan

IT ilmu teknologi dan IPTEK, yang terakhir dalam pelaksanaan pelatihan ini mendapat dukungan penuh dari Ibu Kepala Sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 yaitu Bu Ngatiningsih, buktinya apa? di RKAS itu ada alokasi untuk pengembangan profesional guru melalui workshop, melalui sosialisasi, yang kedua itu mendatangkan ahli atau narasumber ke sekolah untuk memberikan sosialisasi dan pelatihan terkait pengembangan IT, disediakannya peralatan atau fasilitas misalnya seperti *Chromebook* Laptop untuk memfasilitasi para guru, nah itu kan termasuk juga dukungan dari sekolah.

P : Apakah ada faktor penghambat dalam mengadakan pelatihan ini?

Wk : Faktor penghambatnya adalah guru yang senior itu kurang bisa menguasai IPTEK sehingga merasa bosan, yang kedua terkadang ada keinginan untuk tidak mau atau tidak mempunyai keinginan belajar tentang IPTEK, contoh ucapannya seperti ini “saya belajar IPTEK buat apa, kan udah umur segini” nah ucapan-ucapan seperti itu. Saat pelaksanaan pelatihan ketika praktek itu terkendala terkait internet di ruang pelatihan atau aula, jadi internet atau wifi di aula agak tersendat, maksudnya gini, dengan luas sekolah yang seluas ini, MB internet butuh

peningkatan jaringan lagi yang lebih besar.

Lampiran 9

TRANSKIP WAWANCARA

Responden: Tim Pelatihan SD Negeri Ngaliyan 01

Nama : Ristam, S.Pd.

Tanggal : 31-09-2024

Daftar Pertanyaan

P : Bagaimana langkah menganalisis kebutuhan dalam merencanakan pelatihan ini?

Tp : Kita sekarang ada namanya itu Rapor Pendidikan yang hasil dari AN (Asesmen Nasional), berdasarkan dari rapor pendidikan kita itu sudah muncul, jadi dari enam komponen itu sudah muncul nilainya, dikatakan “baik “ itu nilainya berapa persen, “sangat baik” itu nilainya berapa persen, dari enam komponen itu nanti ketika kita bedah di rapor pendidikan itu setiap aitem itu muncul. Katakanlah dirapor pendidikan kita itu terkait dengan literasi, tahun lalu itu misalnya muncul nilainya 100, sedangkan tahun ini nilainya menjadi 90 jadi menurun, kemudian di literasi itu tetap, jadi gak naik gak turun, disitu terdapat rekomendasi-rekomendasi kegiatan yang bisa mengangkat kualitas literasi di sekolah, nah contohnya untuk meningkatkan literasi yang lemah itu

literasi dibidang pemahaman guru terhadap IT (Ilmu Teknologi), dengan melihat kelemahan dan rekomendasi itu, maka kita membuat suatu program kegiatan seperti pelatihan untuk guru. Namanya literasi itu mestikan kalau rapor itu ada 2 rekomendasi, satu kegiatan, yang kedua itu rekomendasi terkait dengan peningkatkan metode pembelajaran, karena tidak mungkin literasi itu terlepasdari proses pembelajaran, artinya dari melihat seperti itu, maka kita satu melakukan sebuah program kegiatan untuk meningkatkan literasi yang lemah di rapor pendidikan, sehingga kita rencanakan di RKS tersebut.

P :Bagaimana proses dalam menyusun sesi pelatihan yang akan diadakan?

Tp :Dalam proses pelaksanaan, kita tentunya banyak melakukan koordinasi, koordinasi dengan tim yang sudah dibentuk tadi, karena kita kan di dalam proposal kegiatan itu didalamnya dibuatkan SK surat tugas untuk tim, lalu kita koordinasi dan pemantapan terkait dengan jobdis masing-masing. Kemudian saat pelaksanaan, tinggal sesuai dengan jobdis yang sudah dibagi seperti yang bagian komunikasi narasumber siapa, yang bagian dokumentasi siapa, dan yang lain-lain.

P :Bagaimana proses evaluasi kinerja tim setelah pelatihan diadakan?

Tp : Proses evaluasi pertama kita akan masuk terkait dengan kinerja tim yang sudah dibentuk, kita lihat efektivitasnya, kita lihat kelemahannya dimana, kemudian kelebihanannya dimana, agar kita kedepannya akan lebih baik lagi. Yang kedua kita evaluasi terkait peserta, peserta ini sesuai target apa nggak, artinya yang kita tadinya katakanlah guru, semua guru harus hadir tetapi beberapa persen guru tidak hadir karena sakit atau keperluan lain, itu kan merupakan bagian dari evaluasi.

P :Bagaimana proses evaluasi peserta setelah mengikuti pelatihan?

Tp :Kemudian evaluasi terkait dengan efektivitas peserta pada saat pelatihan, seperti antusiasnya peserta bagaimana dan lain-lainya.

P : Bagaimana proses evaluasi narasumber?

Tp :Kemudian selanjutnya evaluasi terkait dengan narasumber, jadi narasumber yang sudah kita undang itu sesuai gak dengan materi yang kita harapkan, yang kedua mengena apa nggak pendekatan yang dipakai dalam pelaksanaan pelatihan, kemudian yang ketiga terkait

dengan narasumber, efektivitas waktu kadang kita merencanakan waktu 2 jam tetapi baru 1 jam sudah selesai itukan bagian dari evaluasi, nah jadi kita harus evaluasi kedepan bahwa komunikasi kepada narasumber kalau waktu 2 jam ya semaksimal mungkin di manfaatkan waktu 2 jam tersebut.

P : Bagaimana proses evaluasi terkait dengan anggaran pelatihan?

Tp : Kemudian evaluasi terkait dengan anggaran, anggarannya sesuai gak dengan rencana awal, apakah ada pembengkakan, atau ada tamu yang tiba-tiba datang gak diundang atau tamu yang tidak terhitung dalam anggaran, itu kan dibikin evaluasi kita inventarisir dana kita sudah sesuai apa enggak, terus kalau tidak sesuai itu kenapa, terus pemecahannya bagaimana, kedepannya kalau ada acara pelatihan bisa lebih maksimal lagi terkait dengan anggaran.

P : Bagaimana proses evaluasi secara umum ?

Tp : Terus yang terakhir ada evaluasi secara umum, jadi mungkin kita bisa menggunakan skala, jadi pelaksanaan kita mungkin katakanlah nilainya 1-5, kalau 5 berarti baik sekali, jadi kita buat skala dari hasil evaluasi tadi

seperti evaluasi peserta, evaluasi narasumber, evaluasi anggaran, nah kita skala kan kira kira-kira kita berada dimana terkait dalam pelaksanaannya. tindak lanjut dari evalauasi, kita laporan ke kepala sekolah terkait tindak lanjut dari hasil evaluasi, berarti kelemahan kelemahan tersebut nanti bisa kita berbaiki di kegiatan-kegiatan yang akan datang.

Lampiran 10

TRANSKIP WAWANCARA

Responden: Tim Pelatihan SD Negeri Ngaliyan 01

Nama : Budhi Prakosa, S.Pd.

Tanggal : 31-09-2024

Daftar Pertanyaan

P : Apa yang melatarbelangi sekolah mengadakan pelatihan tersebut?

TP : Awal mula kita merancang pelatihan ini karena selama ini yang menjadi kendala di kami itu, karena mungkin SDM nya itu kurang, selama ini itu saya yang mengurus sendiri seperti istilahnya saya *one man show*, artinya itu satu orang itu ngrekam ya satu orang itu juga yang mengedit dan satu orang itu juga yang memposting, semuanya itu saya lakukan sendiri tanpa bantuan orang lain. Jadi itulah alasan kita merancang pelatihan ini agar semua guru SDM nya meningkat dan bisa membantu saya dalam mengelola sosial media maupun konten kreatif sekolah.

P : Apa harapan anda ketika sekolah mengadakan pelatihan content creative dan vidiografi ini?

Tp : Harapan saya nanti setelah mengikuti dan adanya pelatihan pemasaran sekolah berbasis konten kreatif dan videografi di SD Negeri Ngaliyan 01 ini dapat menambah skill saya dalam editor, karena fasen saya di foto, jadi banyak sekali yang saya unggah di IG nya sekolah itu hampir 99% foto, nah ketika nanti saya mendapatkan pelatihan konten kreatif di SD Negeri Ngaliyan 01 itu harapanya saya dan guru lainnya menjadi terbuka untuk hal baru, karena saya selain foto, saya juga pingin diajari untuk membuat konten berupa vidiografi, nah keuntungan nya konten berisi vidio itu sekarang ternyata jangkauan nya lebih luas dari pada foto, terutama untuk like, kalau foto itu berdasarkan like dan tidak berdasarkan view, nah bedanya vidio itu berdasarkan view tidak like, jadi orang melihat satu detik itu sudah dianggap view, ternyata disitu manfaatnya.

P : Apakah ada kendala pada saat pelatihan ?

Tp : ini yang menjadi kendala di kami itu, karena mungkin SDM nya itu kurang, sehingga saat pelatihan susah dalam memahami materi yang telah disampaikan.

Lampiran 11

TRANSKIP WAWANCARA

Responden: Guru atau Peserta Pelatihan

Nama : Dedi Hartoyo, SS, S.Pd

Tanggal : 31-09-2024

Daftar Pertanyaan

P : Bagaimana kualitas materi pelatihan yang telah disampaikan oleh narasumber ?

G : Materi yang tadi disampaikan oleh pemateri nya sangat jelas dan mendasar sehingga untuk pemula seperti saya ini menjadi cepat paham, cuma yang menjadikan kendala saat pelatihan ini adalah terkait waktu praktek pelatihan nya yang sangat singkat, saya rasa satu jam enggak cukup ya untuk mempraktek kan semua fitur atau materi yang dipraktikkan oleh pemateri, sehingga waktu sesi praktek pelatihan hanya sebagian materi saja.

P : Apakah metode pengajaran yang digunakan sudah sesuai dengan materi pelatihan?

G : Sudah sesuai, pada saat kemarin pelatihan, narasumber atau moderator melakukan metode pengajaran dibagi menjadi dua sesi, yaitu sesi penyampaian materi dasar dan

sesi praktek secara langsung.

P : Apa fasilitas yang disediakan sekolah untuk mendukung pelatihan tersebut?

G : Kami disediakan fasilitas dari sekolahan berupa ruangan untuk pelaksanaan pelatihan, yang kedua akses wifi atau internet dari sekolah dan juga perlengkapannya yang mendukung berjalannya pelatihan tersebut.

Lampiran 12

DOKUMENTASI PENELITIAN

1. Gambar wawancara dengan bu Ngatiningsih, S.Pd. selaku Kepala Sekolah SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.



2. Gambar wawancara dengan bu Maria Tumeiningsih, S.Pd. selaku Waka Kurikulum SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.



3. Gambar wawancara dengan Ristam, S.Pd. Selaku salah satu tim pelaksanaan pelatihan di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.



4. Gambar wawancara dengan Budhi Prakosa, S.Pd. Selaku salah satu tim pelaksanaan pelatihan di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.



5. Gambar wawancara dengan Dedi Hartoyo, SS, S.Pd. selaku Guru dan Peserta pelatihan di SD Negeri Ngaliyan 01 Semarang.



Lampiran 13



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jl. Prof. Dr. Hamka Km 2 (024) 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185
Website: <http://litk.walisongo.ac.id>

Nomor : 4125 /Un.10.3/K/KM.00.11/09/2024 24 September 2024
Lamp : -
Hal : Izin Pra Riset/Penelitian

Kepada Yth.
Ibu Ngatiningsih, S.Pd
Kepala Sekolah
di SDN 01 Ngaliyan Kota Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat dalam rangka memenuhi tugas akhir mahasiswa pada prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini :

Nama : Syaif Arifchan
NIM : 2103036095

Judul Skripsi : MANAJEMEN PELATIHAN PEMASARAN SEKOLAH BERBASIS
CONTENT CREATIVE DAN VIDIOWRAPHY DI SD NEGERI
NGALIYAN 01 SEMARANG.

Dosen Pembimbing : Syaiful Bakhti, M.MSI

untuk melakukan pra riset/penelitian di SDN Ngaliyan 01 yang Bapak/Ibu pimpin, maka kami mohon berkenan memberikan ijin kepada mahasiswa dimaksud untuk melakukan penelitian pada hari/tanggal selama 2 minggu, mulai 25 September - 08 Oktober 2024 dan data dari observasi tersebut diharapkan dapat menjadi bahan kajian (analisis) bagi mahasiswa kami.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan terimakasihnya permohonan ini, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tembusan Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang

Lampiran 14



**PEMERINTAH KOTA SEMARANG
DINAS PENDIDIKAN
SEKOLAH DASAR NEGERI NGALIAN 01
KECAMATAN NGALIAN**

Jalan Prof. Dr. Hamka Ngalian Telepon/Faxsimile 024-7623258 Semarang 50181
sdngalian01@gmail.com, escoln_010307@yahoo.com, sdngalian01.blogspot.com



SURAT KETERANGAN
Nomor :421.2 /X / 446 /2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Ngatiningsih, S.Pd
NIP	: 19690801 200212 2 004
Pangkat/Golongan Ruang	: Pembina / IV a
Jabatan	: Kepala Sekolah
Unit Kerja	: SD Negeri Ngalian 01

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

Nama	: Syaif Arifchan
NIM	: 2103036095
Program Studi	: Manajemen Pendidikan Islam
Universitas	: UIN Walisongo

Nama tersebut di atas benar-benar sudah melaksanakan Penelitian untuk keperluan tugas akhir dengan topik "*Manajemen Pelatihan Konten Kreatif dan Videografi sebagai Sarana Pemasaran di SDN Ngalian 01*" di SD Negeri Ngalian 01 Semarang, terhitung sejak 2 s.d 6 Desember 2024.

Demikian Surat permohonan kami terima, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 10 Desember 2024

Ngalian 01

SD. NGALIAN
KEC. NGALIAN
KOTA SEMARANG
Ngatiningsih, S.Pd
NIP. 19690801 200212 2 004

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Syaif Arifchan
2. Tempat, Tanggal lahir:Pati, 13 Mei 2003
3. Alamat Rumah :Dukuh Siman, Tambahsari,
Rt 05, Rw 01. Kec.Pati, Kab. Pati.
4. No HP :081235970739
5. Email :syaifarifchan330@gmail.com.

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK Islamasitoh Tambahsari Pati.
 - b. SD N Payang 03 Pati.
 - c. Mts Roudlatul Ulum Guyangan Trangkil Pati.
 - d. MAN 01 Pati.
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Pesantren Roudlatul Ulum Guyangan
Trangkil Pati.

Semarang, 11 Desember 2024



Syaif Arifchan

2103036095