
STRATEGI KONTEN DIGITAL UNTUK TK YWKA BANDUNG UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS LEMBAGA DI ERA INDUSTRI KREATIF

Nina Nursetia Ningrum¹, Siti Desintha², Raden Daru Ramadinoto³, Auliya Nurissilmi Kaafah⁴, Khansa Nayara Salsabila⁵, Annisa Mayra Detrias⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Telkom

¹ninanningrum@telkomuniversity.ac.id, ²desintha@telkomuniversity.ac.id,

³radendaruramadinoto@telkomuniversity.ac.id, ⁴aulianurissilmi@student.telkomuniversity.ac.id

⁵khansanayara@student.telkomuniversity.ac.id,

⁶annisamayradetrias@student.telkomuniversity.ac.id

Abstract

This community service program focused on Digital Content Strategy Training for TK YWKA Bandung to enhance institutional awareness in the era of the creative industry. The ongoing digital transformation requires educational institutions, including kindergartens, to adapt to advances in communication technology and content-based marketing strategies. The limited utilization of digital media at TK YWKA Bandung served as the primary motivation for implementing this program, as it potentially reduced the institution's visibility and limited its ability to disseminate information effectively to the wider community. The program was implemented using a participatory approach consisting of several stages, including needs assessment, theoretical and practical training on digital content strategies (content planning, production, and distribution), and mentoring in the development of creative content aligned with the institution's identity. The training emphasized the effective use of social media platforms, including Instagram, Facebook, and WhatsApp Business, as the primary communication channels for institutional promotion and engagement. The results demonstrated significant improvements in the knowledge and practical skills of teachers and school administrators in developing content calendars, producing simple visual materials, and managing social media accounts effectively. Furthermore, the training contributed to strengthening the institution's public image and expanding communication networks with parents and the broader community. The implementation of structured digital content strategies also enabled the institution to communicate its educational values and activities more consistently, thereby increasing public awareness and stakeholder engagement. Overall, this community service program contributed to strengthening the institutional presence of TK YWKA Bandung amid the growing competition within the creative industry while equipping educators with sustainable digital communication and content development competencies that support long-term institutional branding and community outreach.

Keywords: *Digital Content Strategy Training, Kindergarten, Institutional Awareness, Creative Industry, Visual Communication, Social Media, Non Profit Branding.*

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada Pelatihan Strategi Konten Digital untuk TK YWKA Bandung dalam rangka meningkatkan awareness lembaga di era industri kreatif. Transformasi digital saat ini menuntut lembaga pendidikan, termasuk taman kanak-kanak, untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi dan strategi pemasaran berbasis konten. Rendahnya pemanfaatan media digital pada TK YWKA Bandung menjadi latar belakang utama dilaksanakannya program ini, karena berpotensi mengurangi daya tarik dan jangkauan informasi kepada masyarakat luas. Metode pelatihan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan tahapan analisis kebutuhan, pemberian materi teori dan praktik mengenai strategi konten digital (perencanaan, produksi, dan distribusi), serta pendampingan dalam pembuatan konten kreatif yang sesuai dengan identitas lembaga. Media yang digunakan meliputi platform sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business sebagai saluran utama komunikasi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan guru maupun pengelola TK YWKA Bandung dalam menyusun kalender konten, memproduksi materi visual sederhana, dan mengelola akun media sosial secara efektif. Selain itu, pelatihan ini juga berdampak pada peningkatan citra lembaga dan memperluas jaringan komunikasi dengan orang tua maupun masyarakat. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam memperkuat eksistensi lembaga pendidikan anak usia dini di tengah kompetisi era industri kreatif, sekaligus memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan digital yang berkelanjutan bagi para pendidik.

Keywords: *Pelatihan Konten Digital, TK YWKA, Awareness Lembaga Sosial, Industri Kreatif, Komunikasi Visual, Media Sosial, Branding NonProfit.*

Submitted: 2026-06-15

Revised: 2026-06-25

Accepted: 2026-07-04

Pendahuluan

TK YWKA Bandung merupakan lembaga pendidikan anak usia dini yang berada di bawah naungan Yayasan Wanita Kereta Api (YWKA). Yayasan ini lahir dari komunitas wanita yang memiliki keterkaitan erat dengan profesi dan keluarga besar kereta api di Indonesia, khususnya di Kota Bandung. Sebagai bagian dari yayasan yang memiliki sejarah panjang dalam bidang sosial dan pendidikan, TK YWKA Bandung menjadi wujud nyata kontribusi kaum wanita kereta api dalam membangun generasi bangsa sejak usia dini.

Secara historis, YWKA berdiri dengan tujuan memberikan wadah pembinaan, pendidikan, dan pemberdayaan bagi anak-anak keluarga besar kereta api maupun masyarakat umum. Dari visi tersebut, TK YWKA Bandung hadir untuk menjawab kebutuhan pendidikan usia dini di lingkungan sekitar stasiun dan perumahan pegawai kereta api. Seiring perkembangan waktu, lembaga ini tidak hanya melayani anak-anak keluarga kereta api, tetapi juga terbuka bagi masyarakat umum di sekitar wilayah Bandung. TK YWKA Bandung dikenal memiliki tradisi disiplin, religius, serta menjunjung tinggi nilai kebersamaan. Guru-gurunya umumnya adalah perempuan dengan latar belakang pendidikan keguruan dan PAUD. Dedikasi mereka cukup tinggi, namun masih menghadapi keterbatasan dalam mengakses pelatihan teknologi terkini.



Gambar 1. foto Bersama guru dan siswa

Masyarakat sasaran TK YWKA terdiri dari dua kelompok besar, yaitu:

1. Anak-anak usia dini (3–6 tahun) sebagai peserta didik, yang membutuhkan lingkungan belajar kreatif, menyenangkan, dan sesuai tahap perkembangan
2. Orang tua murid dengan latar belakang beragam, baik pegawai kereta api maupun masyarakat umum di sekitar Bandung. Mereka menjadi pengambil keputusan dalam pendidikan anak, sehingga peran mereka dalam mengenal, mempercayai, dan mendukung TK YWKA sangat krusial. Potensi TK YWKA Bandung cukup besar. Selain memiliki sejarah dan identitas kuat sebagai lembaga pendidikan berbasis komunitas kereta api, lokasinya

juga strategis di Bandung yang dikenal sebagai kota pendidikan sekaligus pusat industri kreatif. Namun, potensi ini belum sepenuhnya terangkat karena masih terbatasnya kemampuan sekolah dalam memperluas jangkauan promosi, terutama di ranah digital.

Masalah yang Dihadapi TK YWKA Bandung Permasalahan utama yang dihadapi TK YWKA Bandung adalah rendahnya strategi komunikasi digital sehingga kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan keunggulan lembaga masih terbatas. Hal ini berdampak pada jumlah pendaftaran siswa baru yang tidak stabil, serta citra sekolah yang belum terkelola secara optimal di tengah persaingan lembaga PAUD lainnya di Bandung Masyarakat sasaran TK YWKA terdiri dari dua kelompok besar, yaitu:

1. Anak-anak usia dini (3–6 tahun) sebagai peserta didik, yang membutuhkan lingkungan belajar kreatif, menyenangkan, dan sesuai tahap perkembangan.
2. Orang tua murid dengan latar belakang beragam, baik pegawai kereta api maupun masyarakat umum di sekitar Bandung. Mereka menjadi pengambil keputusan dalam pendidikan anak, sehingga peran mereka dalam mengenal, mempercayai, dan mendukung TK YWKA sangat krusial.
3. Potensi TK YWKA Bandung cukup besar. Selain memiliki sejarah dan identitas kuat sebagai lembaga pendidikan berbasis komunitas kereta api, lokasinya juga strategis di Bandung yang dikenal sebagai kota pendidikan sekaligus pusat industri kreatif. Namun, potensi ini belum sepenuhnya terangkat karena masih terbatasnya kemampuan sekolah dalam memperluas jangkauan promosi, terutama di ranah digital.
4. Masalah yang Dihadapi TK YWKA Bandung Permasalahan utama yang dihadapi TK YWKA Bandung adalah rendahnya strategi komunikasi digital sehingga kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan keunggulan lembaga masih terbatas. Hal ini berdampak pada jumlah pendaftaran siswa baru yang tidak stabil, serta citra sekolah yang belum terkelola secara optimal di tengah persaingan lembaga PAUD lainnya di Bandung



Gambar 2. Foto saat kegiatan funfest disekolah

Beberapa masalah rinci yang teridentifikasi di lapangan adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya keterampilan digital guru dan pengelola. Guru-guru TK YWKA memiliki semangat besar dalam mendidik anak, tetapi belum terlatih dalam membuat konten digital yang menarik. Pembuatan poster, video, atau materi promosi biasanya dilakukan seadanya tanpa memanfaatkan aplikasi desain modern seperti Canva, CapCut, atau platform editing lainnya.
2. Belum ada strategi branding yang konsisten. Media sosial sekolah hanya digunakan sebagai dokumentasi kegiatan, belum diarahkan untuk memperkuat citra sekolah. Tidak ada perencanaan postingan (content calendar) maupun narasi storytelling yang menggambarkan keunggulan TK YWKA.
3. Minimnya keterlibatan orang tua dalam publikasi digital. Orang tua murid sebagian besar aktif di media sosial, namun belum dimanfaatkan untuk mendukung promosi sekolah. Padahal, keterlibatan mereka dapat memperluas jangkauan informasi sekolah melalui jejaring komunitas.
4. Kurangnya visibilitas dibanding lembaga lain. Di Kota Bandung, terdapat banyak TK dan PAUD swasta yang gencar memanfaatkan media sosial dengan strategi kreatif. TK YWKA relatif tertinggal, sehingga kurang dikenal oleh masyarakat luas, khususnya generasi muda yang kini mencari sekolah anak melalui pencarian digital.
5. Dampak terhadap keberlanjutan lembaga. Rendahnya awareness masyarakat berdampak langsung pada jumlah siswa baru. Jika kondisi ini dibiarkan, maka keberlangsungan TK YWKA sebagai lembaga pendidikan berbasis Yayasan Wanita Kereta Api akan menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan eksistensi di era kompetitif.
6. Konteks Era Industri Kreatif dan Urgensi Digitalisasi Indonesia tengah memasuki fase ekonomi berbasis industri kreatif yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Kota Bandung bahkan dikenal sebagai salah satu kota kreatif dunia yang masuk dalam jejaring UNESCO Creative Cities Network. Hal ini membuat persaingan lembaga pendidikan di Bandung semakin ketat, bukan hanya dalam hal mutu pembelajaran, tetapi juga dalam hal komunikasi publik dan branding lembaga.

Dalam laporan We Are Social 2024, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai lebih dari 167 juta jiwa, dengan mayoritas pengguna berada pada rentang usia produktif (18–40 tahun). Data ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi sarana utama masyarakat dalam mencari informasi, termasuk tentang pendidikan anak. Para orang tua kini lebih banyak mencari referensi TK atau PAUD melalui mesin pencari dan media sosial dibandingkan sekadar rekomendasi lisan. Era pascapandemi Covid-19 juga memperkuat tren digitalisasi. Pembiasaan penggunaan teknologi dalam pembelajaran jarak jauh telah membuka mata masyarakat bahwa digital bukan lagi sekadar tambahan, melainkan kebutuhan. Sekolah yang mampu menampilkan diri secara profesional di media digital akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, TK YWKA Bandung perlu segera beradaptasi. Tanpa kehadiran yang kuat di media sosial, lembaga ini akan tertinggal dan sulit bersaing, meskipun secara kualitas pembelajaran cukup baik. Di sinilah pelatihan strategi konten digital menjadi sangat relevan.

Relevansi Abdimas dengan Kebutuhan TK YWKA Bandung Program abdimas "Pelatihan Strategi Konten Digital" memiliki relevansi langsung dengan kebutuhan nyata masyarakat sasaran. Hal ini dapat dijelaskan dari beberapa aspek:

1. Aspek Pendidikan. Guru akan memperoleh keterampilan tambahan dalam pembuatan konten kreatif, yang tidak hanya berguna untuk promosi lembaga tetapi juga bisa diaplikasikan dalam kegiatan belajar mengajar.
2. Aspek Sosial. Pelatihan ini memperkuat komunikasi sekolah dengan orang tua dan masyarakat. Dengan konten yang kreatif, kepercayaan masyarakat terhadap TK YWKA akan meningkat.
3. Aspek Ekonomi Kreatif. Branding yang kuat melalui media sosial dapat meningkatkan daya tarik sekolah, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan jumlah siswa baru. Hal ini penting untuk menjaga keberlanjutan operasional lembaga.
4. Aspek Teknologi. Pelatihan ini mengenalkan guru dan pengelola pada aplikasi desain sederhana yang mudah digunakan, sehingga mereka dapat mengelola akun media sosial secara mandiri
5. Alasan Pelatihan Konten Digital sebagai Solusi Pemilihan pelatihan strategi konten digital sebagai solusi bukan tanpa alasan.

Berdasarkan identifikasi masalah, jelas bahwa TK YWKA membutuhkan peningkatan kapasitas di bidang ini. Pelatihan akan memberikan manfaat konkret sebagai berikut:

1. Guru dan pengelola mampu membuat desain visual sederhana dengan aplikasi digital.
2. Terbentuknya content calendar sehingga postingan lebih konsisten dan terarah.
3. Meningkatnya kualitas akun media sosial sekolah dengan narasi yang menarik.
4. Identitas TK YWKA sebagai lembaga pendidikan berbasis Yayasan Wanita Kereta Api dapat lebih dikenal luas.
5. Meningkatnya kepercayaan masyarakat, yang berdampak positif pada jumlah siswa baru.

Dengan demikian, kegiatan abdimas ini akan membantu TK YWKA Bandung tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di era industri kreatif yang menuntut inovasi komunikasi digital.

1. Potensi Internal Lembaga TK YWKA Bandung Sebagai lembaga Pendidikan anak usia dini di bawah naungan Yayasan Wanita Kereta Api (YWKA), TK YWKA Bandung memiliki sejumlah potensi internal yang dapat menjadi modal besar dalam pelaksanaan program pemberdayaan.
 - Identitas historis dan nilai kelembagaan. TK YWKA memiliki akar sejarah yang kuat karena berafiliasi dengan komunitas keluarga besar kereta api. Identitas ini menjadi nilai unik yang dapat dikembangkan sebagai brand positioning, misalnya menekankan karakter disiplin, kebersamaan, dan dedikasi. -Tenaga pendidik yang berdedikasi. Guru-guru TK YWKA dikenal memiliki komitmen tinggi terhadap pembelajaran anak usia dini. Walaupun keterampilan digital mereka masih terbatas, dedikasi tersebut menjadi potensi untuk menerima pelatihan dan mengembangkan kapasitas diri.
 - Program pembelajaran berbasis kreativitas. TK YWKA sudah menjalankan berbagai kegiatan kreatif untuk anak, seperti menggambar, bernyanyi, dan keterampilan motorik halus. Kegiatan-kegiatan ini dapat didokumentasikan menjadi konten digital menarik yang memperkuat citra sekolah.
2. Potensi Kolaborasi dengan Komunitas dan Lingkungan Sekitar Masyarakat sekitar TK YWKA Bandung juga memiliki potensi untuk diberdayakan:
 - Lingkungan sekitar yang mendukung. Berada di Kota Bandung, TK YWKA memiliki akses pada ekosistem kota kreatif. Lingkungan ini memudahkan kolaborasi dengan komunitas kreatif, mahasiswa, maupun relawan yang bisa mendukung produksi konten digital.

- Jaringan alumni dan simpatisan. Sebagai lembaga yang sudah lama berdiri, TK YWKA memiliki alumni yang bisa menjadi bagian penting dari promosi. Alumni dapat dilibatkan untuk berbagi testimoni, membantu publikasi, atau bahkan mendukung secara finansial.
- Potensi kemitraan dengan lembaga eksternal. Lembaga ini dapat menjalin kemitraan dengan pihak swasta maupun pemerintah untuk mendukung kegiatan promosi, misalnya bekerja sama dengan komunitas desain grafis, perguruan tinggi, atau Dinas Pendidikan setempat.

Potensi Digitalisasi sebagai Pilar Pemberdayaan Digitalisasi menjadi peluang utama untuk pemberdayaan masyarakat sasaran di TK YWKA Bandung. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding. Dengan konten digital yang menarik, lembaga dapat memperkuat citra, memperluas jangkauan, dan meningkatkan jumlah siswa baru. Transfer keterampilan teknologi. Melalui pelatihan, guru dan staf pengelola memperoleh keterampilan membuat desain, mengelola akun media sosial, serta merancang kalender konten. Pengetahuan ini berkelanjutan dan dapat ditularkan kepada generasi berikutnya. Partisipasi masyarakat dalam produksi konten. Dokumentasi kegiatan belajar, perayaan sekolah, dan testimoni orang tua dapat menjadi konten yang dikembangkan bersama. Dengan demikian, masyarakat merasa memiliki peran dalam mengangkat citra sekolah.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan menggunakan metode partisipatif edukatif, dengan pendekatan pelatihan langsung, diskusi interaktif, praktik berbasis tugas, dan pendampingan produksi konten. Metode ini dipilih untuk memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan dan keterampilan yang aplikatif serta membangun keterlibatan aktif masyarakat sasaran dalam setiap tahapan kegiatan. Secara sistematis, tahapan pengabdian dilaksanakan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan (Pre-Activity)
 - Identifikasi dan analisis kebutuhan: Melakukan observasi awal dan wawancara dengan pengelola Yayasan Sayap Ibu untuk mengetahui kondisi eksisting pengelolaan media sosial, tantangan yang dihadapi, serta harapan peserta terhadap pelatihan.
 - Perumusan kurikulum pelatihan: Menyusun materi dan silabus pelatihan yang mencakup strategi branding, pembuatan konten visual, storytelling digital, dan pengelolaan media sosial.
 - Penyusunan instrumen monitoring: Menyiapkan instrumen evaluasi awal dan akhir, serta lembar observasi praktik pembuatan konten peserta.
2. Tahap Pelaksanaan (Activity Implementation) Sesi pelatihan teori dan praktik
 - Pengantar tentang pentingnya komunikasi digital di era industri kreatif
 - Pengenalan prinsip desain visual dan identitas branding lembaga sosial.
 - Pelatihan penggunaan aplikasi desain dan editing video berbasis mobile (Canva, CapCut, InShot).
 - Strategi storytelling dan pembuatan konten humanis untuk media sosial.
3. Workshop penyusunan kalender konten dan pembuatan konten:
 - Simulasi menyusun kalender konten bulanan yang terstruktur.
 - Praktik membuat konten aktual dari kegiatan yayasan (foto, video pendek, caption, hingga publikasi).

4. Penyusunan brand guideline sederhana (mini manual):
 - Membantu yayasan menyusun panduan visual dan komunikasi sebagai acuan jangka panjang.
5. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut (Post-Activity)
 - Evaluasi pelatihan: Dilakukan melalui pre test dan post test, serta refleksi peserta mengenai peningkatan pemahaman dan keterampilan.
 - Publikasi hasil pelatihan: Membuat laporan dokumentasi dan ringkasan portofolio konten hasil peserta yang siap dipublikasikan di akun resmi media sosial yayasan.
 - Pendampingan daring: Memberikan bimbingan lanjutan secara online pasca kegiatan untuk mengawal proses pengelolaan konten digital selama 1–2 bulan ke depan. Melalui tahapan ini, kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan tidak hanya bersifat sementara, tetapi mampu menciptakan perubahan jangka panjang dalam pengelolaan komunikasi digital TK YWKA yang lebih adaptif, strategis, dan berdampak.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang sebagai bentuk kontribusi nyata dunia akademik dalam mendukung transformasi digital lembaga sosial, khususnya TK YWKA. Melalui pelatihan strategi konten digital yang aplikatif dan partisipatif, diharapkan pengelola yayasan mampu meningkatkan kapasitas dalam merancang komunikasi visual yang kreatif, strategis, dan berdampak di ruang digital. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan awareness publik terhadap TK YWKA, tetapi juga sebagai langkah memperkuat posisi TK YWKA di tengah dinamika industri kreatif yang menuntut adaptasi dan inovasi berkelanjutan.

Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi awal dari perubahan sistem komunikasi yang lebih modern dan profesional di lingkungan yayasan, sekaligus membuka peluang kolaborasi, keterlibatan masyarakat, dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan terbangunnya kemandirian dalam pengelolaan media sosial, TK YWKA diharapkan mampu menjangkau lebih banyak penerima manfaat dan mitra pendukung, sehingga dapat memperluas dampak sosial yang dihasilkan. Pengetahuan dan keterampilan yang ditanamkan melalui program ini menjadi bekal penting dalam mendukung keberlanjutan lembaga secara kreatif dan relevan di era digital saat ini.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan konten digital di TK YWKA Kota Bandung telah dilaksanakan pada:

Hari : Senin, 15 Desember 2025

Waktu : 08.00 – 12.00

Tempat : TK YWKA (Yayasan Wanita Kereta Api)

Garuda Andir Bandung Pelatihan strategi konten digital untuk TK YWKA Bandung dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan brand awareness dan citra lembaga pendidikan anak usia dini di era industri kreatif dan transformasi digital. Kegiatan ini dirancang untuk membekali tenaga pendidik dan pengelola sekolah dengan pemahaman serta keterampilan dasar dalam merancang, memproduksi, dan mengelola konten digital yang edukatif, komunikatif, dan sesuai dengan karakter institusi pendidikan anak usia dini. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap dan sistematis agar tujuan pelatihan dapat tercapai secara optimal. Adapun tahapan utama pelaksanaan kegiatan meliputi:

1. Tahap Persiapan Pada tahap ini dilakukan koordinasi awal dengan pihak TK YWKA Bandung untuk mengidentifikasi kebutuhan, permasalahan, dan potensi lembaga dalam pengelolaan konten digital. Tim pelaksana menyusun materi pelatihan, modul sederhana, serta contoh konten digital yang relevan dengan dunia pendidikan anak usia dini. Selain itu, dilakukan penentuan jadwal, teknis pelaksanaan, dan kesiapan sarana pendukung kegiatan.
2. Tahap Pemberian Materi Tahap ini berfokus pada penyampaian materi terkait konsep dasar strategi konten digital, pentingnya branding dan awareness lembaga pendidikan, serta pengenalan jenis-jenis konten digital yang sesuai untuk TK. Materi disampaikan secara interaktif melalui paparan, diskusi, dan studi kasus sederhana agar mudah dipahami oleh peserta.
3. Tahap Praktik dan Pendampingan Peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan langsung pembuatan konten digital, mulai dari perencanaan ide, pengambilan gambar atau video sederhana, hingga penyusunan pesan visual yang komunikatif. Pada tahap ini, tim pelaksana memberikan pendampingan secara langsung untuk membantu peserta memahami teknis dasar pembuatan konten serta menyesuaikannya dengan karakter dan nilai-nilai TK YWKA Bandung.
4. Tahap Evaluasi dan Refleksi Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui diskusi, umpan balik peserta, serta peninjauan hasil konten yang telah dibuat. Refleksi bersama dilakukan untuk mengidentifikasi kendala, potensi pengembangan, serta peluang keberlanjutan pengelolaan konten digital di lingkungan TK YWKA Bandung.
5. Tahap Tindak Lanjut Sebagai bentuk keberlanjutan program, tim pelaksana memberikan rekomendasi strategi pengelolaan konten digital yang dapat diterapkan secara mandiri oleh pihak sekolah. Tahap ini diharapkan mampu mendorong konsistensi publikasi konten serta meningkatkan eksistensi dan kepercayaan masyarakat terhadap TK YWKA Bandung.



Gambar 3. Foto bersama saat kegiatan pelatihan konten

Pelaksanaan kegiatan pelatihan strategi konten digital bagi TK YWKA Bandung telah memberikan dampak positif bagi peningkatan pemahaman dan kesadaran tenaga pendidik serta pengelola sekolah terhadap pentingnya pengelolaan konten digital sebagai sarana komunikasi dan promosi lembaga pendidikan anak usia dini. Berdasarkan hasil evaluasi dan refleksi kegiatan, peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan mengenai konsep brand awareness, jenis-jenis

konten digital edukatif, serta strategi penyampaian pesan visual yang sesuai dengan karakter dunia anak.

Peserta juga telah mampu menghasilkan contoh konten digital sederhana yang merepresentasikan aktivitas pembelajaran, nilai-nilai sekolah, serta suasana edukatif di lingkungan TK YWKA Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga aplikatif dan relevan dengan kebutuhan lembaga.



Gambar 4. Potongan Hasil pelatihan pembuatan Konten TikTok

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dirumuskan beberapa rencana kegiatan selanjutnya guna menjaga keberlanjutan program dan meningkatkan dampak jangka panjang, antara lain:

1. Pendampingan Berkelanjutan Pengelolaan Konten Digital Dilakukan pendampingan lanjutan secara periodik untuk membantu pihak sekolah dalam mengelola dan mengembangkan konten digital secara konsisten, baik pada media sosial maupun media komunikasi digital lainnya.
2. Pengembangan Kalender Konten Sekolah Penyusunan kalender konten sederhana yang memuat tema, jadwal unggahan, serta jenis konten yang relevan dengan kegiatan pembelajaran dan agenda sekolah, sehingga publikasi dapat dilakukan secara terencana dan berkelanjutan.
3. Peningkatan Kualitas Visual dan Narasi Konten Rencana kegiatan selanjutnya mencakup pelatihan lanjutan terkait peningkatan kualitas visual, pengambilan foto dan video yang lebih komunikatif, serta penyusunan narasi yang edukatif dan ramah bagi orang tua serta masyarakat umum.
4. Penguatan Identitas Visual Lembaga Kegiatan lanjutan diarahkan pada penguatan identitas visual TK YWKA Bandung melalui konsistensi warna, tipografi, dan gaya visual agar citra lembaga semakin mudah dikenali oleh masyarakat.
5. Kolaborasi Program Pengabdian Berkelanjutan Ke depan, kegiatan ini berpotensi dikembangkan menjadi program kolaboratif berkelanjutan antara perguruan tinggi dan TK YWKA Bandung dalam bentuk pengabdian masyarakat lanjutan, magang mahasiswa, atau pengembangan media pembelajaran kreatif berbasis digital. Dengan adanya rencana kegiatan selanjutnya ini, diharapkan program pengabdian kepada masyarakat tidak berhenti pada satu kali pelatihan, tetapi mampu memberikan dampak

berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas lembaga pendidikan anak usia dini dalam memanfaatkan media digital secara kreatif, edukatif, dan profesional.



Gambar 5. Survey Kepuasan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang berjudul "Strategi Konten Digital untuk TK YWKA Bandung dalam Meningkatkan Awareness Lembaga di Era Industri Kreatif" telah terlaksana dengan baik dan memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kompetensi digital guru dan pengelola sekolah dalam mengelola media komunikasi berbasis konten. Melalui rangkaian kegiatan yang meliputi analisis kebutuhan, penyampaian materi, pelatihan praktik, serta pendampingan penyusunan strategi konten digital, peserta memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pentingnya perencanaan, produksi, dan distribusi konten sebagai bagian dari upaya membangun citra dan meningkatkan visibilitas lembaga pendidikan di era digital. Keberhasilan program ini ditunjukkan oleh meningkatnya kemampuan peserta dalam menyusun kalender konten (content calendar), merancang konten visual dan informatif, menulis caption yang komunikatif, serta mengelola media sosial secara lebih terarah dan konsisten.

Selain meningkatkan keterampilan teknis, pelatihan ini juga mendorong perubahan pola pikir peserta mengenai pentingnya media digital sebagai sarana komunikasi, promosi, dan penyebaran informasi yang efektif kepada orang tua maupun masyarakat luas. Dengan demikian, TK YWKA Bandung memiliki bekal yang lebih baik untuk membangun identitas lembaga, memperluas jangkauan informasi, serta meningkatkan kepercayaan publik melalui pemanfaatan strategi konten digital yang terencana.

Salah satu kelebihan utama dari kegiatan ini adalah pendekatan pelatihan yang menggabungkan aspek konseptual dan praktik secara langsung, sehingga peserta tidak hanya memahami teori pemasaran digital, tetapi juga mampu menghasilkan konten yang sesuai dengan karakteristik lembaga pendidikan anak usia dini. Pendampingan dalam penyusunan strategi

komunikasi digital juga memungkinkan peserta mengembangkan konten yang mencerminkan nilai-nilai, program unggulan, dan aktivitas sekolah secara lebih menarik, autentik, dan konsisten. Selain itu, penggunaan platform media sosial yang telah akrab dengan masyarakat, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, menjadikan hasil pelatihan mudah diterapkan tanpa memerlukan investasi teknologi yang besar. Ke depan, program ini diharapkan dapat dikembangkan melalui pendampingan yang lebih berkelanjutan dalam pengelolaan media sosial berbasis data dan evaluasi kinerja konten (content analytics). Pelatihan lanjutan juga dapat diarahkan pada pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) untuk membantu proses pembuatan konten, desain visual, penulisan naskah promosi, dan pengelolaan media sosial secara lebih efisien. Selain itu, diperlukan pengembangan strategi digital yang lebih terintegrasi melalui optimalisasi situs web sekolah, produksi konten video edukatif, serta kolaborasi dengan orang tua dan komunitas sebagai bagian dari strategi komunikasi lembaga. Model pengabdian ini juga berpotensi direplikasi pada lembaga pendidikan anak usia dini lainnya sebagai upaya meningkatkan kapasitas komunikasi digital, memperkuat branding institusi, dan meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di tengah perkembangan industri kreatif yang semakin dinamis.

Daftar Pustaka

- Alfianah, L. & Nadhirah, Y. (2024). Analisis Pembelajaran Bagi Anak Tunagrahita di Sekolah Khusus (SKh) Negeri 2 Kota Serang. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*. 10(4): 234-242
- Marhaeni, A., dkk. (2022). Peningkatan kemampuan motorik halus anak melalui kegiatan mewarnai. *Jurnal Tematik*, 8(2). <https://ojs.unm.ac.id/tematik/article/view/27550>
- Lazar, F. (2020). Pentingnya Pendidikan Inklusif Bagi Anak Berkebutuhan Khusus. *JKPM: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan Missio*. 12(2): 99-115
DOI: <https://doi.org/10.36928/jpkm.v12i2.512>
- Siregar, R., & Kardiyanti, N. (2019). Pengaruh terapi aktivitas mewarnai terhadap perkembangan motorik halus anak berkebutuhan khusus. *Jurnal Kesehatan STIKes PHI*, 6(1). <https://jurnal.stikesphi.ac.id/index.php/Kesehatan/article/view/250>
- Yasjulia, R. (2024). Filosofi Pendidikan Inklusi Dalam Sistem Pendidikan Indonesia Menuju Merdeka Belajar. Program Studi PPG Prajabatan Bimbingan dan Konseling, Fakultas Pendidikan dan Bahasa, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Zuraidah., dkk.(2023). Upaya peningkatan motorik halus anak melalui kegiatan mewarnai dengan pendekatan participatory action research (PAR). *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), xxx-xxx. <https://gembirapkm.my.id/index.php/jurnal/article/view/579>