

# Literasi Media Edukasi dan Peningkatan *Branding* Berbasis *Website* pada TK ABA Perumnas Condongcatur

<sup>1)</sup>Nuri Cahyono, <sup>2)</sup>Anna Baita, <sup>3)</sup>Muhammad Rifqi Pramudya Hidayat

<sup>1,2,3)</sup>Informatika, Universitas Amikom Yogyakarta, Sleman, Indonesia

Email Corresponding: [nuricahyono@amikom.ac.id](mailto:nuricahyono@amikom.ac.id)\*

## INFORMASI ARTIKEL

## ABSTRAK

### Kata Kunci:

Website  
Branding  
Media Edukasi  
TK ABA  
PKM

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada peningkatan literasi media edukasi dan branding berbasis website di TK ABA Perumnas Condongcatur. Tujuan utama dari program ini adalah meningkatkan visibilitas lembaga serta efektivitas pembelajaran melalui media digital. Metode yang digunakan mencakup pembuatan website institusi, pelatihan pengelolaan konten digital bagi staf sekolah, serta penerapan media edukasi berbasis Montessori dalam kegiatan belajar-mengajar. Evaluasi dilakukan dengan menganalisis efektivitas website sebagai media branding melalui data trafik serta keterlibatan siswa dalam penggunaan media edukasi interaktif. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah pengunjung website dan efektivitas media edukasi dalam mendukung proses pembelajaran. Program ini menunjukkan bahwa kombinasi strategi branding digital dan inovasi media pembelajaran dapat berkontribusi pada penguatan posisi TK ABA di masyarakat.

## ABSTRACT

### Keywords:

Website  
Branding  
Educational Media  
TK ABA  
PKM

This community service activity focuses on enhancing educational media literacy and website-based branding at TK ABA Perumnas Condongcatur. The primary objective of this program is to improve the institution's visibility and the effectiveness of learning through digital media. The methods used include developing an institutional website, providing digital content management training for school staff, and implementing Montessori-based educational media in the teaching and learning process. Evaluation was conducted by analyzing the website's effectiveness as a branding tool through traffic data and student engagement in using interactive educational media. The results showed a significant increase in website visitors and the effectiveness of educational media in supporting the learning process. This program demonstrates that a combination of digital branding strategies and educational media innovation can contribute to strengthening TK ABA's position in the community.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## I. PENDAHULUAN

Pendidikan anak usia dini merupakan fondasi penting dalam proses pembentukan karakter, pengetahuan, dan keterampilan anak-anak sejak dini (Latief, 2020). Oleh karena itu, pemerintah Indonesia dan Pemerintah Daerah Yogyakarta telah menetapkan berbagai kebijakan dan program untuk memperkuat pendidikan pada tingkat Taman Kanak-Kanak (TK). Salah satu kebijakan nasional yang relevan adalah Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003, yang mengamanatkan penyelenggaraan pendidikan anak usia dini sebagai langkah awal dalam mempersiapkan anak menghadapi jenjang pendidikan lebih lanjut (Depdiknas, 2023).

Namun, dalam praktiknya, banyak lembaga pendidikan anak usia dini yang masih menghadapi tantangan dalam mengimplementasikan inovasi pembelajaran yang menarik dan strategi branding yang efektif. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penerapan metode Montessori dalam proses pembelajaran dapat meningkatkan hasil belajar siswa (Agung Izzulhaq et al., 2022; Kholifah et al., 2023; Sitingjak et al., 2021). Selain itu, branding berbasis digital melalui website terbukti dapat meningkatkan daya saing lembaga pendidikan (Hasan et al., 2024; Fachri et al., 2022). Meskipun berbagai penelitian telah membahas manfaat metode Montessori dan

branding digital secara terpisah, belum banyak kajian yang mengintegrasikan kedua aspek ini dalam konteks pengabdian masyarakat.

Pendidikan berbasis Montessori menekankan pembelajaran yang mandiri, eksploratif, dan berbasis praktik, yang sangat sesuai untuk anak usia dini. Model ini telah banyak diterapkan dalam berbagai studi dan terbukti meningkatkan motivasi serta kreativitas anak (Cahnia & Zulfahmi, 2024). Namun, di banyak lembaga PAUD, penerapan metode ini masih terbatas, terutama karena kurangnya sumber daya dan pengetahuan tentang metode ini di kalangan tenaga pendidik. Oleh karena itu, perlu adanya inisiatif untuk memperkenalkan dan mengimplementasikan metode Montessori secara lebih luas di lingkungan pendidikan anak usia dini.

Selain tantangan dalam inovasi pembelajaran, masalah lain yang dihadapi oleh TK ABA Perumnas Condongcatur adalah kurangnya strategi pemasaran digital yang efektif. Banyak lembaga pendidikan mengalami kesulitan dalam menjangkau calon siswa dan orang tua karena informasi mengenai program pendidikan mereka tidak tersampaikan dengan baik (Setyana Hutami, 2020). Website sebagai platform branding telah menjadi solusi yang banyak diterapkan oleh institusi pendidikan modern untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka (Susanti & Trihantoyo, 2023). Dengan adanya website yang informatif dan mudah diakses, masyarakat dapat lebih mudah mendapatkan informasi tentang keunggulan dan program yang ditawarkan oleh suatu lembaga Pendidikan (Cahyono, 2022).

TK ABA Perumnas Condongcatur merupakan salah satu lembaga pendidikan anak usia dini yang menghadapi tantangan dalam inovasi pembelajaran dan pemasaran digital. Lembaga ini mengalami keterbatasan dalam penggunaan media pembelajaran yang inovatif, yang dapat berdampak pada berkurangnya minat siswa dalam belajar. Anak-anak usia dini membutuhkan materi yang kaya akan variasi dan stimulasi untuk membangkitkan rasa ingin tahu serta antusiasme mereka dalam belajar. Selain itu, TK ABA Perumnas Condongcatur belum memiliki strategi branding yang optimal, sehingga informasi mengenai lembaga sulit dijangkau oleh masyarakat yang berpotensi menjadi calon siswa atau mitra.

Sejalan dengan permasalahan yang telah diidentifikasi, program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk mengintegrasikan literasi media edukasi berbasis Montessori dan strategi branding melalui platform website. Kegiatan ini akan membantu meningkatkan efektivitas pembelajaran di TK ABA melalui media edukasi yang inovatif sekaligus memperkuat citra lembaga di masyarakat.

Dengan adanya program ini diharapkan bahwa TK ABA Perumnas Condongcatur dapat lebih siap menghadapi tantangan di era digital serta meningkatkan daya saingnya sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas. Keberhasilan program ini juga dapat menjadi model bagi lembaga PAUD lainnya yang ingin mengadopsi strategi serupa dalam meningkatkan mutu pendidikan dan branding institusi mereka.

## II. MASALAH

Mitra kegiatan PKM ini adalah TK ABA Perumnas Condongcatur, yang saat ini memiliki siswa sejumlah 50 anak. Lembaga Pendidikan ini dikelola oleh 15 staf yang terdiri dari penanggung jawab, kepala sekolah, bendahara, guru dan karyawan. Gambaran kondisi TK ABA Perumnas condongcatur diperlihatkan oleh gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Lokasi Mitra PKM

Berdasarkan hasil observasi kami terhadap mitra, yakni TK ABA Perumnas Condongcatur, kami mengidentifikasi beberapa masalah yang dihadapi oleh mitra kami dalam proses belajar mengajar di TK tersebut. Beberapa kendala yang dihadapi oleh TK. ABA Perumnas Catur, serta Solusi yang dapat kami berikan dalam kegiatan pengabdian pada Masyarakat ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Permasalahan Mitra

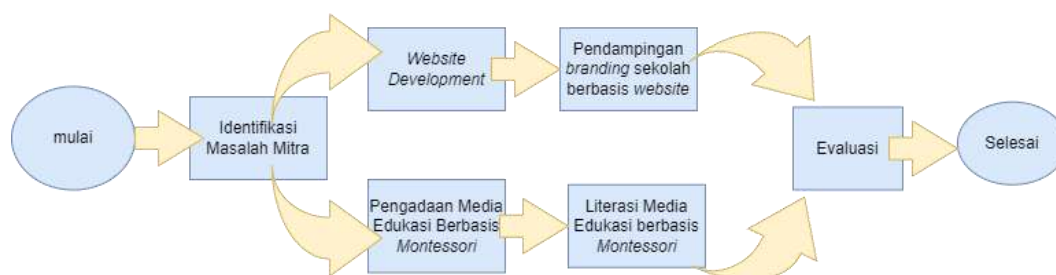
No	Permasalahan	Solusi
1.	Terbatasnya media pembelajaran dan materi pembelajaran yang cenderung sama untuk siswa	Variasi Materi edukasi berbasis montessori
2.	Kurangnya media pemasaran dan <i>branding</i> untuk lembaga	Pembuatan website TK ABA Perumnas Condongcatur sebagai strategi branding

### III. METODE

Metode pelaksanaan PKM literasi media edukasi dan strategi branding berbasis website pada TK ABA Perumnas Condongcatur dimulai dengan tahapan identifikasi masalah mitra. Tahapan ini dilakukan dengan observasi dan diskusi dengan mitra (Budiyono, 2020). Mitra memaparkan situasi dan permasalahan yang sedang dihadapi. Selanjutnya, pengusul melakukan identifikasi terhadap situasi dan permasalahan tersebut, dan menyarankan solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasinya (Susanti & Trihantoyo, 2023). Setelah itu, mitra menyetujui saran dari pengusul untuk selanjutnya dilaksanakan PKM.

Tahap pertama mencakup pengadaan materi berbasis Montessori sebagai materi pembelajaran untuk anak-anak di TK ABA. Model Montessori telah terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi dan kreativitas anak usia dini (Cahnia & Zulfahmi, 2024). Selanjutnya, dilakukan pengadaan website lembaga TK ABA sebagai media promosi dan branding lembaga. Pembuatan website ini mengacu pada studi sebelumnya yang menekankan pentingnya branding digital dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan (Hasan, 2024).

Tahapan terakhir dari kegiatan PKM ini adalah menghasilkan luaran yang mencakup penulisan jurnal publikasi sebagai bentuk dokumentasi dan evaluasi dari program PKM ini dan melakukan penyusunan laporan akhir yang berisi rangkuman dari seluruh kegiatan PKM, hasil yang dicapai, serta evaluasi dan saran untuk program serupa di masa depan. Semua luaran ini akan memperluas jangkauan dan dampak dari kegiatan PKM ini, serta dapat dijadikan sebagai bukti konkret bagi para peserta dan institusi terkait (Daud Surahman & Pesantren Abdul Chalim, 2023). Adapun tahapan yang digunakan ditampilkan pada gambar 2.



Gambar 2. Tahapan Kegiatan PKM

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap awal persiapan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah pembuatan sebuah *website* dengan alamat domain <http://www.tkabapcc.sch.id>. Pembuatan *website* ini merupakan langkah strategis untuk meningkatkan visibilitas dan citra lembaga di dunia *digital*. Proses dimulai dengan perencanaan struktur *website* yang *user-friendly* dan informatif, mencakup informasi penting seperti profil sekolah, program, berita dan galeri, serta kontak. Pemilihan domain **tkabapcc.sch.id** sendiri dilakukan untuk memberikan kesan profesional dan terpercaya, serta mempermudah akses masyarakat terhadap informasi terkait TK ABA Perumnas Condongcatur. Setelah pembuatan, *website* tersebut diuji coba untuk memastikan fungsionalitasnya berjalan dengan baik, termasuk fitur-fitur interaktif yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. *Website* ini diharapkan menjadi *platform* utama bagi sekolah dalam membangun

*branding* yang kuat dan meningkatkan jangkauan komunikasi dengan masyarakat, terutama para orang tua calon siswa dan mitra sekolah. Adapun tampilan *website* yang dibuat seperti pada gambar 3.



Gambar 3. Antarmuka *Website* TK ABA Perumnas Condongcatur

Pengadaan media edukasi dalam bentuk *worksheet* yang dirancang sesuai dengan prinsip-prinsip metode *Montessori*. Metode *Montessori* dipilih karena fokusnya pada pembelajaran yang mandiri, kreatif, dan interaktif, yang sangat cocok untuk mengembangkan keterampilan kognitif dan motorik anak-anak usia dini. *Worksheet* ini disusun dengan tujuan untuk memberikan pengalaman belajar yang lebih beragam dan menyenangkan bagi siswa TK ABA Perumnas Condongcatur. Setiap *worksheet* dirancang agar anak-anak dapat belajar melalui aktivitas praktis yang melibatkan eksplorasi dan penemuan mandiri, sesuai dengan pendekatan *Montessori* yang menekankan pada pengembangan kemampuan berpikir kritis dan kreativitas. Pengadaan *worksheet* ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas pembelajaran di kelas, tetapi juga untuk mendukung keterlibatan orang tua dalam proses pendidikan anak di rumah. *Worksheet* ini dirancang dengan berbagai tingkat kesulitan yang disesuaikan dengan perkembangan anak, memungkinkan guru untuk menilai kemajuan siswa secara lebih efektif. Penerapan metode *Montessori* melalui media edukasi ini diharapkan dapat menciptakan lingkungan belajar yang lebih dinamis dan memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan holistik siswa. Contoh salah satu *worksheet* seperti pada gambar 4.



Gambar 4. Media Edukasi berbasis *Montessori*

Setelah *website* [tkabapcc.sch.id](http://tkabapcc.sch.id) berhasil dibuat tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilanjutkan dengan memberikan pelatihan operasional *website* kepada mitra, yaitu staf dan pengelola TK ABA Perumnas Condongcatur. Pelatihan dirancang untuk memastikan bahwa mitra memiliki kemampuan yang memadai dalam mengelola dan memperbarui konten *website* secara mandiri. Materi pelatihan meliputi pengenalan dasar tentang cara mengakses dan mengoperasikan *dashboard website*, cara mengunggah dan



memperbarui informasi seperti berita sekolah, jadwal kegiatan, galeri foto, serta pengelolaan fitur pendaftaran *online*. Selain itu, pelatihan juga mencakup aspek keamanan, seperti bagaimana melindungi *website* dari potensi ancaman siber dan menjaga data pengguna dengan baik. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan mitra dapat secara aktif mengelola *website* sebagai sarana komunikasi dan promosi yang efektif, meningkatkan interaksi dengan orang tua, calon siswa, serta masyarakat luas. Kegiatan tersebut disajikan pada gambar 5.



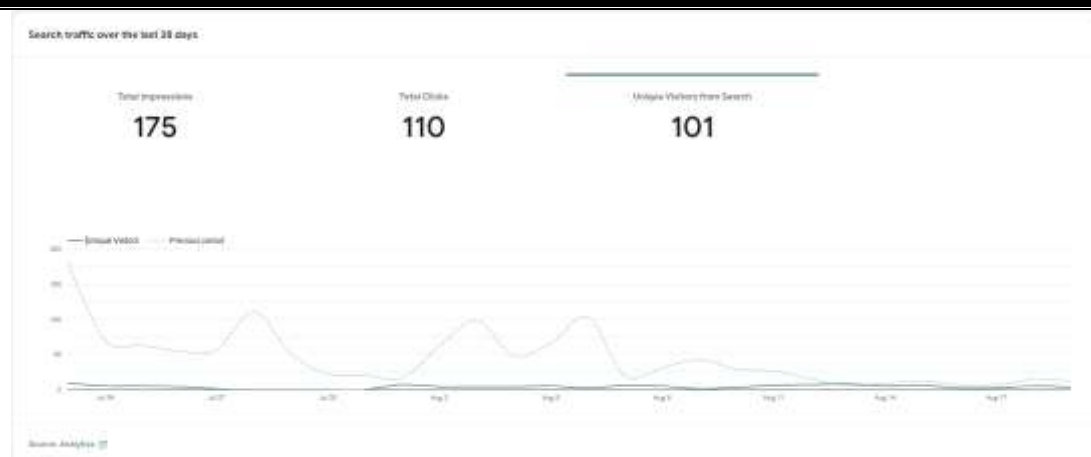
Gambar 5. Kegiatan Pendampingan Branding Sekolah Berbasis *Website*

Tahap terakhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah melibatkan siswa TK ABA Perumnas Condongcatur secara aktif dalam kegiatan pembelajaran dengan memanfaatkan *worksheet* yang telah disusun berdasarkan metode *Montessori*. Dalam tahap ini, siswa diajak untuk menggunakan *worksheet* sebagai alat bantu belajar yang interaktif dan menarik. Guru membimbing siswa dalam mengerjakan tugas-tugas di *worksheet*, yang dirancang untuk merangsang rasa ingin tahu dan kreativitas mereka melalui aktivitas-aktivitas praktis. Siswa diberikan kesempatan untuk belajar dengan ritme mereka sendiri, sesuai dengan prinsip *Montessori* yang mendorong pembelajaran yang mandiri dan berpusat pada anak seperti pada gambar 6.



Gambar 6. Kegiatan Belajar Berbasis *Montessori*

Kami melakukan evaluasi terhadap kegiatan PKM kami dengan mengamati *traffict* atau kunjungan *website* TK ABA Perumnas Condongcatur pada gambar 7. Setelah kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan, terlihat bahwa selama 28 hari terakhir, *website* telah memperoleh 175 total impresi, 110 total klik, dan 101 pengunjung unik dari pencarian. Data ini menunjukkan bahwa *website* telah mulai berfungsi sebagai media *branding* yang efektif, menarik perhatian dan minat masyarakat terhadap Lembaga. Jumlah kunjungan yang masih berfluktuasi menunjukkan bahwa meskipun *website* ini telah berhasil meningkatkan visibilitas, ada peluang untuk lebih mengoptimalkan perannya sebagai alat *branding*. Untuk memperkuat *branding*, pengelola *website* perlu terus memperbarui dan mengoptimalkan konten yang relevan dan menarik, serta meningkatkan strategi pemasaran *digital* agar informasi tentang TK ABA Perumnas Condongcatur dapat lebih luas dikenal dan menjangkau target *audiens* yang lebih besar (Cahyono, 2024).



Gambar 7. Evaluasi *Branding* Berbasis *Website*

## V. KESIMPULAN

Pengembangan literasi media edukasi dan strategi branding berbasis website di TK ABA Perumnas Condongcatur telah meningkatkan visibilitas lembaga serta efektivitas pembelajaran. Data menunjukkan bahwa jumlah pengunjung website meningkat setelah implementasi program, sementara keterlibatan guru dan siswa dalam penggunaan worksheet berbasis Montessori berdampak positif terhadap proses pembelajaran. Selain itu, pelatihan pengelolaan website telah memperkuat kapasitas staf dalam mengelola komunikasi digital secara mandiri. Meskipun demikian, masih diperlukan optimalisasi dalam strategi pemasaran digital agar jangkauan audiens lebih luas dan website dapat berfungsi secara maksimal sebagai alat branding. Kombinasi strategi digital branding dan inovasi pembelajaran berbasis Montessori dapat secara signifikan mendukung peningkatan kualitas pendidikan dan daya saing lembaga pendidikan anak usia dini di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Izzulhaq, H., Rahman Rahim, A., & Khaltsum, U. (2022). PENGARUH MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS METODE MONTESSORI TERHADAP KEMAMPUAN MEMBACA DAN MENULIS SISWA KELAS I UPT SPF MINASA UPA KOTA MAKASSAR. *Nusantara Hasana Journal*, 2(3), Page.
- Anggraeni, K. N., Lestari, E. A., & Mutiara Insani, S. (2024). POP UP PINK STORY BOOKLET : PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN KETERAMPILAN MEMBACA BERBASIS MONTESSORI UNTUK SISWA DI KELAS 1 SEKOLAH DASAR. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(1), 4457–4467.
- Asiyani, G., Kholik Afandi, N., Asiah, S. N., Sarjana, P., Islam, P., Dini, A. U., Sultan, U., Idris, A. M., Abdul, J. K., No, H., & 03, S. (2023). PERENCANAAN KOMUNIKASI KEMITRAAN UNTUK Mendukung PELAKSANAAN AWAL PENGEMBANGAN ANAK USIA DINI HOLISTIK INTEGRATIF. *Jurnal AUDHI*, 6(1), 37–46. <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/AUDHI37>
- Budiyono, B. (2020). Inovasi Pemanfaatan Teknologi Sebagai Media Pembelajaran di Era Revolusi 4.0. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran*, 6(2), 300. <https://doi.org/10.33394/jk.v6i2.2475>
- Cahnia, Y., & Zulfahmi, M. N. (2024). ANALISIS MODEL PEMBELAJARAN MONTESSORI DALAM MEMBENTUK KARAKTER DAN KEMANDIRIAN ANAK TK. *Jurnal Riset Dan Inovasi Pembelajaran*, 4(1), 508.
- Cahyono, N. (2022). Pendampingan Optimalisasi Digital Marketing Memanfaatkan Social Media. *Jurnal Ilmiah Pengabdian dan Inovasi*, 1(2), 315-322.
- Cahyono, N. (2024). Peningkatan Digital Marketing dengan Memanfaatkan SEO dan Google Ads. *RESPINARIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 27-32.
- Daud Surahman, D., & Pesantren Abdul Chalim, I. K. (2023). Strategi Branding Teknologi Digital dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di Madrasah Tsanawiyah Pesantren Al Amin Mojokerto Rezki Nurma Fitria. *Jurnal Bintang Pendidikan Dan Bahasa*, 1(4), 2962–8687. <https://doi.org/10.59024/bhinneka.v1i4.374>
- Fachri, Moh., Rozi, F., & Tamimullah, T. (2022). Branding Image melalui Penerapan Pendidikan Inklusif dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah. *PALAPA*, 10(2), 316–334. <https://doi.org/10.36088/palapa.v10i2.2202>
- Hasan, A. M., Maunah, B., Tarbiyah, F., Keguruan, I., Sayyid, U., & Tulungagung, A. R. (2024). STRATEGI LEMBAGA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN SCHOOL BRANDING. *Pendas: Jurnal Pendidikan Dasar*, 2(1), 101–105. <https://ejurnal.mmnesia.id/index.php/PENDAS>

- 
- Kholifah, S., Arya Wardana, L., & Hattarina, S. (2023). Penerapan Media Pembelajaran 2 Dimensi Berbasis Montessori Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Mata Pelajaran IPA Kelas 3 Di SDN Kalisalam 1 Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Teknologi*, 02(01), 161–166. <http://jurnal.minartis.com/index.php/jpst/>
- Latief, S. (2020). PENDIDIKAN ANAK USIA DINI(PAUD) SEBAGAI PONDASI PEMBENTUKANKARAKTERDALAM ERA REVOLUSI 4.0DAN SOCIETY 5.0: TEKNIKDAN KEBERLANJUTAN PENDIDIKAN KARAKTER. *JURNAL LITERASIOLOGI*, 3(2), 45–59.
- Setyana Hutami, M. (2020). IMPLEMENTASI STRATEGI BRANDING PAUD DALAM MENINGKATKAN IMAGE SEKOLAH. *Jurnal Pelita PAUD*, 4(2), 242–246. <https://doi.org/10.33222/pelitapaud.v4i1.780>
- Sitinjak, B. M. T., Anzelina, D., Mahulae, S., & Silaban, P. J. (2021). Peningkatan Hasil Belajar Siswa dengan Menggunakan Metode Montessori pada Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 3566–3578. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1008>
- Susanti, S. W., & Trihantoyo, S. (2023). PENGEMBANGAN DIGITALISASI SEKOLAH MELALUI WEBSITE UNTUK MEMBANGUN BRANDING SDN JAMBANGAN I/413 SURABAYA. *Journal Edu Learning*, 2(1), 116–125. <http://sdnjambangan1sby.mysch.id/>
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2003 TENTANG SISTEM PENDIDIKAN NASIONAL (2023).
- Yolanda Putri, A., & Dewi, S. (2020). STIMULASI KEMAMPUAN MENGENAL KONSEP BILANGAN ANAK USIA DINI MELALUI PERMAINAN MATEMATIKA MONTESSORI. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(1), 488–498.