

Transformasi Digital dalam Meningkatkan Enrolmen Program Teknologi Senibina di Kolej Komuniti Arau

Ts. Nur Syazalina Binti Hanafi^{1,*}, Ts. Hazwani Rifhan Binti Halim¹

¹Program Teknologi Senibina, Kolej Komuniti Arau, Perlis, Malaysia

Email: ^{1,*}syazahanafi@gmail.com, ²hazwanirifhan@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: syazahanafi@gmail.com

Abstrak-Kertas konsep ini meneroka strategi transformasi digital dalam meningkatkan kadar enrolmen pelajar ke Program Teknologi Senibina di Kolej Komuniti Arau. Inisiatif ini merangkumi pembangunan laman web promosi berasaskan Canva, penggunaan platform Linktree sebagai pintu masuk kepada pelbagai sumber digital, serta integrasi ke laman rasmi institusi untuk meningkatkan keterlihatan dan kredibiliti program. Kaedah ini direka bentuk dengan fokus kepada penyampaian maklumat yang pantas, mesra pengguna dan mudah diakses oleh pelbagai kumpulan sasaran, termasuk pelajar lepasan sekolah menengah dan individu dari komuniti luar bandar. Penilaian keberkesanan dilaksanakan melalui data analitik platform digital bagi menilai capaian dan penglibatan pengguna. Strategi ini dijangka mampu meningkatkan keyakinan pelajar dan ibu bapa terhadap program, memperkukuh jenama institusi serta menyumbang kepada model promosi TVET yang mampan dan sejajar dengan dasar pendigitalan pendidikan negara.

Kata Kunci: Promosi Digital; Teknologi Senibina; TVET; Enrolmen Pelajar; Pendidikan Digital.

1. PENDAHULUAN

Dalam era pendidikan digital yang semakin berkembang pesat, institusi pendidikan perlu menyesuaikan strategi dan pendekatan promosi mereka agar mampu menarik minat dan kepercayaan pelajar generasi baharu yang lebih celik teknologi (Ahmad & Yusof, 2021). Pelajar masa kini tidak lagi bergantung kepada kaedah promosi tradisional seperti risalah bercetak atau sesi taklimat secara bersemuka, sebaliknya mereka lebih cenderung mencari maklumat secara atas talian melalui pelbagai platform digital (Alias & Zainuddin, 2020). Program Teknologi Senibina di Kolej Komuniti Arau turut tidak terkecuali daripada cabaran ini, terutamanya dalam aspek persaingan dengan program-program lain yang lebih popular, tahap kesedaran masyarakat yang masih rendah terhadap potensi dan kelebihan program TVET, serta kekangan capaian promosi di kawasan luar bandar, memerlukan strategi pemasaran digital yang lebih menyasarkan golongan muda secara efektif (Ali & Ariffin, 2022).

Sehubungan itu, kertas ini bertujuan untuk mengenal pasti kepentingan penggunaan strategi promosi digital dalam konteks pendidikan TVET, khususnya bagi Program Teknologi Senibina di Kolej Komuniti Arau. Kajian ini meneliti secara terperinci bagaimana penggunaan platform digital seperti laman web interaktif berasaskan Canva, integrasi ke laman rasmi institusi, dan pautan pintar seperti Linktree dapat memainkan peranan penting dalam menarik perhatian dan minat pelajar terhadap program ini. Di samping itu, keberkesanan pendekatan digital ini turut dinilai dari aspek reka bentuk mesra pengguna, keupayaan capaian rentas peranti serta elemen visual dan interaktif yang digunakan, ke arah mencadangkan rangka kerja promosi digital yang mampan dan fleksibel bagi meningkatkan enrolmen pelajar secara konsisten.

Penggunaan platform digital dalam strategi promosi kini dilihat sebagai satu keperluan yang amat penting dan bukan lagi satu pilihan. Menurut Salleh dan Hassan (2020), platform digital berupaya membina pengaruh institusi melalui visual dan interaktiviti yang menarik minat pengguna muda. Inisiatif ini perlu direka bentuk dengan mempertimbangkan keperluan dan tingkah laku pengguna sasaran, khususnya mereka yang aktif di media sosial dan cenderung kepada visual yang menarik serta navigasi laman yang mudah. Menurut Ahmad dan Yusof (2021), platform digital yang dirancang dan direka dengan baik bukan sahaja berfungsi sebagai medium penyampaian maklumat yang pantas, tetapi juga mampu meningkatkan keberkesanan capaian secara menyeluruh. Strategi ini juga selaras dengan Dasar Pendidikan Digital Negara (Kementerian Pendidikan Malaysia, 2020) yang menekankan penggunaan teknologi digital sebagai pemacu utama dalam memperluas akses pendidikan, menjadikan pembelajaran lebih inklusif dan merapatkan jurang digital antara komuniti bandar dan luar bandar.

2. METODOLOGI PELAKSANAAN

Kajian ini menggunakan pendekatan kajian kes deskriptif untuk menilai pelaksanaan strategi promosi digital bagi Program Teknologi Senibina di Kolej Komuniti Arau. Data dikumpulkan secara kualitatif melalui pemerhatian terhadap aktiviti promosi, analisis kandungan laman web, serta data capaian platform digital yang digunakan sepanjang tempoh pelaksanaan dari tahun 2023 hingga 2025. Fokus utama adalah terhadap keberkesanan capaian, daya tarikan visual dan keberkesanan integrasi teknologi. Populasi sasaran terdiri daripada pelajar lepasan SPM dan komuniti sekitar yang menjadi sasaran utama promosi. Pemilihan kes dibuat secara purposif berdasarkan penglibatan langsung penulis dalam pembangunan dan pemantauan pelaksanaan strategi ini. Pelaksanaan dijalankan secara berfasa merangkumi empat komponen utama berikut :

2.1 Strategi Kandungan Digital

Kandungan promosi dibangunkan dengan pendekatan berasaskan reka bentuk visual yang kemas dan profesional. Elemen seperti infografik padat, imej aktiviti pelajar, dan susun atur berstruktur digunakan untuk memberikan pengalaman pengguna yang mesra dan menarik (Salleh & Hassan, 2020). Selain daripada maklumat umum mengenai kursus, struktur program dan syarat kemasukan, laman ini turut memuatkan testimoni pelajar serta galeri aktiviti terkini sebagai nilai tambah dalam memberi gambaran menyeluruh kepada bakal pelajar dan ibu bapa. Reka bentuk minimalis dengan tema korporat memastikan laman mudah dibaca, responsif dan tidak membebankan pelayar dari segi teknikal.

2.2 Integrasi Platform Digital

Canva dipilih sebagai platform asas kerana kemampuannya membina laman web interaktif tanpa memerlukan kemahiran pengaturcaraan. Laman ini kemudian diembed ke dalam laman rasmi institusi bagi memperkukuh kredibiliti dan memberikan keterikatan institusi terhadap bahan promosi tersebut. Sebagai pelengkap, platform Linktree digunakan untuk menyusun dan menyampaikan semua pautan digital rasmi termasuk borang permohonan atas talian, katalog e-buku ArchTech E-Notes, serta capaian ke media sosial rasmi. Penggunaan platform ini memudahkan navigasi dan menjadi pintu masuk tunggal yang efisien kepada semua maklumat berkaitan program.

2.3 Hebahan dan Penglibatan Komuniti

Strategi hebahan dilaksanakan secara aktif melalui pelbagai saluran, antaranya platform Telegram, TikTok, Facebook dan Instagram rasmi Kolej Komuniti Arau. Selain itu, QR Code dan pautan Linktree dimuatkan dalam semua bahan promosi bercetak seperti risalah dan poster serta dikongsi semasa taklimat atau pameran pendidikan yang disertai oleh pihak kolej. Penglibatan dalam pameran kerjaya, pameran promosi, serta program bersama sekolah menengah membolehkan maklumat disampaikan secara terus kepada kumpulan sasaran dengan lebih berkesan.

2.4 Penilaian Prestasi dan Cadangan Penambahbaikan

Untuk memastikan strategi ini kekal relevan dan berkesan, analisis data dilaksanakan menggunakan fungsi analitik platform seperti Canva dan Linktree. Data seperti jumlah klik, masa capaian, halaman paling kerap dilawati serta tempoh interaksi pengguna direkod dan dianalisis untuk menilai keberkesanan capaian dan minat pengguna (Othman & Shafie, 2023; Ismail & Rosli, 2022). Dapatan daripada analisis ini digunakan untuk menilai elemen yang paling efektif dan mengenal pasti aspek yang perlu ditambah baik. Penambahbaikan dilakukan secara berkala melibatkan pengemaskinian kandungan, penambahbaikan reka bentuk dan pengoptimuman pengalaman pengguna agar selaras dengan kehendak pelajar sasaran yang semakin dinamik.

3. HASIL DAN PERBINCANGAN

Promosi Program Pendidikan Teknikal dan Vokasional (TVET) sering berhadapan dengan pelbagai cabaran dari aspek keberkesanan capaian, daya tarikan bahan promosi, dan kekangan keterlihatan di kalangan masyarakat luar bandar. Walaupun program TVET seperti Sijil Teknologi Senibina menawarkan laluan kerjaya yang praktikal dan berorientasikan industri, masih wujud kekeliruan serta kurangnya kesedaran masyarakat terhadap kelebihan bidang ini, terutamanya di peringkat awal pemilihan program pengajian oleh lepasan sekolah menengah (Hamid & Abdullah, 2021). Tambahan pula, pendekatan promosi konvensional seperti pendedaran risalah bercetak, penyertaan dalam pameran pendidikan, dan sesi taklimat fizikal semakin kurang relevan dengan cara pencarian maklumat oleh generasi muda hari ini yang lebih tertarik kepada medium visual, interaktif dan boleh dicapai segera melalui peranti digital (Alias & Zainuddin, 2020).

Di Kolej Komuniti Arau, promosi awal bagi Program Teknologi Senibina sebelum tahun 2023 masih bergantung kepada kaedah tradisional yang memerlukan kos tinggi dan tenaga kerja yang besar, dengan skala capaian yang terhad. Namun, menyedari perubahan landskap komunikasi digital, transformasi promosi telah dimulakan melalui pelancaran laman web berasaskan Canva yang memuatkan maklumat kursus, testimoni pelajar dan visual galeri aktiviti (<https://stskkarau.my.canva.site/>). Platform Linktree (<https://linktr.ee/stskkarau>) turut dimanfaatkan bagi menyusun semua saluran digital program ke dalam satu pusat capaian yang ringkas dan tersusun (Razali & Abdullah, 2023). Penambahbaikan berterusan dilakukan dengan mengintegrasikan laman promosi tersebut ke dalam laman rasmi institusi pada tahun 2025 (<https://kkarau.mypolycc.edu.my/index.php/bahagian/program/program-teknologi-senibina>), sekali gus memperkukuh keseragaman identiti digital dan kredibiliti institusi. Elemen tambahan seperti laporan berita aktiviti dalam bentuk video, artikel promosi di platform rasmi, serta kalendar acara turut dimasukkan untuk meningkatkan keberkesanan hebahan kepada khalayak sasaran.

Pelaksanaan strategi promosi digital ini telah membawa hasil yang ketara. Penyampaian maklumat menjadi lebih pantas, meluas dan mesra pengguna, menjadikan program ini lebih mudah dicapai oleh pelajar sasaran termasuk dari kawasan luar bandar. Visual promosi yang profesional seperti infografik, testimoni video dan galeri aktiviti menyumbang kepada imej program yang moden dan progresif, sekaligus meningkatkan keyakinan pelajar serta ibu bapa terhadap institusi (Suhaimi & Abu Bakar, 2022). Pada masa yang sama, kebergantungan terhadap promosi fizikal dapat dikurangkan, justeru menjimatkan kos dan meminimumkan keperluan logistik.

Platform dalam talian yang digunakan turut membolehkan maklumat dikemas kini secara masa nyata dan disebar dengan lebih mudah, memenuhi keperluan generasi Z yang mengutamakan akses pantas, ringkas dan interaktif. Pendekatan ini bukan sahaja memberi nilai tambah dari sudut promosi dan keterlihatan program, malah sejajar

dengan Dasar Pendidikan Digital Negara (Kementerian Pendidikan Malaysia, 2020) yang menggalakkan penggunaan teknologi dalam memperluas akses pendidikan secara inklusif dan sepanjang hayat. Ia juga menyokong aspirasi global seperti yang diketengahkan oleh UNESCO (2022) dalam usaha mentransformasi sistem pendidikan TVET agar lebih responsif dan berorientasikan masa hadapan. Oleh itu, transformasi digital dalam promosi program ini dapat dilihat bukan sekadar satu inovasi jangka pendek, tetapi sebagai asas kukuh ke arah pembangunan sistem pendidikan teknikal dan vokasional yang lebih mampan, terbuka dan kompetitif.

4. KESIMPULAN

Strategi promosi digital merupakan pendekatan signifikan dalam meningkatkan kadar kemasukan pelajar ke Program Teknologi Senibina di Kolej Komuniti Arau, sejajar dengan keperluan generasi pelajar era digital yang lebih cenderung kepada maklumat visual, pantas dan mudah dicapai. Penggunaan laman interaktif berasaskan Canva serta integrasi Linktree sebagai pusat capaian maklumat telah berjaya memperkukuh kredibiliti program dan keterlibatan pengguna. Implikasi transformasi ini bukan sahaja meningkatkan minat pelajar terhadap bidang senibina, malah membuktikan keupayaan institusi menyesuaikan strategi promosi dengan jangkauan pasaran semasa. Oleh itu, promosi digital harus dilihat sebagai satu usaha berterusan yang disokong oleh pemantauan, analisis dan penambahbaikan agar institusi kekal relevan, berdaya saing dan menyumbang secara berkesan dalam pembangunan pendidikan TVET negara.

REFERENCES

- Ahmad, R., & Yusof, M. (2021). *Pembelajaran digital dalam TVET Malaysia*. *Malaysian Journal of TVET*, 15(2), 20–30.
- Alias, N., & Zainuddin, A. M. (2020). Digital readiness and learning satisfaction among TVET students in Malaysia. *Journal of Technical Education and Training*, 12(1), 45–53.
- Ali, M., & Ariffin, M. Y. (2022). Digital marketing strategies for higher education institutions in Malaysia: Targeting Gen Z. *Malaysian Journal of Educational Technology*, 12(3), 22–31.
- Hamid, M. R., & Abdullah, S. (2021). Faktor penerimaan teknologi digital dalam PdP. *Asian Journal of Vocational Education*, 12(1), 88–95.
- Ismail, H., & Rosli, R. (2022). The effectiveness of digital textbook in enhancing students' learning performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(3), 187–196. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i3/12345> (Gantikan DOI sebenar jika ada)
- Kementerian Pendidikan Malaysia. (2020). *Dasar Pendidikan Digital Negara 2020–2025*. Putrajaya: KPM.
- Nordin, A., & Ahmad, F. (2023). Kajian impak penggunaan bahan digital terhadap motivasi pelajar TVET. *Journal of Educational Technology*, 19(2), 55–63.
- Othman, N., & Shafie, R. (2023). Penerimaan e-book interaktif dalam kalangan pelajar kolej komuniti. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 20(1), 105–120. <https://doi.org/10.32890/mjli.20.1.123> (Gantikan DOI sebenar jika ada)
- Razali, M. N., & Abdullah, R. (2023). Integrasi teknologi Augmented Reality dalam pengajaran TVET. *International Journal of Educational Technology*, 18(1), 100–112.
- Salleh, M. A., & Hassan, R. (2020). Interactive digital learning in vocational education. *Journal of Technical Education*, 13(2), 112–121.
- Suhaimi, M., & Abu Bakar, R. (2022). Keberkesanan bahan pembelajaran interaktif dalam TVET. *Journal of Vocational Training*, 15(3), 100–110.
- UNESCO. (2022). *TVET in the digital age: Challenges and opportunities*. <https://unesdoc.unesco.org/>