

Peningkatan Kompetensi Pembuatan Konten Visual sebagai Upaya Penguatan Promosi Sekolah di SMKN 1 Jombang

Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita¹, Nara Garini Ayuningrum², Hajidah Fildzahun Nadhilah
Kusnadi³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

¹citraparamita@untag-sby.ac.id

Abstrak

Media sosial telah menjadi salah satu sarana penting dalam mendukung promosi sekolah di era digital. Dalam konteks tersebut, kemampuan memproduksi konten visual yang menarik dan komunikatif menjadi kebutuhan yang semakin relevan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi siswa dalam pembuatan konten visual berupa foto dan video sebagai upaya penguatan promosi sekolah di SMKN 1 Jombang. Kegiatan dilaksanakan dengan metode partisipatif dan praktik langsung melalui tahapan koordinasi, penyampaian materi, demonstrasi, praktik, pendampingan, dan evaluasi. Pelatihan difokuskan pada penguatan pemahaman peserta mengenai strategi promosi sekolah berbasis media sosial, teknik dasar fotografi dan videografi, komposisi visual, penyusunan pesan promosi, serta editing sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap fungsi konten visual sebagai media promosi sekolah serta peningkatan keterampilan dalam memproduksi konten yang lebih terarah, kreatif, dan sesuai dengan karakter media sosial. Selain meningkatkan kompetensi peserta, kegiatan ini juga menghasilkan luaran berupa konten visual yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung publikasi sekolah. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan konten visual dapat menjadi salah satu bentuk pengabdian yang efektif dalam mendukung promosi sekolah sekaligus mengembangkan keterampilan digital siswa.

Kata kunci: promosi sekolah, konten visual, media sosial, pelatihan, pengabdian masyarakat

Abstract

Social media has become a vital tool for supporting school promotion in the digital age. In this context, the ability to produce engaging and communicative visual content has become an increasingly relevant skill. This community service activity aims to enhance students' competencies in creating visual content – specifically photos and videos – as part of an effort to strengthen school promotion at SMKN 1 Jombang. The activity was conducted using participatory methods and hands-on practice through the stages of coordination, material delivery, demonstration, practice, mentoring, and evaluation. The training focused on strengthening participants' understanding of social media-based school promotion strategies, basic photography and videography techniques, visual composition, crafting promotional messages, and simple editing. The results of the activity showed an increase in participants' understanding of the function of visual content as a medium for school promotion, as well as an improvement in their skills in producing content that is more targeted, creative, and suited to the nature of social media. In addition to enhancing participants' competencies, this activity also produced visual content that can be utilized to support the school's publications. Therefore, visual content creation training can serve as an effective form of community service in supporting school promotion while simultaneously developing students' digital skills.

Keywords: school promotion, visual content, social media, training, community service

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara lembaga pendidikan berkomunikasi, membangun citra, dan menjangkau publik. Teknologi tidak lagi hanya dipahami sebagai alat bantu pembelajaran, tetapi juga sebagai sarana pengelolaan informasi, penguatan keterampilan, dan pembentukan konteks sosial-budaya dalam dunia pendidikan (UNESCO, 2023). Dalam kerangka yang lebih luas, UNESCO juga menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi pendidikan perlu diarahkan pada penguatan agensi manusia, berpikir kritis, dan praktik komunikasi digital yang etis, sehingga sekolah perlu beradaptasi tidak hanya pada sisi teknis, tetapi juga pada strategi komunikasi kelebagaannya (UNESCO, 2026).

Dalam konteks tersebut, media sosial menjadi kanal yang semakin penting bagi institusi pendidikan untuk menjalankan komunikasi publik dan promosi kelembagaan. Kajian Capriotti dan Zeler (2023) menunjukkan bahwa komunikasi institusional di media sosial bertumpu pada tiga dimensi utama, yaitu intensitas publikasi, interaktivitas, dan kombinasi konten. Kehadiran yang aktif di media sosial meningkatkan visibilitas digital, memperluas jangkauan informasi, dan membuka peluang dialog dengan para pemangku kepentingan. Sejalan dengan itu, Eriani et al. (2025) menegaskan bahwa media sosial telah menjadi medium kunci bagi sekolah untuk membangun dan mengelola citra positif di mata publik dan stakeholder pendidikan.

Bagi lembaga pendidikan, promosi sekolah pada era digital tidak lagi cukup mengandalkan media konvensional seperti brosur, spanduk, atau informasi lisan semata. Strategi promosi kini menuntut kehadiran konten digital yang informatif, menarik, dan relevan dengan karakter audiens, khususnya generasi muda yang sangat dekat dengan media visual. Penelitian Zhafran (2024) pada SMK di Sidoarjo menunjukkan bahwa konten digital, terutama materi visual dan testimoni, dinilai penting oleh responden untuk meningkatkan pemahaman dan minat terhadap sekolah. Temuan ini memperlihatkan bahwa kualitas konten promosi memiliki kontribusi nyata terhadap ketertarikan calon peserta didik dan persepsi publik terhadap institusi pendidikan.

Di antara berbagai bentuk pesan digital, konten visual berupa foto dan video memiliki posisi yang sangat strategis. Kusuma et al. (2024) menunjukkan bahwa modalitas visual pada Instagram dapat mendorong interaksi sosial, memperkuat dinamika engagement, dan membangun keterikatan emosional antara audiens dan identitas yang ditampilkan. Dalam konteks promosi sekolah, temuan ini berarti bahwa foto dan video bukan sekadar pelengkap informasi, melainkan perangkat komunikasi yang mampu memperjelas identitas sekolah, memperkuat daya tarik pesan, dan membangun kedekatan psikologis dengan calon siswa maupun orang tua. Oleh sebab itu, kemampuan memproduksi konten visual yang baik menjadi kebutuhan penting dalam praktik promosi sekolah berbasis media sosial.

Namun, efektivitas promosi sekolah melalui media sosial tidak hanya ditentukan oleh keberadaan akun resmi, tetapi juga oleh kemampuan mengelola identitas visual, storytelling, interaksi, dan konsistensi pesan. Eriani et al. (2025) menekankan bahwa strategi branding pendidikan yang efektif di media sosial mencakup identitas visual yang konsisten, konten interaktif, narasi yang kuat, dan keterlibatan komunitas. Capriotti dan Zeler (2023) juga menegaskan bahwa strategi konten yang baik harus memperhatikan hubungan antara frekuensi unggahan, interaktivitas, dan jenis pesan yang dibangun. Dengan demikian, sekolah

membutuhkan sumber daya manusia yang tidak hanya mampu menggunakan media sosial, tetapi juga memahami bagaimana memproduksi konten visual yang komunikatif, estetis, dan selaras dengan tujuan promosi kelembagaan.

Kebutuhan tersebut menjadi semakin relevan pada pendidikan vokasi. Pemerintah Indonesia menekankan bahwa transformasi pendidikan vokasi diarahkan untuk menyiapkan future talent dan future skills yang relevan dengan perkembangan zaman serta kebutuhan dunia kerja (Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2023). Pada saat yang sama, penelitian Jatmoko et al. (2023) menegaskan bahwa literasi digital siswa vokasi perlu dilatih agar mereka mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan informasi. Artinya, penguasaan keterampilan produksi konten visual tidak hanya berguna bagi promosi sekolah, tetapi juga menjadi bagian dari penguatan kompetensi digital siswa yang bernilai praktis dan relevan dengan ekosistem komunikasi kontemporer.

Pada praktiknya, banyak lembaga pendidikan masih menghadapi kendala dalam pengelolaan promosi digital, seperti keterbatasan sumber daya manusia, keterampilan teknis, dan dukungan institusional. Studi Zainul et al. (2026) menunjukkan bahwa meskipun sekolah dapat memanfaatkan situs web dan Instagram sebagai sarana branding, tantangan yang sering muncul adalah keterbatasan SDM, kemampuan teknis, dan lemahnya koordinasi lintas platform. Kondisi ini menunjukkan bahwa penguatan promosi sekolah memerlukan intervensi yang lebih operasional, salah satunya melalui pelatihan yang langsung menasar kemampuan teknis produksi konten. Dengan pelatihan yang tepat, sekolah dapat membangun sistem promosi yang lebih terstruktur, adaptif, dan berkelanjutan.

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, pelatihan pembuatan konten foto dan video merupakan bentuk intervensi yang relevan dan aplikatif. Program pengabdian oleh Junaedi et al. (2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan pelatihan fotografi dan sinematografi pada sekolah kejuruan dapat diarahkan untuk memperkuat branding sekolah melalui media sosial. Sementara itu, Zulfa et al. (2023) memperlihatkan bahwa pelatihan pembuatan dan pengeditan video dapat berfungsi sebagai sarana pengenalan sekaligus pengasahan keterampilan peserta dalam menghadapi tuntutan era digital. Kedua temuan tersebut memperkuat asumsi bahwa pelatihan produksi konten visual dapat menjadi jembatan antara peningkatan kapasitas individu dan kebutuhan promosi kelembagaan.

Berdasarkan kerangka tersebut, kegiatan pengabdian ini diarahkan pada peningkatan kompetensi pembuatan konten visual melalui pelatihan produksi foto dan video bagi siswa di SMKN 1 Jombang. Kegiatan ini diposisikan tidak hanya sebagai pelatihan teknis penggunaan media, tetapi juga sebagai upaya strategis untuk membangun kemampuan siswa dalam menghasilkan konten promosi yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakter media sosial. Dengan meningkatnya kompetensi tersebut, siswa diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkuat promosi sekolah, memperluas jangkauan informasi kelembagaan, dan mendukung pembentukan citra sekolah yang positif di ruang digital (Capriotti & Zeler, 2023; Eriani et al., 2025; Jatmoko et al., 2023).

Secara akademik, artikel pengabdian ini penting karena mempertemukan dua kebutuhan sekaligus, yaitu penguatan kompetensi digital siswa dan pengembangan strategi promosi sekolah berbasis media sosial. Dari sisi praktis, kegiatan ini memberi kontribusi nyata

dalam menyediakan keterampilan produksi konten yang dapat dimanfaatkan secara langsung oleh sekolah. Dari sisi pengembangan kelembagaan, pelatihan ini menjadi langkah awal untuk membangun budaya komunikasi visual yang lebih profesional, partisipatif, dan berkelanjutan di lingkungan sekolah. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya menghasilkan pengalaman belajar bagi peserta, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi sekolah dalam membangun daya saing promosi di era digital (Zhafran, 2024; Zainul et al., 2026).

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMKN 1 Jombang dengan sasaran peserta yaitu siswa yang terlibat atau memiliki minat dalam pengelolaan media sosial dan promosi sekolah. Metode yang digunakan adalah pelatihan partisipatif berbasis praktik dengan menekankan pada peningkatan kompetensi peserta dalam membuat konten visual berupa foto dan video untuk kebutuhan promosi sekolah. Pendekatan partisipatif dipilih agar peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga terlibat langsung dalam proses perencanaan, produksi, dan evaluasi konten.

Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam beberapa tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan praktik, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak sekolah untuk mengidentifikasi kebutuhan, menentukan peserta, menyusun jadwal kegiatan, serta menyiapkan materi pelatihan. Pada tahap ini juga dilakukan pemetaan awal terkait kemampuan peserta dalam memproduksi konten visual, pemanfaatan media sosial sekolah, serta jenis konten yang selama ini digunakan untuk promosi. Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan materi dan strategi pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan sekolah.

Tahap pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui pemberian materi secara langsung yang mencakup pemahaman mengenai pentingnya media sosial sebagai sarana promosi sekolah, karakteristik konten visual yang efektif, dasar-dasar fotografi dan videografi, teknik pengambilan gambar, penyusunan pesan promosi, serta pengenalan editing sederhana menggunakan perangkat yang mudah diakses peserta. Penyampaian materi dilakukan dengan kombinasi metode ceramah, diskusi, demonstrasi, dan studi contoh, sehingga peserta memperoleh pemahaman konseptual sekaligus gambaran praktis mengenai produksi konten yang menarik dan komunikatif.

Setelah pemberian materi, kegiatan dilanjutkan pada tahap praktik dan pendampingan. Pada tahap ini peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil untuk memproduksi konten foto dan video dengan tema promosi sekolah. Peserta didampingi dalam menentukan ide konten, menyusun konsep visual, melakukan pengambilan gambar, hingga menyunting hasil produksi menjadi konten yang siap diunggah pada media sosial sekolah. Pendampingan dilakukan secara intensif agar peserta dapat memahami alur produksi konten secara utuh, mulai dari tahap perencanaan sampai hasil akhir. Melalui praktik langsung ini, peserta diharapkan mampu mengaplikasikan materi yang telah diperoleh dalam bentuk karya nyata yang relevan dengan kebutuhan promosi sekolah.

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur tingkat ketercapaian tujuan pengabdian. Evaluasi dilaksanakan melalui observasi selama pelatihan, penilaian terhadap hasil karya peserta, serta perbandingan pemahaman dan keterampilan peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Aspek yang dinilai meliputi kemampuan menyusun ide konten, kualitas visual foto dan video, kesesuaian pesan promosi, kreativitas penyajian, dan kemampuan dasar editing. Selain itu, respon peserta terhadap kegiatan juga dikumpulkan untuk mengetahui tingkat kebermanfaatan pelatihan dan sebagai bahan perbaikan untuk kegiatan serupa di masa mendatang.

Secara umum, indikator keberhasilan kegiatan ini ditunjukkan oleh meningkatnya pemahaman peserta mengenai fungsi media sosial sebagai sarana promosi sekolah, meningkatnya keterampilan teknis dalam pembuatan konten visual, serta tersusunnya produk konten foto dan video yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung promosi SMKN 1 Jombang. Dengan metode pelaksanaan yang menekankan praktik langsung dan pendampingan, kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberi pengetahuan baru bagi peserta, tetapi juga menghasilkan kemampuan aplikatif yang berkelanjutan bagi sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di SMKN 1 Jombang menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan konten visual mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi peserta dalam memproduksi materi promosi sekolah berbasis media sosial. Hasil observasi selama kegiatan memperlihatkan bahwa peserta mengikuti seluruh rangkaian pelatihan secara aktif, mulai dari penyampaian materi, diskusi, demonstrasi, hingga praktik produksi foto dan video. Keterlibatan aktif tersebut menjadi indikator bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta dan relevan dengan konteks promosi sekolah di era digital. Adapun hasil dokumentasi kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1. Dokumentasi Kegiatan
Sumber : Hasil dokumentasi kegiatan

Pada tahap awal, peserta masih memandang produksi foto dan video sebagai aktivitas dokumentasi yang bersifat umum. Setelah mengikuti pelatihan, terjadi perubahan pemahaman bahwa konten visual merupakan bagian penting dari strategi komunikasi promosi sekolah. Peserta mulai memahami bahwa foto dan video yang dipublikasikan melalui media sosial harus dirancang dengan mempertimbangkan pesan utama, identitas sekolah, daya tarik visual, dan karakteristik audiens. Perubahan pemahaman ini menunjukkan bahwa pelatihan telah berhasil memperkuat aspek literasi digital sekaligus kesadaran peserta terhadap fungsi strategis media sosial.

Dari sisi keterampilan, hasil praktik menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menerapkan teknik dasar fotografi dan videografi. Peserta mampu menentukan objek utama, memilih sudut pengambilan gambar yang lebih tepat, memperhatikan pencahayaan, serta menyesuaikan komposisi visual dengan kebutuhan promosi. Pada tahap penyuntingan, peserta juga mulai mampu menata hasil visual secara lebih menarik melalui penggunaan teks, transisi, pemotongan durasi, dan penyusunan alur konten yang lebih ringkas. Luaran berupa konten foto dan video yang dihasilkan selama kegiatan menunjukkan bahwa peserta telah mampu mengimplementasikan materi pelatihan ke dalam bentuk karya promosi yang lebih terstruktur.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga mengalami proses belajar melalui praktik nyata yang memungkinkan mereka memahami alur produksi konten secara menyeluruh. Metode ini terbukti membantu peserta menghubungkan konsep dengan kebutuhan riil sekolah, khususnya dalam menghasilkan materi promosi yang dapat dimanfaatkan pada media sosial resmi sekolah.

Dalam perspektif kelembagaan, kegiatan ini juga memberikan kontribusi bagi penguatan promosi sekolah. Konten visual yang dihasilkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan publikasi untuk memperkenalkan berbagai potensi sekolah kepada masyarakat, termasuk

kegiatan siswa, fasilitas, dan suasana pembelajaran. Dengan demikian, hasil pengabdian ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas peserta, tetapi juga mendukung kebutuhan sekolah dalam membangun citra positif dan meningkatkan visibilitas institusi di ruang digital.

Namun, pelaksanaan kegiatan masih menghadapi beberapa tantangan, seperti perbedaan kemampuan awal peserta, keterbatasan perangkat, dan waktu praktik yang terbatas. Tantangan tersebut menunjukkan perlunya tindak lanjut berupa pendampingan berkelanjutan agar keterampilan yang telah diperoleh dapat terus dikembangkan. Meski demikian, secara umum kegiatan ini telah menunjukkan bahwa pelatihan konten visual merupakan bentuk pengabdian yang relevan, aplikatif, dan mampu menjawab kebutuhan promosi sekolah di era komunikasi digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMKN 1 Jombang menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan konten visual berupa foto dan video mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi sekolah. Sebelum pelatihan, peserta cenderung memandang foto dan video hanya sebagai dokumentasi kegiatan, namun setelah mengikuti rangkaian materi dan praktik, peserta mulai memahami bahwa konten visual merupakan bagian penting dari strategi komunikasi promosi yang dapat membangun citra positif sekolah, memperkenalkan keunggulan institusi, dan menarik perhatian publik.

Pelatihan ini juga menghasilkan peningkatan kemampuan teknis peserta dalam merancang ide konten, mengambil gambar, menyusun komposisi visual, serta melakukan penyuntingan sederhana agar konten lebih menarik dan komunikatif. Luaran kegiatan berupa konten foto dan video promosi menunjukkan bahwa peserta telah mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh ke dalam karya yang relevan dengan kebutuhan promosi sekolah. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat pada aspek peningkatan kompetensi siswa, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan promosi sekolah berbasis media sosial di SMKN 1 Jombang.

Secara keseluruhan, pengabdian ini menegaskan bahwa pelatihan pembuatan konten visual merupakan bentuk intervensi yang relevan dan efektif untuk mendukung promosi sekolah pada era digital. Melalui penguatan kompetensi siswa dalam produksi konten media sosial, sekolah memperoleh dukungan sumber daya kreatif yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan dalam membangun visibilitas, citra, dan daya saing institusi di tengah perkembangan komunikasi digital yang semakin dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Capriotti, P., & Zeler, I. (2023). *Analysing effective social media communication in higher education institutions. Humanities and Social Sciences Communications*, 10, Article 656. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02187-8>
- Eriani, Y., Khamidi, A., Amalia, K., & Nursalim, M. (2025). *Social media branding strategies that strengthen school image among stakeholders. Academia Open*, 10(1). <https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.10953>
- Jatmoko, D., Suyitno, S., Rasul, M. S., Nurtanto, M., Kholifah, N., Masek, A., & Nur, H. R. (2023). *The factors influencing digital literacy practice in vocational education: A structural equation*

- modeling approach. European Journal of Educational Research*, 12(2), 1109–1121. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.12.2.1109>
- Junaedi, F., Sudiwijaya, E., & Kusuma, A. (2025). *Utilization photo and video in social media for the promotion of Muhammadiyah Minggir Sleman Vocational High School to strengthen branding. Proceeding International Conference of Community Service*, 3(1). <https://doi.org/10.18196/iccs.v3i1.957>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2023, December 11). *Transformasi pendidikan vokasi siapkan talenta masa depan di berbagai bidang*. <https://internal-portal.kemdikbud.go.id/berita/4597-transformasi-pendidikan-vokasi-siapkan-talenta-masa-depan-di>
- Kusuma, A. A., Afiff, A. Z., Gayatri, G., & Hati, S. R. H. (2024). *Is visual content modality a limiting factor for social capital? Examining user engagement within Instagram-based brand communities. Humanities and Social Sciences Communications*, 11, Article 9. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02529-6>
- UNESCO. (2023). *Technology in education: A tool on whose terms? Global Education Monitoring Report*. UNESCO.
- UNESCO. (2026). *AI and technologies in education*. <https://www.unesco.org/en/digital-education>
- Zainul, M., Yulianti, F., Periyadi, P., Dedy, D., Shalahuddin, S., & Rofiq, A. (2026). *Optimizing social media and school websites for promotional branding in Indonesian madrasahs: Achieving competitive advantage in the digital era. Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1). <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v7i1.2170>
- Zhafran, A. (2024). *The effect of digital marketing strategy on increasing interest of new students: A case at vocational high school in Sidoarjo. EDUKASIA Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(2), 537–546. <https://doi.org/10.62775/edukasia.v5i2.1382>
- Zulfa, P. F., Widodo, A. E., Fandhilah, F., & Abror, D. (2023). *Pelatihan membuat dan mengedit video menggunakan aplikasi CapCut pada Pondok Pesantren Modern Dar Al-Faradis. Community Empowerment Journal*, 1(3). <https://doi.org/10.61251/cej.v1i3.26>