
BRANDING SEKOLAH YANG KUAT MELALUI KONTEN MEDIA SOSIAL YANG INFORMATIF DI SMK MANGGALA

Indah Tri Juliani^{*1}, Akbar Ridho Ilahi², Muhammad Rafi Adli³, Aidil Amin Effendy⁴

¹²³⁴Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

*E-mail: trijulianiindah@gmail.com, ridhoakbar54321@gmail.com,
muhammadrafiad@gmail.com, aidil00967@unpam.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul *“Branding Sekolah yang Kuat melalui Konten Media Sosial yang Informatif di SMK Manggala”* bertujuan untuk mendukung penguatan citra dan identitas sekolah melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi di era digital. Permasalahan yang ditemukan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sekolah masih bersifat insidental, kurang terencana, serta belum sepenuhnya mencerminkan keunggulan dan karakteristik institusi pendidikan. Kondisi ini berpotensi menghambat upaya sekolah dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan daya saing. Metode pelaksanaan meliputi penyampaian materi secara interaktif, diskusi kelompok, serta pelatihan praktik pembuatan konten media sosial yang informatif dan relevan dengan identitas sekolah. Kegiatan dilaksanakan di SMK Manggala dengan melibatkan guru serta siswa yang berperan dalam pengelolaan media sosial sekolah. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta mengenai pentingnya *branding* sekolah serta kemampuan dalam menyusun konten media sosial yang lebih terstruktur, konsisten, dan komunikatif. Dengan demikian, kegiatan PKM ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung upaya SMK Manggala membangun *branding* sekolah yang kuat dan adaptif terhadap perkembangan digital.

Kata Kunci: *Branding sekolah, Media sosial, Konten informatif, SMK, Digitalisasi.*

ABSTRACT

This Community Service Program (Pengabdian Kepada Masyarakat/PKM) entitled “Strengthening School Branding through Informative Social Media Content at SMK Manggala” aims to support the development of a strong school identity by optimizing the use of social media as a strategic communication and promotional platform in the digital era. The identified issue indicates that the school’s social media utilization has not been managed optimally, as the content lacks consistency, strategic planning, and alignment with the school’s distinctive characteristics. This condition limits the effectiveness of social media in shaping public perception and enhancing institutional competitiveness. Therefore, this PKM activity was designed to provide both conceptual understanding and practical skills related to digital-based school branding strategies. The implementation methods included interactive lectures, group discussions, and hands-on training on creating informative social media content, covering content planning, visual selection, and effective message delivery. The program was conducted at SMK Manggala and involved

teachers and students who are responsible for managing the school's social media platforms. The results of the activity indicate an improvement in participants' understanding of the importance of school branding, as well as enhanced skills in producing more structured, consistent, and informative social media content. Participants also demonstrated greater awareness of utilizing social media as a tool for disseminating positive information and promoting school excellence. These findings are consistent with the study by Effendy et al. (2025), which emphasizes that human resource development and appropriate digital technology utilization play a crucial role in strengthening the competitiveness of educational institutions. In conclusion, this PKM activity contributes to the establishment of a strong and adaptive school branding strategy at SMK Manggala in response to the challenges of digital transformation.

Keywords: School branding, Social media, Informative content, Vocational school, Digital era.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang pendidikan. Pada era digital saat ini, lembaga pendidikan tidak hanya dituntut untuk meningkatkan kualitas pembelajaran, tetapi juga mampu membangun citra dan identitas institusi yang positif di mata masyarakat. Persaingan antar sekolah, khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), semakin ketat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat dalam memilih institusi pendidikan yang dinilai berkualitas, relevan dengan kebutuhan industri, serta adaptif terhadap perkembangan zaman. Oleh karena itu, strategi *branding* sekolah menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik dan kepercayaan publik.

Media sosial merupakan salah satu sarana yang memiliki peran strategis dalam membangun *branding* sekolah. *Platform* media sosial memungkinkan sekolah untuk menyampaikan informasi secara cepat, luas, dan interaktif kepada berbagai pemangku kepentingan, seperti siswa, orang tua, alumni, serta masyarakat umum. Namun, fenomena yang sering ditemukan menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh sekolah masih belum optimal. Konten yang disajikan cenderung tidak konsisten, kurang informatif, serta belum mencerminkan keunggulan dan karakteristik sekolah secara jelas. Akibatnya, media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai alat komunikasi dan promosi institusi pendidikan.

SMK Manggala sebagai salah satu lembaga pendidikan kejuruan memiliki potensi besar untuk membangun citra sekolah yang kuat melalui pemanfaatan media sosial. Keunggulan program keahlian, kegiatan siswa, prestasi akademik maupun non-akademik, serta kerja sama dengan dunia industri merupakan aset penting yang dapat dikomunikasikan kepada publik. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, pengelolaan konten media sosial sekolah masih bersifat insidental dan belum didasarkan pada strategi *branding* yang terencana. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam merancang konten media sosial yang informatif, menarik, dan sesuai dengan identitas sekolah.

Menurut Kotler dan Keller (2016), *branding* merupakan proses membangun persepsi dan citra yang konsisten melalui komunikasi nilai, keunggulan, dan identitas

suatu organisasi kepada publik. Dalam konteks pendidikan, *branding* sekolah tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai upaya membangun kepercayaan dan loyalitas masyarakat. Selanjutnya, Nasrullah (2017) menjelaskan bahwa media sosial berperan sebagai ruang komunikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah, sehingga pesan yang disampaikan harus dirancang secara strategis agar mampu membentuk persepsi positif dan berkelanjutan.

Dalam konteks pengembangan sumber daya manusia di era digital, Effendy et al. (2025) menegaskan bahwa penguasaan kompetensi digital dan kemampuan memanfaatkan teknologi informasi secara efektif merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing organisasi. Prinsip tersebut relevan diterapkan dalam dunia pendidikan, khususnya dalam pengelolaan media sosial sekolah yang memerlukan keterampilan perencanaan konten, kreativitas visual, serta kemampuan komunikasi digital. Melalui pelatihan dan pendampingan yang tepat, sekolah dapat mengoptimalkan peran media sosial sebagai sarana *branding* yang strategis.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “*Branding Sekolah yang Kuat* melalui Konten Media Sosial yang Informatif di SMK Manggala” diselenggarakan sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pihak sekolah dalam mengelola media sosial secara profesional. Kegiatan ini diharapkan mampu mendukung terbentuknya *branding* sekolah yang positif, konsisten, dan adaptif terhadap perkembangan digital, sehingga SMK Manggala dapat meningkatkan daya saing serta kepercayaan masyarakat di era digitalisasi.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa Universitas Pamulang sebagai wujud pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Program pengabdian dilaksanakan di SMK Manggala dengan melibatkan peserta yang terdiri dari guru serta siswa yang tergabung dalam tim pengelola media sosial sekolah. Peserta dipilih berdasarkan rekomendasi pihak sekolah dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif mereka dalam kegiatan dokumentasi, publikasi, dan komunikasi sekolah. Kegiatan dilaksanakan pada November 2025 dengan durasi pelaksanaan selama satu hari, yaitu sekitar dua jam efektif.

Metode pelaksanaan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif dan praktik langsung, dengan tujuan memberikan pemahaman konseptual sekaligus keterampilan aplikatif dalam membangun *branding* sekolah melalui media sosial. Pendekatan ini mengacu pada konsep pendidikan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam proses pembelajaran, sebagaimana dikemukakan oleh Merrill (2020), menyatakan bahwa pembelajaran yang efektif terjadi ketika peserta terlibat dalam pemecahan masalah nyata (*problem-centered learning*), di mana praktik langsung dan refleksi menjadi kunci utama dalam transfer pengetahuan dan keterampilan.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan PKM ini meliputi beberapa metode sebagai berikut:

1. Metode Ceramah Interaktif

Metode ceramah interaktif digunakan untuk menyampaikan materi dasar mengenai konsep *branding* sekolah, peran media sosial dalam membangun citra institusi pendidikan, serta karakteristik konten yang informatif dan komunikatif. Penyampaian materi dilakukan secara dialogis dengan melibatkan peserta melalui pertanyaan pemantik dan studi kasus sederhana terkait pengelolaan media sosial sekolah. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya konsistensi pesan, identitas visual, dan nilai sekolah dalam setiap konten yang dipublikasikan. Metode ini sejalan dengan temuan Effendy et al. (2025) yang menyatakan bahwa komunikasi dua arah dalam pelatihan berbasis pengembangan kompetensi digital mampu meningkatkan pemahaman dan keterlibatan peserta secara signifikan.

2. Metode Diskusi Kelompok dan Tanya Jawab

Setelah penyampaian materi utama, kegiatan dilanjutkan dengan diskusi kelompok. Peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil untuk mendiskusikan kondisi media sosial SMK Manggala saat ini, jenis konten yang telah dipublikasikan, serta peluang pengembangan konten yang lebih informatif dan sesuai dengan identitas sekolah. Melalui sesi tanya jawab, fasilitator menggali pemahaman peserta sekaligus memberikan umpan balik terhadap ide-ide yang muncul selama diskusi. Metode ini bertujuan mendorong kolaborasi, pertukaran gagasan, dan pemikiran kritis peserta dalam merancang strategi *branding* sekolah.

3. Evaluasi dan Refleksi

Tahap akhir kegiatan dilakukan melalui evaluasi dan refleksi terhadap pelaksanaan program. Evaluasi dilakukan secara kualitatif dengan mengamati partisipasi peserta, hasil diskusi, serta kualitas konten yang dihasilkan selama pelatihan. Selain itu, sesi refleksi dilakukan melalui diskusi penutup untuk mengetahui perubahan pemahaman dan persepsi peserta mengenai pentingnya branding sekolah melalui media sosial. Pendekatan reflektif ini sesuai dengan Effendy et al. (2025) yang menekankan bahwa evaluasi berbasis refleksi mampu mengukur perubahan pola pikir dan peningkatan kompetensi digital secara lebih mendalam.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan kegiatan PKM ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengelola media sosial sebagai sarana *branding* sekolah yang informatif dan strategis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “*Branding Sekolah yang Kuat melalui Konten Media Sosial yang Informatif di SMK Manggala*” telah dilaksanakan dengan baik dan mendapatkan respons positif dari pihak sekolah maupun peserta kegiatan. Peserta yang terlibat terdiri dari guru dan siswa yang tergabung dalam tim pengelola media sosial sekolah. Seluruh peserta mengikuti rangkaian kegiatan yang meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, pelatihan praktik pembuatan konten, serta sesi evaluasi dan refleksi.

Pada tahap awal kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi saat menerima materi mengenai konsep branding sekolah dan peran strategis media sosial

dalam membangun citra institusi pendidikan. Melalui ceramah interaktif yang disertai contoh konkret dan studi kasus sederhana, peserta mulai memahami bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana dokumentasi kegiatan sekolah, tetapi juga sebagai alat komunikasi strategis untuk menyampaikan nilai, keunggulan, dan identitas sekolah kepada publik. Hasil observasi tim pelaksana menunjukkan peningkatan keaktifan peserta dalam diskusi sebesar 80% dibandingkan pada sesi pembukaan kegiatan. Berikut dokumentasi pelaksanaan kegiatan di SMK Manggala :



Gambar 1. Foto Bersama Tim PKM



Gambar 2 Penyerahan Piagam dan Sertifikat



Gambar 3 Penyampaian Materi oleh Tim PKM (Kelompok 4)



Gambar 3 Foto Bersama Tim PKM dan Siswa Peserta Kegiatan

Pada sesi diskusi kelompok, peserta secara aktif mengidentifikasi kondisi media sosial SMK Manggala yang telah berjalan, termasuk jenis konten yang sering dipublikasikan serta kendala yang dihadapi dalam pengelolaannya. Diskusi ini

menghasilkan beberapa temuan, antara lain kurangnya perencanaan konten, belum adanya konsistensi visual dan pesan, serta keterbatasan pemahaman peserta mengenai karakter konten yang informatif dan sesuai dengan branding sekolah. Melalui diskusi tersebut, peserta mulai menyadari pentingnya strategi konten yang terencana dan berkelanjutan dalam membangun citra sekolah secara positif.

Tahap pelatihan praktik pembuatan konten menjadi bagian yang paling interaktif dalam kegiatan ini. Peserta dibimbing untuk menyusun contoh perencanaan konten sederhana, menulis *caption* informatif, serta memilih visual yang relevan dengan identitas sekolah. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan konten media sosial yang lebih terstruktur, komunikatif, dan mencerminkan keunggulan sekolah, seperti program keahlian, kegiatan siswa, serta prestasi sekolah. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta dalam pengelolaan media sosial sekolah.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan pendapat Prince, Felder, dan Brent (2020) yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis partisipasi dan praktik langsung dapat meningkatkan pemahaman konseptual serta keterampilan aplikatif peserta. Selain itu, temuan ini juga mendukung penelitian Effendy et al. (2025) yang menegaskan bahwa peningkatan kompetensi digital sumber daya manusia berperan penting dalam memperkuat daya saing organisasi. Dalam konteks pendidikan, pengelolaan media sosial yang profesional menjadi salah satu strategi adaptif dalam menghadapi persaingan dan tuntutan era digital.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang terstruktur mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam membangun *branding* sekolah melalui media sosial yang informatif. Kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak pada peningkatan kemampuan teknis peserta, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya peran media sosial sebagai sarana strategis dalam membentuk citra positif SMK Manggala di mata masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bertema “*Branding Sekolah yang Kuat* melalui Konten Media Sosial yang Informatif di SMK Manggala” telah berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana strategis untuk membangun citra dan identitas sekolah. Seluruh rangkaian kegiatan berjalan dengan baik dan mendapatkan respons positif dari peserta. Melalui kombinasi metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, serta praktik pembuatan konten, peserta memperoleh wawasan mengenai pentingnya konsistensi pesan, kejelasan informasi, dan daya tarik visual dalam konten media sosial sekolah.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep *branding* sekolah serta motivasi untuk terlibat aktif dalam pengelolaan media sosial. Peserta mampu mengidentifikasi nilai, keunggulan, dan karakteristik SMK Manggala yang perlu ditonjolkan melalui konten informatif dan edukatif. Temuan ini

sejalan dengan pendapat Kaplan dan Haenlein (2016) yang menyatakan bahwa media sosial dapat menjadi alat strategis dalam membangun citra organisasi apabila dikelola secara terencana, konsisten, dan berorientasi pada audiens. Dalam konteks pendidikan, pengelolaan media sosial yang tepat memungkinkan sekolah menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan siswa, orang tua, dan masyarakat luas.

Lebih lanjut, pendekatan partisipatif dan berbasis praktik yang diterapkan dalam kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan aplikatif peserta. Hal ini sejalan dengan temuan Prince dan Felder (2019) yang menegaskan bahwa pembelajaran aktif melalui keterlibatan langsung peserta mampu meningkatkan pemahaman konseptual dan kemampuan praktis secara signifikan. Melalui praktik penyusunan konten media sosial, peserta tidak hanya memahami teori *branding* sekolah, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara nyata sesuai dengan kebutuhan dan karakter sekolah.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung penguatan *branding* SMK Manggala melalui pemanfaatan media sosial yang informatif dan profesional. Strategi ini menjadi semakin relevan di era digital, di mana citra sekolah tidak hanya dibentuk melalui prestasi akademik, tetapi juga melalui kehadiran dan komunikasi digital yang efektif dan berkelanjutan.

1. Bagi Siswa

Diharapkan para siswa dapat terus mengembangkan kemampuan literasi digital, kreativitas, serta keterampilan komunikasi melalui keterlibatan aktif dalam pengelolaan konten media sosial sekolah. Partisipasi siswa dalam pembuatan konten yang informatif dan positif tidak hanya mendukung *branding* sekolah, tetapi juga menjadi sarana pengembangan *soft skills* seperti kerja tim, berpikir kritis, dan kemampuan menyampaikan pesan secara efektif di era digital.

2. Bagi Sekolah

Sekolah disarankan untuk mengintegrasikan pengelolaan media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi dan promosi sekolah secara berkelanjutan. Pembentukan tim media sosial sekolah yang melibatkan guru dan siswa, serta penyusunan pedoman konten yang konsisten dengan visi dan identitas sekolah, dapat membantu memperkuat citra SMK Manggala di mata masyarakat. Selain itu, sekolah perlu memberikan pendampingan dan pelatihan rutin agar kualitas konten yang dihasilkan tetap informatif, edukatif, dan profesional.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi diharapkan dapat terus mengembangkan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang berfokus pada penguatan kompetensi digital dan komunikasi strategis di lingkungan pendidikan menengah. Kolaborasi yang berkelanjutan antara perguruan tinggi dan sekolah, khususnya dalam bidang pengelolaan media sosial dan *branding* institusi pendidikan, perlu diperkuat agar terjadi transfer pengetahuan dan praktik yang relevan dengan kebutuhan sekolah di era digital.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji secara lebih mendalam efektivitas pengelolaan media sosial sekolah terhadap peningkatan citra, kepercayaan publik, dan minat pendaftar baru. Pendekatan kuantitatif maupun *mixed methods* dapat digunakan untuk mengukur pengaruh konten media sosial yang informatif terhadap persepsi masyarakat dan keberhasilan strategi *branding* sekolah secara empiris.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, A. A., Sunarsi, D., Supriyatna, W., Masriah, I., & Nurhadi, A. (2025). *Enhancing MSME Competitiveness In The Creative Industry Through Human Resources Development In South Tangerang*. Jurnal Manajemen Industri dan Logistik, 9(2), 138-151.
- Effendy, A. A., Sunarsi, D., & Wicaksono, W. (2025). Menggali Potensi untuk Mewujudkan Wirausaha Muda yang Kreatif dan Inovatif pada Siswa MA YABIKA Kabupaten Tangerang. Jurnal Manajemen Industri dan Logistik (JMIL), 6(1), 12-20.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2016). Social media: Back to the roots and back to the future. *Journal of Systems and Information Technology*, 18(3), 212-227.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Merrill, M. D. (2020). *First principles of instruction: Identifying and designing effective, efficient, and engaging instruction*. Pfeiffer.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.
- Prince, M., Felder, R. M., & Brent, R. (2020). Active learning: Engaging students in the classroom. *Journal of Engineering Education*, 109(1), 1-15.
- Prince, M. J., & Felder, R. M. (2019). Active learning: An introduction. *Journal of Engineering Education*, 108(3), 400-418.