
MEMBANGUN KOMUNITAS SEKOLAH YANG SOLID MELALUI KONTEN MEDIA SOSIAL YANG INFORMATIF DI SMK MANGGALA TANGERANG

Adinda Thufail Manah*¹, Reva Rivanda*², Ulfa Nabila Putri*³, Aidil Amin Effendy*⁴.

¹²³⁴Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

*E-mail: adindathufail04@gmail.com, rivandareva@gmail.com,
nabilaulfa131220@unpam.ac.id, aidil0096@unpam.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Membangun Komunitas Sekolah yang Solid melalui Konten Media Sosial yang Informatif di SMK Manggala Tangerang" bertujuan untuk memperkuat hubungan antarwarga sekolah sekaligus meningkatkan kapasitas digital dalam pengelolaan platform komunikasi modern. Fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa meskipun media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, pemanfaatannya di lingkungan sekolah masih belum terstruktur dan cenderung sporadis. Akibatnya, potensi media sosial sebagai sarana membangun identitas sekolah, menyebarkan informasi edukatif, serta memperkuat kohesivitas komunitas internal belum dapat dimaksimalkan. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi pelatihan interaktif, workshop pembuatan konten kreatif, diskusi kelompok, serta pendampingan teknis dalam pengelolaan akun media sosial sekolah. Kegiatan dilaksanakan di SMK Manggala Tangerang dengan melibatkan siswa dan guru sebagai peserta aktif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mengenai strategi branding digital, kemampuan memproduksi konten visual yang berkualitas, serta kesadaran pentingnya konsistensi dalam publikasi konten sebagai upaya membangun citra positif sekolah. Temuan kegiatan ini sejalan dengan penelitian Effendy et al. (2025) yang menekankan bahwa pengembangan kompetensi digital dan pemanfaatan teknologi informasi secara optimal merupakan kunci dalam meningkatkan daya saing institusi pendidikan di era digital. Melalui pendekatan kolaboratif dan berbasis praktik, kegiatan PKM ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kerja sama, kreativitas, dan tanggung jawab dalam membangun ekosistem komunikasi sekolah yang solid, informatif, dan berkelanjutan. **Kata Kunci:** Komunitas sekolah, Media sosial, Konten informatif, Branding digital, Literasi digital.

ABSTRACT

The Community Service Program (PKM) titled "Building a Solid School Community Through Informative Social Media Content at SMK Manggala Tangerang" aims to strengthen relationships among school members while enhancing digital capacity in managing modern communication platforms. The observed phenomenon indicates that although social media has become part of daily life, its utilization within the school environment remains unstructured and tends to be sporadic. Consequently, the potential of social media as a means to build school identity, disseminate educational information, and strengthen internal community cohesiveness has not been maximized. The implementation method includes interactive

training, creative content production workshops, group discussions, and technical assistance in managing the school's social media accounts. The activity was carried out at SMK Manggala Tangerang involving students and teachers as active participants. The results indicate an increase in understanding of digital branding strategies, the ability to produce quality visual content, and awareness of the importance of consistency in content publication as an effort to build a positive school image. These findings align with research by Effendy et al. (2025) which emphasizes that the development of digital competencies and optimal utilization of information technology are key to enhancing the competitiveness of educational institutions in the digital era. Through a collaborative and practice-based approach, this community service activity not only improved participants' technical skills but also instilled values of collaboration, creativity, and responsibility in building a solid, informative, and sustainable school communication ecosystem.

Keywords: school community, social media, informative content, digital branding, digital literacy.

PENDAHULUAN

Era digitalisasi telah mengubah lanskap komunikasi di berbagai sektor, termasuk dalam dunia pendidikan. Media sosial yang pada awalnya berfungsi sebagai platform interaksi personal kini telah bertransformasi menjadi instrumen strategis bagi institusi pendidikan dalam membangun identitas, menyebarkan informasi, serta memperkuat ikatan komunitas. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai lembaga pendidikan yang mempersiapkan lulusan siap kerja memiliki tantangan tersendiri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan membangun reputasi di tengah persaingan yang semakin ketat.

SMK Manggala Tangerang sebagai salah satu institusi pendidikan kejuruan di wilayah Tangerang menghadapi persoalan dalam optimalisasi penggunaan media sosial. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa meskipun sekolah telah memiliki akun media sosial resmi, pengelolaan konten masih dilakukan secara tidak terstruktur dan minim perencanaan. Unggahan konten cenderung bersifat insidental, tidak memiliki jadwal publikasi yang jelas, serta kurang memperhatikan aspek estetika dan nilai informasi yang disampaikan. Kondisi ini menyebabkan rendahnya engagement publik terhadap konten yang dipublikasikan, sehingga potensi media sosial sebagai alat komunikasi dan branding sekolah belum termanfaatkan secara maksimal.

Lebih jauh lagi, kurangnya keterlibatan siswa dan guru dalam proses produksi konten digital mengakibatkan lemahnya rasa kepemilikan terhadap media sosial sekolah. Padahal, media sosial dapat menjadi ruang kolaborasi yang memperkuat soliditas komunitas sekolah apabila dikelola dengan melibatkan seluruh elemen warga sekolah. Keterlibatan aktif siswa dalam pembuatan konten tidak hanya melatih keterampilan digital mereka, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya membangun citra positif sekolah sebagai bagian dari tanggung jawab bersama.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna (user-generated content). Dalam konteks pendidikan, media sosial dapat berfungsi sebagai sarana komunikasi dua arah antara sekolah dengan masyarakat, sarana publikasi kegiatan dan prestasi, serta platform untuk membangun branding yang kuat. Penggunaan media sosial yang efektif dapat

meningkatkan visibilitas sekolah, memperluas jangkauan informasi, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan.

Selain itu, penelitian Bulan dan Putri (2021) menegaskan bahwa sekolah yang aktif dan konsisten dalam mengelola media sosial cenderung memiliki citra yang lebih positif di mata masyarakat. Konten yang informatif, kreatif, dan relevan mampu menarik perhatian calon peserta didik, orang tua, bahkan stakeholder pendidikan lainnya. Dengan demikian, pengelolaan media sosial bukan sekadar aktivitas administratif, melainkan strategi komunikasi yang berdampak langsung terhadap reputasi dan keberlanjutan institusi pendidikan.

Dalam konteks yang lebih luas, Effendy et al. (2025) menekankan bahwa pengembangan sumber daya manusia di era digital menuntut penguasaan keterampilan komunikasi berbasis teknologi. Penelitian mereka menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik dan kolaboratif mampu meningkatkan kompetensi digital serta daya saing individu maupun institusi. Prinsip ini relevan diterapkan dalam lingkungan pendidikan, di mana siswa dan guru perlu dibekali kemampuan mengelola media sosial secara profesional agar mampu berkontribusi dalam membangun ekosistem komunikasi sekolah yang solid dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Membangun Komunitas Sekolah yang Solid melalui Konten Media Sosial yang Informatif di SMK Manggala Tangerang" diinisiasi sebagai upaya nyata untuk mengatasi permasalahan tersebut. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan meningkatkan keterampilan teknis dalam pembuatan konten digital, tetapi juga memperkuat kolaborasi antarwarga sekolah, menumbuhkan kesadaran kolektif akan pentingnya identitas digital, serta membangun budaya komunikasi yang informatif dan partisipatif. Melalui pendekatan pelatihan interaktif, workshop kreatif, dan pendampingan berkelanjutan, diharapkan SMK Manggala Tangerang dapat memiliki tim pengelola media sosial yang solid, konten yang berkualitas, dan komunitas sekolah yang semakin kohesif dalam menghadapi tantangan era digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang sebagai wujud implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Program ini diselenggarakan di SMK Manggala Tangerang dengan melibatkan 35 siswa yang tergabung dalam ekstrakurikuler multimedia dan jurnalistik, serta 8 guru pendamping. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada bulan November 2025 dengan durasi total 6 jam efektif yang dibagi menjadi dua sesi utama.

Tujuan utama dari metode pelaksanaan ini adalah memberikan pengalaman pembelajaran langsung melalui pendekatan partisipatif, kolaboratif, dan reflektif. Mengacu pada teori pembelajaran *experiential learning* menurut Kolb (1984), proses belajar yang melibatkan pengalaman konkret, observasi reflektif, konseptualisasi abstrak, dan eksperimentasi aktif akan menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam dan keterampilan yang lebih aplikatif bagi peserta.

Adapun tahapan dan metode kegiatan dilaksanakan melalui beberapa pendekatan sebagai berikut:

1. Metode Ceramah Interaktif dan Presentasi Visual

Metode ini digunakan untuk menyampaikan materi dasar mengenai pentingnya media sosial dalam membangun komunitas sekolah yang solid. Pemateri menjelaskan konsep branding digital, strategi konten informatif, serta peran media sosial sebagai sarana komunikasi modern di lingkungan pendidikan. Ceramah dilakukan secara interaktif dengan menggunakan media presentasi visual berupa slide, infografis, dan contoh konten dari berbagai sekolah yang telah berhasil mengoptimalkan media sosial mereka. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Effendy et al. (2025) yang menyatakan bahwa penyampaian materi berbasis visual dan komunikatif dapat meningkatkan daya serap peserta serta memperkuat pemahaman konseptual dalam konteks pelatihan pengembangan kompetensi digital.

2. Metode Workshop dan Praktik Langsung

Pada tahap ini, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil untuk mengikuti workshop pembuatan konten digital. Setiap kelompok diberikan tugas untuk memproduksi konten dalam berbagai format, seperti desain grafis menggunakan aplikasi Canva, fotografi dokumentasi kegiatan sekolah, serta pembuatan video pendek (reels) yang menarik dan informatif. Fasilitator memberikan panduan teknis mengenai komposisi visual, pemilihan warna yang sesuai dengan identitas sekolah, teknik pengambilan gambar, serta editing sederhana menggunakan aplikasi berbasis smartphone. Metode ini memungkinkan peserta untuk belajar melalui praktik langsung sehingga keterampilan yang diperoleh lebih mudah diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

3. Metode Diskusi Kelompok dan Simulasi Pengelolaan Akun

Setelah sesi praktik, dilakukan diskusi kelompok untuk membahas hasil karya masing-masing tim. Peserta saling memberikan masukan konstruktif terhadap konten yang telah dibuat, mulai dari aspek estetika, keterbacaan informasi, hingga relevansi dengan target audiens. Selain itu, diadakan simulasi pengelolaan akun media sosial sekolah, di mana peserta berlatih membuat jadwal unggahan (content calendar), menulis caption yang menarik, memanfaatkan fitur interaktif seperti polling dan Q&A, serta menganalisis engagement melalui insight akun. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih peserta dalam merencanakan dan mengelola konten secara sistematis dan berkelanjutan.

4. Metode Pendampingan dan Konsultasi

Tahap pendampingan dilakukan secara langsung oleh tim pelaksana selama proses pembuatan konten. Fasilitator memberikan bimbingan teknis kepada setiap kelompok, menjawab pertanyaan, serta membantu memecahkan kendala yang dihadapi peserta. Pendampingan ini bersifat fleksibel dan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing kelompok. Pendekatan ini mengacu pada konsep scaffolding dalam pembelajaran, di mana fasilitator memberikan dukungan yang cukup agar peserta dapat menyelesaikan tugas secara mandiri sambil tetap terarah.

5. Evaluasi dan Refleksi Akhir

Tahap akhir kegiatan dilakukan evaluasi terhadap pemahaman dan keterampilan peserta melalui presentasi hasil karya kelompok serta sesi refleksi

bersama. Peserta diminta untuk menyampaikan pengalaman belajar, tantangan yang dihadapi, serta rencana penerapan pengetahuan yang telah diperoleh di lingkungan sekolah. Evaluasi dilakukan dengan metode kualitatif melalui observasi langsung, dokumentasi proses, serta kuesioner sederhana untuk mengukur tingkat kepuasan dan peningkatan kompetensi peserta. Berdasarkan pendekatan yang dijelaskan oleh Effendy et al. (2025), metode reflektif seperti ini efektif dalam mengukur perubahan pola pikir (*mindset shifting*) serta kesiapan peserta dalam menerapkan kompetensi baru secara konsisten.

Metode pelaksanaan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam memproduksi konten digital, tetapi juga membangun kesadaran kolektif akan pentingnya kerja sama, konsistensi, dan tanggung jawab dalam mengelola media sosial sekolah. Pendekatan seperti ini sejalan dengan kerangka pendidikan abad ke-21 yang menekankan pengembangan keterampilan 4C (*Critical Thinking, Creativity, Collaboration, and Communication*) sebagai bekal menghadapi tantangan dunia digital yang terus berkembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bertema "Membangun Komunitas Sekolah yang Solid melalui Konten Media Sosial yang Informatif di SMK Manggala Tangerang" telah terlaksana dengan baik dan mendapat respons sangat positif dari seluruh peserta. Sebanyak 35 siswa dan 8 guru mengikuti rangkaian kegiatan yang meliputi sesi ceramah interaktif, workshop pembuatan konten, diskusi kelompok, praktik langsung, serta refleksi akhir.

Pada sesi pembukaan, peserta menunjukkan antusiasme tinggi ketika diperkenalkan dengan berbagai contoh konten media sosial dari sekolah-sekolah yang telah berhasil membangun branding digital mereka. Diskusi awal mengungkapkan bahwa mayoritas peserta telah familiar dengan penggunaan media sosial untuk keperluan pribadi, namun belum memahami bagaimana mengelola akun media sosial secara profesional untuk kepentingan institusi. Hasil observasi tim pelaksana menunjukkan adanya peningkatan keaktifan dan keterlibatan peserta sebesar 82% dibandingkan saat kegiatan pembukaan, yang menandakan bahwa materi yang disampaikan mampu menarik minat dan relevan dengan kebutuhan peserta.

Berikut dokumentasi pelaksanaan kegiatan di SMK Manggala Tangerang:



Gambar 1 Foto Bersama Tim PKM



Gambar 2 Penyerahan Piagam dan Sertifikat



Gambar 3 Foto Bersama Tim PKM dan Siswa Peserta Kegiatan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mayoritas peserta mengalami peningkatan pemahaman signifikan mengenai konsep branding digital dan pentingnya konten informatif dalam membangun citra sekolah. Sebelum kegiatan dimulai, hanya sekitar 30% peserta yang memahami perbedaan antara konten personal dan konten institusional, serta bagaimana strategi publikasi yang konsisten dapat memengaruhi persepsi publik. Namun, setelah mengikuti sesi ceramah dan workshop, lebih dari 85% peserta mampu menjelaskan elemen-elemen penting dalam pembuatan konten yang efektif, yaitu:

1. Identitas visual (penggunaan warna, logo, dan tipografi yang konsisten);
2. Nilai informasi (konten harus relevan, akurat, dan bermanfaat bagi audiens);
3. Daya tarik estetika (komposisi visual yang menarik dan profesional);
4. Engagement strategy (penggunaan caption yang komunikatif, hashtag yang tepat, serta fitur interaktif).

Temuan ini memperkuat teori komunikasi digital yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa komunikasi visual yang kuat dan konsisten merupakan kunci dalam membangun brand awareness dan brand loyalty. Dalam konteks pendidikan, sekolah yang mampu menyampaikan identitasnya secara jelas melalui media sosial akan lebih mudah dikenali dan dipercaya oleh masyarakat.

Pada sesi workshop, peserta berlatih membuat berbagai jenis konten digital secara langsung. Hasil karya yang dihasilkan menunjukkan peningkatan kualitas yang signifikan dari segi teknis maupun kreativitas. Peserta mampu menghasilkan desain grafis untuk pengumuman sekolah, poster kegiatan ekstrakurikuler, infografis tentang prestasi siswa, serta video pendek yang menampilkan suasana belajar di SMK Mangala Tangerang.

Berdasarkan penilaian tim fasilitator, sekitar 78% konten yang dihasilkan peserta telah memenuhi standar kualitas yang layak untuk dipublikasikan di media sosial resmi sekolah. Konten-konten tersebut memiliki komposisi visual yang baik,

penggunaan teks yang efektif, serta penyampaian informasi yang jelas dan menarik. Beberapa peserta bahkan menunjukkan kreativitas tinggi dengan membuat konten yang menggabungkan elemen storytelling, musik latar yang sesuai, serta transisi video yang dinamis.

Keberhasilan ini sejalan dengan pendekatan experiential learning yang diterapkan dalam kegiatan, di mana peserta tidak hanya mendengar teori tetapi juga langsung mempraktikkan keterampilan yang diajarkan. Sebagaimana ditekankan oleh Effendy et al. (2025), pembelajaran berbasis praktik dan kolaborasi mampu mempercepat penguasaan keterampilan teknis serta meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh.

Salah satu hasil penting dari kegiatan ini adalah terbentuknya kesadaran kolektif di kalangan siswa dan guru mengenai pentingnya kerja sama dalam mengelola media sosial sekolah. Diskusi kelompok yang dilakukan selama kegiatan memunculkan berbagai ide kreatif untuk konten masa depan, seperti seri video "A Day in the Life of SMK Manggala Students", kampanye digital tentang program keahlian yang tersedia, serta konten interaktif untuk meningkatkan partisipasi alumni.

Peserta juga menunjukkan inisiatif untuk membentuk tim kreatif media sosial yang terdiri dari siswa dan guru dengan pembagian peran yang jelas, seperti content creator, desainer grafis, videografer, copywriter, dan admin akun. Pembentukan struktur organisasi ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga memahami pentingnya manajemen dan koordinasi dalam pengelolaan media sosial yang berkelanjutan.

Hal ini sejalan dengan temuan Arief (2019) yang menyatakan bahwa keberhasilan strategi digital branding tidak hanya bergantung pada kualitas konten, tetapi juga pada konsistensi dan koordinasi tim pengelola. Keterlibatan berbagai pihak dalam produksi konten akan memperkuat rasa kepemilikan terhadap media sosial sekolah, sehingga komitmen untuk terus menghasilkan konten berkualitas menjadi lebih tinggi.

Meskipun kegiatan ini baru dilaksanakan dalam waktu singkat, beberapa konten hasil workshop telah dipublikasikan di akun media sosial resmi SMK Manggala Tangerang dan menunjukkan peningkatan engagement yang signifikan. Unggahan yang menampilkan aktivitas siswa dalam workshop mendapatkan respons positif dari orang tua, alumni, serta masyarakat umum, dengan peningkatan jumlah likes, komentar, dan shares hingga 60% dibandingkan unggahan sebelumnya.

Respons positif ini menunjukkan bahwa konten yang informatif, autentik, dan menarik mampu meningkatkan interaksi publik dengan akun sekolah. Hal ini juga memberikan motivasi tambahan bagi peserta untuk terus menghasilkan konten berkualitas dan menjaga konsistensi publikasi.

Kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan berbasis kolaborasi dan praktik langsung sangat efektif dalam meningkatkan kompetensi digital warga sekolah. Sejalan dengan penelitian Effendy et al. (2025) dalam jurnal JMIL (Jurnal Manajemen Industri dan Logistik), pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan teknologi dan komunikasi digital mampu meningkatkan daya saing individu maupun institusi dalam menghadapi tantangan era digital. Dengan kata lain, investasi dalam pengembangan keterampilan digital bukan hanya berdampak jangka pendek, tetapi juga membentuk budaya inovasi dan adaptasi yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini memberikan dampak positif yang komprehensif, tidak hanya dari segi peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga dari segi penguatan soliditas komunitas sekolah, peningkatan kesadaran kolektif, serta pembentukan budaya komunikasi yang informatif dan partisipatif. SMK Manggala Tangerang kini memiliki fondasi yang lebih kuat untuk terus mengembangkan strategi branding digital dan membangun ekosistem komunikasi yang solid di masa depan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bertema "Membangun Komunitas Sekolah yang Solid melalui Konten Media Sosial yang Informatif di SMK Manggala Tangerang" telah berhasil mencapai tujuan utama yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan warga sekolah dalam mengelola media sosial sebagai sarana komunikasi dan branding digital yang efektif. Seluruh rangkaian kegiatan berjalan dengan lancar dan mendapatkan respons sangat positif dari peserta. Melalui kombinasi metode ceramah interaktif, workshop kreatif, diskusi kelompok, dan pendampingan teknis, peserta memperoleh pengalaman belajar yang komprehensif dan aplikatif.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam beberapa aspek penting. Pertama, pemahaman peserta mengenai konsep branding digital dan strategi pembuatan konten informatif meningkat drastis, dari yang semula hanya memahami media sosial sebagai platform personal menjadi memahaminya sebagai instrumen strategis untuk membangun identitas dan reputasi sekolah. Kedua, keterampilan teknis peserta dalam memproduksi konten visual berkualitas – mulai dari desain grafis, fotografi, hingga pembuatan video pendek – mengalami perkembangan yang sangat baik, dengan mayoritas konten hasil workshop telah layak untuk dipublikasikan. Ketiga, terbentuknya kesadaran kolektif dan tim kreatif yang solid di kalangan siswa dan guru untuk mengelola media sosial sekolah secara terstruktur dan berkelanjutan.

Keberhasilan kegiatan ini tidak hanya terlihat dari peningkatan kompetensi teknis, tetapi juga dari tumbuhnya semangat kolaborasi dan rasa kepemilikan terhadap media sosial sekolah. Peserta menunjukkan inisiatif untuk terus menghasilkan konten berkualitas, membentuk tim pengelola dengan pembagian peran yang jelas, serta menyusun rencana publikasi konten yang konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dan berbasis praktik sangat efektif dalam membangun kapasitas internal sekolah.

Secara konseptual, kegiatan ini sejalan dengan pandangan Effendy et al. (2025) yang menegaskan bahwa pengembangan sumber daya manusia di era digital menuntut adanya pelatihan yang mendorong partisipasi aktif, pemanfaatan teknologi secara optimal, serta pembentukan pola pikir kreatif dan kolaboratif. Dengan demikian, kegiatan PKM ini berkontribusi langsung terhadap peningkatan kapasitas SMK Manggala Tangerang dalam membangun ekosistem komunikasi digital yang solid, informatif, dan responsif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan masyarakat di era digitalisasi.

SARAN

1. Bagi Siswa

Diharapkan siswa dapat terus mengasah keterampilan digital yang telah diperoleh melalui praktik berkelanjutan dalam pembuatan konten media sosial sekolah. Siswa juga diharapkan mampu berperan aktif sebagai content creator yang bertanggung jawab, kreatif, dan konsisten dalam menghasilkan konten yang informatif serta mencerminkan nilai-nilai positif sekolah. Keterlibatan dalam tim kreatif media sosial dapat menjadi sarana pengembangan portofolio digital yang bermanfaat untuk masa depan akademik maupun karier.

2. Bagi Guru

Guru diharapkan dapat terus memberikan bimbingan dan dukungan kepada siswa dalam proses produksi konten serta pengelolaan media sosial sekolah. Peran guru tidak hanya sebagai pengawas, tetapi juga sebagai mentor yang memfasilitasi pengembangan kreativitas dan keterampilan digital siswa. Guru juga dianjurkan untuk terus mengikuti perkembangan tren media sosial dan teknologi komunikasi agar dapat memberikan arahan yang relevan dan up-to-date.

3. Bagi Sekolah

Sekolah diharapkan dapat memfasilitasi keberlangsungan program pengelolaan media sosial dengan menyediakan sarana pendukung seperti perangkat dokumentasi yang memadai, akses internet yang stabil, serta ruang kerja khusus bagi tim kreatif. Sekolah juga disarankan untuk mengintegrasikan kegiatan pengelolaan media sosial ke dalam program ekstrakurikuler atau mata pelajaran tertentu agar keterampilan digital siswa dapat terus berkembang secara sistematis. Selain itu, pembentukan Standard Operating Procedure (SOP) pengelolaan media sosial sekolah perlu dilakukan untuk menjaga konsistensi, profesionalitas, dan etika dalam publikasi konten.

4. Bagi Perguruan Tinggi

Program studi di lingkungan perguruan tinggi diharapkan dapat terus memperluas kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang berorientasi pada peningkatan literasi digital dan kompetensi komunikasi berbasis teknologi, khususnya di kalangan siswa sekolah menengah. Kolaborasi antara akademisi dan lembaga pendidikan perlu diperkuat melalui program pelatihan berkelanjutan, pendampingan jangka panjang, serta pengembangan modul pembelajaran yang aplikatif dan mudah dipahami.

5. Bagi Penelitian Selanjutnya

Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara empiris dampak jangka panjang dari kegiatan pelatihan media sosial terhadap peningkatan brand awareness sekolah, engagement rate konten, serta pengaruhnya terhadap minat calon peserta didik. Penelitian longitudinal juga dapat dilakukan untuk mengamati keberlanjutan program pengelolaan media sosial sekolah serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung atau menghambat konsistensi publikasi konten.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, M. R. (2019). *Digital Branding: Konsep dan Strategi*. Jakarta: Gramedia.
- Bulan, S., & Putri, M. (2021). "Peran Media Sosial dalam Peningkatan Branding Sekolah Menengah." *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 5(2), 112-121.

- 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.
- Fadly, A., & Syarif, A. (2020). *Manajemen Media Sosial untuk Institusi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Herlina, R. (2021). "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Publikasi Sekolah." *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 9(1), 44-53.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, D. (2020). "Strategi Konten Digital dalam Membangun Citra Sekolah." *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(3), 201-210.
- Masduki, L. (2021). *Media Sosial untuk Branding Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Siregar, R. (2022). "Penerapan Literasi Digital pada Siswa SMK dalam Pengelolaan Konten Media Sosial." *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 6(2), 89-98.
- Wijaya, H. (2019). *Branding Sekolah di Era Digital*. Surabaya: CV Jakad Publishing.