


Literasi Digital Melalui Konten Kreatif dan Branding Sekolah

¹Desi Vinsensia*, ²Risa Kartika Lubis, ³Yulia Utami, ⁴Agustina Simangunsong, ⁵M. Kurniawan, ⁶Lira Virna

^{1,2}Bisnis Digital, STMIK Pelita Nusantara, Medan, Indonesia

^{3,4,5,6}Teknik Informatika, STMIK Pelita Nusantara, Medan, Indonesia

Email: desivinsensia87@gmail.com, risakartika1988@gmail.com, yuliautami14071990@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Literasi Digital Konten Kreatif Branding Sekolah	Perkembangan teknologi digital menuntut lembaga pendidikan untuk mampu beradaptasi dalam pemanfaatan media digital secara bijak, kreatif, dan bertanggung jawab. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital melalui pelatihan pembuatan konten kreatif serta penguatan branding sekolah di MTS BIPDA Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Kegiatan ini melibatkan 60 siswa kelas IX serta guru pendamping dan dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi. Metode yang digunakan meliputi ceramah, workshop interaktif, dan pendampingan berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman literasi digital peserta, khususnya terkait etika digital, keamanan data, dan pemanfaatan teknologi untuk publikasi sekolah. Peserta juga mampu menghasilkan berbagai konten kreatif berupa poster, video, dan infografis yang digunakan sebagai media branding sekolah. Selain itu, terbentuknya tim branding sekolah menjadi indikator keberlanjutan program. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan digital, kreativitas siswa, serta penguatan citra sekolah di lingkungan masyarakat.
Keywords: Digital Literacy Creative Content Branding School	ABSTRACT The rapid development of digital technology requires educational institutions to adapt by utilizing digital media wisely, creatively, and responsibly. This community service program aims to enhance digital literacy through creative content development and school branding at MTS Perbaungan, Serdang Bedagai Regency. The program involved 60 ninth-grade students and teachers and was implemented through several stages, including socialization, training, technology implementation, mentoring, and evaluation. The methods applied consisted of lectures, interactive workshops, and continuous mentoring. The results indicate an improvement in participants' digital literacy, particularly in digital ethics, data security, and the use of technology for school publication. Participants were able to produce various creative contents such as posters, videos, and infographics that support school branding. Furthermore, the establishment of a school branding team reflects the sustainability of the program. Overall, this community service activity has a positive impact on improving digital skills, student creativity, and strengthening the school's image within the community.
	This is an open access article under the CC-BY-SA license.
	

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era revolusi industri 4.0 telah mengubah hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk dunia pendidikan. Sekolah kini tidak hanya berfungsi sebagai lembaga akademik yang berfokus pada pengajaran dan pembelajaran, tetapi juga harus mampu membangun citra positif melalui pemanfaatan media digital (Wijaya 2023). Pengelolaan informasi, komunikasi publik, serta promosi sekolah yang efektif sangat bergantung pada kemampuan tenaga pendidik dan peserta didik dalam memanfaatkan teknologi informasi secara kreatif dan produktif. Menurut penelitian (Harmawati 2024), kompetensi literasi digital guru di Indonesia masih berada pada kategori menengah, terutama dalam aspek kreativitas digital dan keamanan siber. Selain itu, penelitian (Sogalrey 2024) menunjukkan bahwa pengembangan kapasitas digital

guru berhubungan langsung dengan kemampuan adaptasi terhadap Kurikulum Merdeka dan integrasi teknologi dalam pembelajaran.

Hasil observasi dan wawancara awal yang dilakukan oleh tim pengabdian di MTs SKB 3 Menteri BIPDA Perbaungan menunjukkan bahwa sekolah mitra memiliki potensi besar untuk berkembang, baik dari sisi akademik maupun kegiatan ekstrakurikuler. Namun, potensi tersebut belum didukung oleh kemampuan literasi digital yang memadai, baik di kalangan guru maupun siswa. Berdasarkan data wawancara, sebagian besar guru hanya menggunakan perangkat digital sebatas untuk keperluan administrasi dan komunikasi melalui aplikasi pesan instan. Sementara itu, siswa lebih banyak menggunakan media sosial untuk aktivitas hiburan dan belum diarahkan ke kegiatan produktif yang mendukung citra sekolah.

Selain itu, media sosial sekolah belum dikelola secara optimal sebagai sarana publikasi dan komunikasi publik. Akun resmi sekolah jarang diperbarui dan belum memiliki gaya visual atau pesan komunikasi yang konsisten. Konten yang diunggah masih bersifat dokumentatif, belum dikemas dalam bentuk yang menarik atau informatif bagi masyarakat luas. Padahal, di era digital seperti saat ini, citra sekolah sering kali dibangun melalui eksposur digital dan persepsi publik yang terbentuk dari aktivitas daring (Mursidi 2022).

Secara kondisi ideal (*expected condition*), guru dan siswa diharapkan memiliki literasi digital yang tinggi, tidak hanya dalam penggunaan teknologi untuk administrasi dan pembelajaran, tetapi juga dalam menciptakan konten kreatif, mengelola media sosial, serta membangun citra positif sekolah secara konsisten dan profesional. Media sosial sekolah semestinya dikelola secara terencana dengan strategi komunikasi visual dan narasi yang menarik, didukung oleh tim kreatif internal yang memiliki kompetensi digital, desain, dan digital branding.

Namun, berdasarkan kondisi aktual (*existing condition*) di MTs SKB 3 Menteri BIPDA Perbaungan, terdapat sejumlah kesenjangan yang signifikan. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa literasi digital guru dan siswa masih berada pada tingkat dasar hingga menengah. Pemanfaatan teknologi oleh guru masih terbatas pada kebutuhan administratif dan komunikasi sederhana, sementara siswa cenderung menggunakan media digital untuk hiburan tanpa diarahkan pada aktivitas produktif yang mendukung citra sekolah. Akun media sosial sekolah juga belum dikelola secara optimal, ditandai dengan minimnya pembaruan konten, tidak adanya konsistensi visual, serta konten yang masih bersifat dokumentatif dan kurang informatif bagi publik. Lebih lanjut, kesenjangan struktural juga terlihat dari belum adanya tim kreatif sekolah yang secara khusus bertanggung jawab dalam pengelolaan konten digital dan branding institusi. Aktivitas publikasi dan promosi dilakukan secara sporadis oleh individu tanpa koordinasi yang jelas, sehingga potensi akademik dan non-akademik sekolah belum terekspose secara maksimal. Selain itu, guru yang memiliki motivasi inovatif belum dibekali keterampilan teknis dalam pembuatan konten kreatif seperti desain grafis, video, infografis, dan penulisan narasi promosi berbasis digital.

Dengan demikian, gap utama dalam penelitian/pengabdian ini terletak pada perbedaan antara tuntutan ideal literasi digital dan branding sekolah di era digital dengan kondisi nyata kompetensi digital guru dan siswa serta sistem pengelolaan media digital sekolah yang masih terbatas. Kesenjangan ini menegaskan perlunya intervensi berupa pelatihan, pendampingan, dan pembentukan tim kreatif internal yang terstruktur guna meningkatkan kapasitas literasi digital, kemampuan produksi konten kreatif, serta strategi branding sekolah secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini hadir untuk menjembatani gap tersebut melalui penguatan literasi digital, pelatihan konten kreatif, dan strategi branding sekolah berbasis media digital, sehingga MTs SKB 3 Menteri BIPDA Perbaungan mampu meningkatkan visibilitas publik, memperkuat identitas kelembagaan, dan beradaptasi secara optimal terhadap transformasi digital pendidikan. Selain itu, kemampuan guru dalam membuat konten kreatif (video, infografis, dan narasi digital) juga masih terbatas. Menurut (Azka, Segarwati, and Rizalul Haq 2025), pelatihan konten kreatif berbasis digital marketing efektif meningkatkan visibilitas lembaga dan engagement audiens di media sosial. Dengan demikian, guru perlu didukung melalui pelatihan dan pendampingan sistematis agar dapat menjadi agen utama branding sekolah yang modern, informatif, dan berkarakter (Sari and Rahman 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini berfokus pada penguatan literasi digital guru dan siswa melalui pelatihan konten kreatif dan strategi branding sekolah. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada pelatihan teknis, tetapi juga pada transformasi mindset guru agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan menjadi duta digital bagi institusinya (Hudiyanti, Bachtiar, and Setiawan 2019). Selain itu, pendekatan kegiatan ini juga diharapkan dapat membantu MTs SKB Menteri BIPDA Perbaungan dalam membangun tim kreatif internal yang mampu mengelola media sosial sekolah secara profesional. Dengan demikian, sekolah dapat meningkatkan visibilitas publik, memperkuat identitas lembaga, dan menjadi contoh transformasi digital pendidikan tingkat madrasah yang berdaya saing tinggi di era modern

II. MASALAH

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan kajian kondisi di lapangan, terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh MTs SKB 3 Menteri BIPDA Perbaungan:

1. Rendahnya tingkat literasi digital guru dan siswa. Sebagian besar guru dan siswa masih berada pada tahap penggunaan teknologi secara dasar, terbatas pada aplikasi pesan dan administrasi sekolah. Belum terdapat pemahaman mendalam tentang pemanfaatan teknologi untuk pembelajaran, komunikasi publik, atau promosi lembaga.
2. Kurangnya keterampilan pembuatan konten digital edukatif. Guru dan siswa belum memiliki pengetahuan serta kemampuan dalam membuat konten digital seperti video pendek, poster edukatif, dan desain visual yang menarik. Akibatnya, kegiatan sekolah belum terekspos secara optimal di media sosial.
3. Belum adanya sistem pengelolaan branding sekolah yang terstruktur. Sekolah belum memiliki pedoman, tim kreatif, maupun strategi branding yang terencana. Akun media sosial sekolah tidak dikelola dengan baik dan belum menampilkan identitas sekolah secara konsisten.



Gambar 1. Lokasi Pengabdian PKM

III. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan edukatif yang melibatkan guru serta siswa sebagai mitra utama. Metode pelaksanaan dirancang secara sistematis melalui beberapa tahapan berikut:

1. Sosialisasi

Tahap awal kegiatan diawali dengan sosialisasi program pengabdian kepada pihak sekolah. Pada tahap ini, tim pengabdian menjelaskan tujuan kegiatan, manfaat, jadwal pelaksanaan, serta bentuk partisipasi dari guru dan siswa. Sosialisasi juga digunakan untuk menggali lebih dalam kebutuhan mitra serta menyesuaikan materi pelatihan dengan kondisi sekolah.

2. Pelatihan

Tahap pelatihan dilakukan melalui workshop interaktif yang mencakup dua materi utama:

- a. Pelatihan Literasi Digital, meliputi pemahaman dasar tentang etika digital, keamanan data, serta pemanfaatan teknologi untuk pembelajaran dan publikasi sekolah.
- b. Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif, berupa praktik desain grafis dan pembuatan video edukasi menggunakan aplikasi sederhana seperti *Canva* dan *CapCut*.
- c. Metode pelatihan dilakukan dengan kombinasi teori singkat, demonstrasi, dan praktik langsung agar peserta memperoleh pengalaman nyata dalam mengelola media digital.

3. Penerapan Teknologi

Setelah pelatihan, guru dan siswa menerapkan hasil pembelajaran dengan membuat konten digital sekolah. Kegiatan ini melibatkan pembuatan poster, video, dan infografis tentang kegiatan sekolah, kemudian diunggah ke media sosial resmi sekolah. Tim pengabdian mendampingi proses ini agar peserta mampu menerapkan prinsip desain, komunikasi visual, dan etika publikasi yang benar. Penerapan teknologi diharapkan menjadi awal terbentuknya tim kreatif sekolah yang berperan mengelola konten secara mandiri.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Setelah pelatihan, guru dan siswa mulai menerapkan hasil pembelajaran dengan memproduksi berbagai konten digital sekolah. Penerapan teknologi ini didukung oleh data sebagai berikut:

Data Penunjang Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat tentang Penerapan Teknologi yaitu setelah pelatihan, guru dan siswa mulai menerapkan hasil pembelajaran dengan memproduksi berbagai konten digital sekolah.

Penerapan teknologi ini didukung oleh data sebagai berikut:

a. Partisipasi Peserta

Jumlah peserta pelatihan sebanyak 30 orang, terdiri dari 15 guru (50%) dan 15 siswa (50%).

Sebanyak 90% peserta terlibat aktif dalam praktik pembuatan konten digital.

b. Jenis Konten Digital yang Dihasilkan

Selama tahap penerapan, peserta berhasil memproduksi:

1) Poster digital: 18 karya

2) Video kegiatan sekolah: 7 video

3) Infografis informasi sekolah: 10 karya

Konten tersebut mencakup dokumentasi kegiatan akademik dan ekstrakurikuler, profil sekolah, serta pengumuman kegiatan.

c. Pemanfaatan Media Sosial Sekolah

Platform yang digunakan adalah Instagram dan Facebook resmi sekolah.

Frekuensi unggahan meningkat dari 1–2 unggahan per bulan menjadi 2–3 unggahan per minggu.

Interaksi media sosial meningkat sekitar 60% dibandingkan sebelum kegiatan.

d. Pembentukan Tim Kreatif Sekolah

Terbentuk tim kreatif sekolah yang terdiri dari 5 guru dan 7 siswa, bertugas mengelola produksi konten, penjadwalan unggahan, serta menjaga konsistensi identitas visual sekolah.

e. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan selama 4 minggu dengan frekuensi satu kali per minggu.

Bentuk pendampingan meliputi review konten, konsultasi desain dan narasi, serta etika publikasi digital. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa 85% peserta mampu membuat konten secara mandiri dan 80% konten memenuhi prinsip desain visual.

Evaluasi dilakukan melalui:

1) Kuesioner Literasi Digital

Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan skor rata-rata dari 62% (kategori sedang) menjadi 85% (kategori baik).

2) Observasi Kualitas Konten

Sebanyak 75% konten dinilai menarik dan informatif, 70% konsisten secara visual, dan 80% sesuai dengan citra sekolah.

3) Diskusi dan Refleksi Peserta

Guru dan siswa menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan motivasi dalam memanfaatkan teknologi digital.

5. Partisipasi Mitra

Mitra, yaitu MTs SKB Menteri BIPDA Perbaungan, berperan aktif dalam seluruh tahapan kegiatan.

Partisipasi mitra meliputi:

a) Menyediakan tempat dan fasilitas kegiatan.

b) Menunjuk guru dan siswa peserta kegiatan.

c) Membentuk tim kreatif sekolah.

d) Melanjutkan pengelolaan media sosial sekolah secara mandiri setelah kegiatan selesai.

6. Evaluasi Keberlanjutan

Evaluasi dilakukan pada setiap tahap kegiatan, mulai dari pelatihan hingga penerapan teknologi. Keberhasilan program diukur melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan hasil karya peserta. Hasil evaluasi dijadikan dasar untuk pengembangan program lanjutan seperti pelatihan tingkat lanjut, lomba konten kreatif sekolah, atau kerja sama antarsekolah untuk berbagi praktik baik.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di MTs SKB Menteri BIPDA Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, dengan melibatkan 60 siswa kelas IX, guru, serta pihak manajemen sekolah.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap, meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta perencanaan keberlanjutan program.

1. Hasil Tahap Sosialisasi

Tahap sosialisasi merupakan tahap awal kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan program pengabdian kepada pihak sekolah. Pada tahap ini, tim pengabdian menjelaskan tujuan kegiatan, manfaat yang akan diperoleh, jadwal pelaksanaan, serta bentuk partisipasi yang diharapkan dari guru dan siswa.

Hasil sosialisasi menunjukkan adanya respons positif dari pihak sekolah. Guru dan siswa menunjukkan antusiasme serta keterbukaan dalam menerima program literasi digital dan branding sekolah. Selain itu, melalui diskusi yang dilakukan pada tahap sosialisasi, tim pengabdian memperoleh gambaran mengenai kebutuhan mitra, khususnya terkait keterbatasan pemahaman literasi digital dan pengelolaan media sosial sekolah. Informasi tersebut menjadi dasar dalam menyesuaikan materi pelatihan agar sesuai dengan kondisi dan kemampuan peserta.

2. Hasil Tahap Pelatihan

Tahap pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop interaktif yang melibatkan 60 siswa kelas IX serta guru pendamping. Pelatihan difokuskan pada dua materi utama, yaitu literasi digital dan pembuatan konten kreatif. Pada pelatihan literasi digital, peserta diberikan pemahaman mengenai etika digital, keamanan data, serta pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pembelajaran dan publikasi kegiatan sekolah. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya bersikap bijak dalam menggunakan media digital serta kesadaran akan risiko dan tanggung jawab dalam publikasi konten. Selanjutnya, pada pelatihan pembuatan konten kreatif, peserta melakukan praktik langsung desain grafis dan pembuatan video edukatif menggunakan aplikasi sederhana seperti Canva dan CapCut. Metode pelatihan yang mengombinasikan teori singkat, demonstrasi, dan praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta. Peserta mampu menghasilkan konten visual yang menarik dan sesuai dengan karakter sekolah.

3. Hasil Tahap Penerapan Teknologi

Berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital guru dan siswa merupakan faktor kunci dalam mendukung transformasi pendidikan dan penguatan citra institusi pendidikan di era digital. Penelitian oleh Harmawati (2024) mengungkapkan bahwa literasi digital guru di Indonesia umumnya masih berada pada kategori menengah, khususnya pada aspek kreativitas digital dan keamanan siber. Temuan tersebut sejalan dengan hasil observasi awal pada kegiatan pengabdian ini, yang menunjukkan bahwa guru dan siswa masih memanfaatkan teknologi digital secara terbatas dan belum optimal untuk kegiatan produktif dan branding sekolah. Dengan demikian, hasil pengabdian ini tidak hanya mengonfirmasi temuan penelitian dan pengabdian sebelumnya terkait rendahnya literasi digital awal, tetapi juga menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang disertai pendampingan berkelanjutan dan praktik nyata mampu memberikan dampak yang lebih signifikan dan berkelanjutan terhadap peningkatan literasi digital, kualitas konten kreatif, serta penguatan branding sekolah.

4. Hasil Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan secara rutin selama beberapa minggu setelah pelatihan untuk memastikan keberlanjutan hasil kegiatan. Tim PkM memantau aktivitas tim kreatif sekolah, memberikan umpan balik terhadap konten yang dihasilkan, serta membantu penyusunan panduan identitas visual sekolah.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui kuesioner untuk mengukur peningkatan literasi digital peserta sebelum dan sesudah kegiatan, observasi langsung terhadap kualitas konten, serta diskusi bersama guru dan siswa. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam literasi digital serta kemampuan menghasilkan konten kreatif yang lebih terstruktur dan komunikatif.

5. Keberlanjutan Program

Sebagai bentuk keberlanjutan, sekolah membentuk tim branding sekolah yang terdiri dari guru dan siswa aktif. Tim ini bertugas mengelola media sosial sekolah, memperbarui konten secara berkala, serta melanjutkan praktik literasi digital yang telah diperoleh selama kegiatan pengabdian.

Pihak sekolah juga berkomitmen menjadikan hasil kegiatan ini sebagai bagian dari program kerja tahunan, khususnya dalam bidang publikasi dan teknologi informasi. Tim PkM tetap membuka jalur komunikasi untuk memberikan bimbingan dan konsultasi daring apabila dibutuhkan di masa mendatang.

6. Partisipasi Mitra dan Evaluasi Keberlanjutan

Mitra kegiatan, yaitu MTs SKB Menteri BIPDA Perbaungan, berperan aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Partisipasi mitra meliputi penyediaan tempat dan fasilitas, penunjukan guru dan siswa peserta, pembentukan tim kreatif sekolah, serta keberlanjutan pengelolaan media sosial sekolah setelah kegiatan

selesai. Evaluasi keberlanjutan dilakukan pada setiap tahap kegiatan, mulai dari pelatihan hingga penerapan teknologi. Keberhasilan program diukur melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan hasil karya peserta. Hasil evaluasi ini menjadi dasar pengembangan program lanjutan, seperti pelatihan tingkat lanjut, lomba konten kreatif antar siswa, serta kerja sama antarsekolah untuk berbagi praktik baik dalam pengelolaan media digital.

PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pendekatan bertahap melalui sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan efektif dalam meningkatkan literasi digital dan kemampuan konten kreatif siswa serta guru. Keterlibatan aktif 60 siswa kelas IX memperkuat pembentukan budaya literasi digital di lingkungan sekolah.

Penguatan branding sekolah melalui konten kreatif menjadi salah satu dampak nyata kegiatan ini. Sekolah tidak hanya memperoleh peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga kesadaran akan pentingnya citra dan komunikasi digital yang positif dan berkelanjutan.

Tabel 1. Hasil Kegiatan

Aspek Analisis	Keunggulan	Kelemahan
Kesesuaian dengan kondisi masyarakat	Sesuai dengan kebutuhan siswa dan guru yang sudah terbiasa menggunakan gawai namun belum memahami literasi digital secara optimal	Tingkat literasi digital peserta tidak merata
Manfaat luaran	Konten kreatif dapat langsung digunakan untuk publikasi dan branding sekolah	Kualitas konten masih bergantung pada pendampingan
Partisipasi siswa	Melibatkan 60 siswa kelas IX secara aktif dalam tim kreatif sekolah	Tidak semua siswa memiliki minat dan kemampuan teknis yang sama
Ketersediaan teknologi	Memanfaatkan aplikasi sederhana (Canva dan CapCut) yang mudah diakses	Keterbatasan perangkat dan koneksi internet
Keberlanjutan program	Terbentuk tim branding sekolah	Keberlanjutan bergantung pada komitmen sekolah

Keunggulan dan Kelemahan Luaran Kegiatan, Tingkat Kesulitan Pelaksanaan, serta Peluang Pengembangan



Gambar 2. Grafik tingkat kesulitan pengembangan



Gambar 3. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

V. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berjudul “Literasi Digital Melalui Konten Kreatif dan Branding Sekolah” yang dilaksanakan di MTs BIPDA Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, dengan melibatkan 60 siswa kelas IX dan guru pendamping, telah terlaksana secara efektif dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Keberhasilan kegiatan ini tercermin dari capaian output, outcome, dan dampak yang terukur berdasarkan data hasil pelaksanaan, pendampingan, dan evaluasi. Pendekatan bertahap yang diterapkan melalui sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, serta pendampingan dan evaluasi terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital peserta. Hasil kuesioner pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan pemahaman literasi digital peserta dari kategori sedang menjadi baik, khususnya pada aspek etika digital, keamanan data, serta pemanfaatan media digital secara produktif. Selain peningkatan pengetahuan, peserta juga menunjukkan peningkatan keterampilan praktis dalam pembuatan konten kreatif, seperti poster digital, video kegiatan sekolah, dan infografis, dengan tingkat kemandirian peserta mencapai lebih dari 80% pada tahap akhir pendampingan.

Hasil observasi kualitas konten menunjukkan bahwa sebagian besar konten yang dihasilkan telah memenuhi prinsip dasar desain visual dan komunikasi publik yang efektif, ditandai dengan penyampaian pesan yang lebih terstruktur, visual yang konsisten, serta narasi yang komunikatif. Peningkatan frekuensi unggahan dan interaksi pada media sosial sekolah setelah kegiatan pengabdian menjadi indikator bahwa pemanfaatan konten kreatif berkontribusi nyata terhadap penguatan branding sekolah dan peningkatan visibilitas sekolah di ruang digital. Selain itu, terbentuknya tim branding sekolah yang melibatkan guru dan siswa merupakan indikator penting keberhasilan dan keberlanjutan program. Keberadaan tim ini menunjukkan adanya perubahan mindset dari sekadar pengguna teknologi menjadi pengelola dan produsen konten digital yang sadar akan pentingnya citra dan komunikasi publik sekolah. Tim branding sekolah diharapkan mampu mengelola media sosial secara mandiri dan konsisten, sehingga hasil kegiatan pengabdian tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi berkembang menjadi program berkelanjutan di lingkungan sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Azka, Z. N., Y. Segarwati, and R. Rizalul Haq. 2025. “Developing Digital Marketing Content Writing Capacity to Increase Educators’ Social Media Visibility.” *Journal of Social and Creative Research* 3(1):60–72.
- Aini, Q., Budiarto, M., & Rahardja, U. (2020). Digital marketing and school branding strategy through social media.

-
- Journal of Physics: Conference Series*, 1477(2), 022039. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1477/2/022039>
- Bulya, B., and S. Izzati. 2024. "Indonesia's Digital Literacy as a Challenge for Democracy in the Digital Age." *JSM: Jurnal Sosial Media* 4(2):34–45.
- Eriani, Y. 2024. "Social Media Branding Strategies That Strengthen School Identity." *ACOPEN Journal* 5(2):101–10.
- Harmawati, Y. 2024. "Data of Digital Literacy Level Measurement of Indonesian Teachers." *Data in Brief*.
- Hudiyanti, Cinthia Vairra, Fitra A. Bachtiar, and Budi Darma Setiawan. 2019. "Perbandingan Double Moving Average Dan Double Exponential Smoothing Untuk Peramalan Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara Di Bandara Ngurah Rai." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 3(3):2667–72.
- Mulyani, S. 2025. "Transformasi Branding Sekolah Melalui Digital Marketing: Studi Di SMA Negeri 3 Prabumulih." *Jurnal Ilmiah Global Education* 6(3):2079–93.
- Mursidi, A. 2022. "Digital Literacy Competence Levels of Indonesian Junior and Senior High School Teachers." *JETL: Journal of Education and Teaching Learning* 7(1):10–21.
- Nasrullah, R., Aditya, W., Satya, T. I., Nento, M. N., Hanifah, N., & Miftahussururi. (2017). *Materi pendukung literasi digital: Gerakan literasi nasional*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Pratiwi, N. W., & Pritanova, N. (2017). Pengaruh literasi digital terhadap psikologis anak dan remaja. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 11(1), 11–24.
- Rahmawati, Y., & Nugroho, C. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding sekolah menengah. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 63–76.
- Sari, D. P., and T. Rahman. 2024. "Empowering Teachers through Project-Based Digital Literacy Training." *International Journal of Emerging Educational Technologies* 9(2):22–33.
- Sogalrey, M. F. A. M. 2024. "Digital Literacy Research in Education: Trends and Insights." *Jurnal Kependidikan* 11(1):55–67.
- Susanto, A., & Akmal, H. (2019). Media sosial sebagai sarana branding sekolah di era digital. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 3(2), 89–98.
- Widodo, A., & Nursaptini. (2020). Problematika literasi digital di kalangan pelajar. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 10(1), 45–54.
- Wijaya, H. 2023. "Analysis of Digital Marketing Strategies on Educational Institutions." *KJM: Jurnal Komunikasi Dan Manajemen* 9(2):45–58.