



## OPTIMALISASI VISUAL BRANDING SEKOLAH MELALUI PROGRAM DIGITAL CONTENT CREATOR DI SMA MUHAMMADIYAH I PEKANBARU

Qori Islami Aris<sup>1\*</sup>, Essy Syam<sup>2</sup>, Triono Dul Hakim<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Lancang Kuning, Riau

<sup>2</sup> Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Lancang Kuning, Riau

<sup>3</sup> Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Lancang Kuning, Riau

Email korespondensi : [qoriislamibintiaris@unilak.ac.id](mailto:qoriislamibintiaris@unilak.ac.id)

### Keywords:

*content creator, creative team, digital marketing, social media, visual branding*

### ABSTRACT

This community service program aims to optimize the visual branding of SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru through enhancing Creative Team students' capabilities in digital content creation. Partner problems include the absence of comprehensive brand guidelines, inconsistent visual content quality, limited technical capabilities of the Creative Team in photography and videography, and non-standardized visual content management systems. The six-month program employed a collaborative academic-practitioner approach using learning by doing methodology through three phases: preparation, implementation, and monitoring evaluation. Main activities consisted of visual branding conceptual workshops and practical photography-videography training involving 25 Creative Team students under professional content creator practitioner guidance. Program results demonstrated 85% increase in conceptual understanding, 92% participant satisfaction rate, and 34% improvement in school social media engagement rate. All participants successfully mastered professional photography equipment operation and basic composition-lighting techniques. Program outcomes include school visual branding guidelines, content creation training module drafts, and establishment of structured and sustainable content management systems. The program successfully created a Creative Team with quality content production capabilities that integrates Islamic values with modern digital trends for school visual branding optimization.

### Keywords:

*content creator, digital marketing, media sosial, tim kreatif, visual branding*

### ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan visual branding SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru melalui peningkatan kemampuan Tim Kreatif siswa dalam digital content creation. Permasalahan mitra meliputi belum adanya brand guidelines komprehensif, inkonsistensi kualitas konten visual, keterbatasan kemampuan teknis Tim Kreatif dalam fotografi dan videografi, serta belum terstandarnya sistem pengelolaan konten visual. Program dilaksanakan selama enam bulan menggunakan pendekatan kolaboratif akademisi-praktisi dengan metode learning by doing melalui tiga tahap yaitu persiapan, pelaksanaan, dan monitoring evaluasi. Kegiatan utama berupa workshop konseptual visual branding dan pelatihan praktis fotografi-videografi yang melibatkan 25 siswa Tim Kreatif dengan bimbingan praktisi profesional content creator. Hasil program menunjukkan peningkatan pemahaman konseptual mencapai 85%, tingkat kepuasan peserta 92%, dan peningkatan engagement rate media sosial sekolah sebesar 34%. Seluruh peserta berhasil menguasai pengoperasian peralatan fotografi profesional dan teknik dasar komposisi-pencahayaan. Luaran program mencakup guidelines visual branding sekolah, draft modul pelatihan content creation, dan terbentuknya sistem pengelolaan konten yang terstruktur dan berkelanjutan. Program berhasil menciptakan Tim Kreatif dengan kemampuan produksi konten berkualitas yang mengintegrasikan nilai-nilai

Received: 01-12-2025

Accepted: 01-01-2026

---

## 1. PENDAHULUAN

Transformasi digital yang berlangsung dalam dekade terakhir telah mengubah secara fundamental cara institusi pendidikan berkomunikasi dengan stakeholders mereka. Di era dimana media sosial menjadi sumber informasi utama, visual branding telah menjadi elemen krusial dalam membangun dan mempertahankan reputasi sekolah. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi instrumen strategis dalam membangun citra dan keunggulan kompetitif sekolah di tengah persaingan yang semakin ketat (Eriani, 2025). Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pembentukan sikap merek, kesadaran merek, dan citra merek institusi pendidikan (Hermawan, 2021).

Platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube digunakan untuk menampilkan identitas sekolah secara visual dan interaktif, dengan kehadiran digital yang kuat dapat membangun kesan profesional, modern, dan responsif (Sriyono, 2025). Konsistensi dalam penggunaan elemen visual seperti logo, warna, slogan, dan gaya komunikasi menjadi fondasi penting dalam membangun identitas yang kuat dan kepercayaan masyarakat. Konteks pendidikan Islam, khususnya sekolah-sekolah di bawah naungan Muhammadiyah, menghadapi tantangan unik dalam mengembangkan visual branding yang selaras dengan nilai-nilai keislaman sambil tetap menarik bagi generasi digital. Temuan Wulandari et al. (2024) mengungkapkan bahwa nilai-nilai religius dapat menjadi pembeda branding yang kuat jika dikemas secara kreatif dalam format visual dan cerita yang meningkatkan daya tarik sekolah di mata publik.

Keterlibatan generasi Z dalam proses content creation memberikan keuntungan strategis karena karakteristik mereka sebagai digital native yang memiliki pemahaman mendalam tentang tren digital terkini, kemampuan adaptasi yang cepat terhadap teknologi baru, serta kreativitas dalam

menciptakan konten yang relevan dengan target audiens mereka (Majid et al., 2022). Penelitian internasional menunjukkan bahwa visual storytelling dan interactive content efektif dalam meningkatkan engagement, dengan platform seperti Instagram menyediakan fitur Stories, polls, dan Q&A sessions yang memungkinkan real-time interaction (Balaji et al., 2022). Partisipasi aktif siswa dalam pembuatan konten menciptakan rasa kepemilikan terhadap citra sekolah dan meningkatkan engagement secara organik.

SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru, sebagai salah satu sekolah unggulan di Kota Pekanbaru, telah menunjukkan keseriusannya dalam menghadapi tantangan era digital dengan membentuk Unit Pelaksana Teknis (UPT) Branding dan Marketing. UPT ini diorganisir secara profesional dengan dua divisi spesialisasi yang saling melengkapi: Divisi Sinematografi & Content Creator yang bertanggung jawab atas produksi konten visual berkualitas tinggi, pengembangan standar videografi dan fotografi sekolah, serta pengelolaan konten media sosial; dan Divisi Broadcasting & Jurnalistik yang fokus pada pengelolaan narasi dan storytelling sekolah, pengembangan konten berita, serta koordinasi dengan media eksternal. Sebagai implementasi strategis, UPT Branding dan Marketing telah membentuk Tim Kreatif yang melibatkan siswa-siswi terpilih sebagai ujung tombak dalam produksi konten media sosial sekolah, dengan inisiatif terbaru berupa proyek pembuatan film pendek untuk branding sekolah yang mencakup visualisasi keunggulan fasilitas, dokumentasi prestasi akademik dan non-akademik, testimoni alumni sukses, serta showcase program unggulan dan kegiatan ekstrakurikuler sekolah.

Meskipun telah memiliki struktur organisasi yang mendukung, SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru masih menghadapi beberapa tantangan signifikan dalam optimalisasi visual branding sekolah. Pertama, strategi visual branding yang ada belum maksimal karena belum adanya brand guidelines yang komprehensif, terlihat dari

inkonsistensi dalam penggunaan elemen visual dan belum adanya standar operating procedure (SOP) yang jelas dalam produksi konten. Kedua, kualitas konten visual untuk media sosial masih perlu ditingkatkan, terlihat dari variasi kualitas foto dan video yang dihasilkan, keterbatasan dalam teknik editing profesional, serta belum optimalnya penggunaan peralatan yang tersedia. Ketiga, Tim Kreatif membutuhkan peningkatan kompetensi teknis dalam bidang fotografi dan videografi, pemahaman yang lebih mendalam tentang storytelling visual, serta exposure terhadap best practices dalam content creation. Keempat, standardisasi konten visual masih menjadi kendala dengan belum adanya template standar, variasi gaya visual antar konten, serta sistem quality control yang belum terstruktur.

Program pengabdian kepada masyarakat dirancang untuk memberikan solusi komprehensif melalui kolaborasi dengan praktisi profesional content creator yang berpengalaman dalam industri kreatif digital. Solusi yang ditawarkan meliputi pelatihan fotografi dan videografi dasar yang dibimbing langsung oleh praktisi profesional; workshop visual storytelling dan editing yang menggabungkan pendekatan akademis dengan pengalaman praktis industri; praktik langsung pembuatan konten visual untuk media sosial sekolah dengan supervisi tim pengabdian dan praktisi; penyusunan guidelines visual branding sekolah sebagai acuan standar produksi konten; serta pembentukan tim content creator sekolah yang terstruktur dengan mentoring berkelanjutan.

Konsep visual branding dalam konteks institusi pendidikan dibangun atas empat pilar teoritis utama: konsistensi identitas visual dan narasi, konten kreatif dan autentik, keterlibatan komunitas dan kolaborasi, serta manajemen profesional dan berkelanjutan (Sriyono, 2025). Teori visual storytelling menggarisbawahi pentingnya narrative yang mampu menghubungkan secara emosional dengan audiens melalui konten yang menggambarkan aktivitas nyata dan prestasi institusi. Teori community engagement menegaskan bahwa keterlibatan siswa, guru, orang tua, dan alumni dalam proses branding mampu meningkatkan citra sekolah secara organik serta memperkuat kredibilitas pesan yang disampaikan. Strategi branding harus selaras dengan misi pendidikan dan pengembangan karakter siswa, membantu membangun citra yang kredibel sekaligus mendukung tujuan institusi dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan reputasi.

Berdasarkan analisis permasalahan dan kebutuhan mitra, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan Tim Kreatif SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru dalam membuat konten visual yang berkualitas untuk keperluan branding sekolah; mengembangkan kompetensi teknis siswa dalam bidang fotografi, videografi, dan editing melalui pelatihan hands-on dengan bimbingan praktisi profesional; menyusun guidelines visual branding yang komprehensif sebagai standar operasional dalam produksi konten media sosial sekolah; serta membentuk sistem pengelolaan konten yang terstruktur dan sustainable untuk mendukung optimalisasi visual branding SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru secara berkelanjutan.

## 2. METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan kolaboratif yang menggabungkan keahlian akademis dengan pengalaman praktis industri kreatif digital. Metode pelaksanaan dirancang secara sistematis dalam tiga tahap utama dengan durasi total enam bulan, menggunakan pendekatan learning by doing yang terbukti efektif dalam mengembangkan keterampilan praktis content creation (Wulandari et al., 2024). Kolaborasi dengan praktisi profesional content creator, Rizqa Harumanti, S.S., yang merupakan alumni Fakultas Ilmu Budaya dengan pengalaman industri yang relevan, menjadi kekuatan utama dalam memberikan perspektif praktis yang terkini dan teruji di lapangan.

Tahap Persiapan merupakan fondasi penting yang dilaksanakan selama satu bulan untuk memastikan kesiapan seluruh komponen program. Tahap ini diawali dengan koordinasi intensif bersama pihak SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru, melibatkan kepala sekolah, kepala UPT Branding dan Marketing, serta siswa-siswa yang terpilih dalam Tim Kreatif untuk membangun kesepakatan mengenai jadwal pelaksanaan, mekanisme operasional, dan ekspektasi program secara menyeluruh. Proses seleksi peserta dilakukan melalui mekanisme transparan dengan kriteria yang telah ditetapkan, mencakup minat di bidang content creation, kemampuan dasar penggunaan teknologi digital, dan komitmen untuk mengikuti program secara penuh. Seleksi ini menghasilkan 25 siswa anggota Tim Kreatif dan 3 guru pendamping yang memiliki motivasi tinggi

untuk mengembangkan keterampilan dalam bidang visual branding.

Penyusunan materi dan modul pelatihan dilakukan secara komprehensif dengan mempertimbangkan masukan dari praktisi content creator dan disesuaikan dengan tren terkini industri kreatif digital. Materi dikembangkan dalam dua kategori utama: materi konseptual yang mencakup prinsip-prinsip visual branding, storytelling digital, dan strategi media sosial; serta materi praktis yang fokus pada teknik fotografi, videografi, dan editing profesional. Persiapan infrastruktur dan peralatan dilakukan secara menyeluruh, meliputi pengecekan ketersediaan perangkat digital, software editing, koneksi internet yang memadai, serta koordinasi dengan praktisi untuk memastikan ketersediaan peralatan fotografi profesional yang akan digunakan dalam pelatihan hands-on.

Tahap Pelaksanaan merupakan inti dari program yang berlangsung selama tiga bulan dengan dua kegiatan utama yang saling melengkapi. Kegiatan pertama dilaksanakan pada tanggal 14 Mei 2025 dalam format workshop konseptual yang bertujuan memberikan fondasi teoritis kepada peserta. Sesi ini menyampaikan materi tentang pentingnya konsistensi visual dalam membangun identitas digital sekolah, prinsip-prinsip storytelling visual yang efektif, dan strategi pengembangan konten yang relevan untuk berbagai platform media sosial. Metode penyampaian menggunakan presentasi interaktif, diskusi kelompok, dan studi kasus dari berbagai institusi pendidikan yang telah berhasil mengimplementasikan visual branding secara efektif. Pre-test dan post-test diterapkan untuk mengukur peningkatan pemahaman konseptual peserta terhadap materi yang disampaikan.

Kegiatan kedua pada tanggal 21 Mei 2025 merupakan pelatihan praktis yang menjadi fokus utama program, dimana praktisi profesional Rizqa Harumanti membawa peralatan fotografi lengkap untuk memberikan pengalaman hands-on kepada seluruh peserta. Pelatihan ini menggunakan metode demonstrasi langsung yang diikuti dengan praktik individu terbimbing, memastikan setiap peserta mendapat kesempatan mengoperasikan berbagai jenis kamera profesional dari brand ternama seperti Canon, Sony, dan Fujifilm. Peserta mempelajari teknik dasar pengambilan gambar, prinsip komposisi visual, teknik pencahayaan, dan pengaturan kamera dalam berbagai kondisi. Keterlibatan siswa dalam proses content creation

memberikan keuntungan strategis karena karakteristik mereka sebagai digital native yang memiliki pemahaman mendalam tentang tren digital terkini dan kemampuan adaptasi yang cepat terhadap teknologi baru (Majid et al., 2022). Suasana pelatihan dirancang dinamis dengan pembagian peserta dalam kelompok kecil untuk memastikan bimbingan personal yang memadai dari narasumber.



Fase produksi konten real merupakan tahap aplikatif dimana peserta mulai menghasilkan konten aktual untuk media sosial sekolah dengan supervisi langsung dari tim pengabdian dan praktisi. Setiap konten yang diproduksi melalui proses review dan feedback untuk memastikan kualitas teknis, kesesuaian dengan guidelines yang telah ditetapkan, dan efektivitas dalam menyampaikan pesan branding sekolah. Pendekatan mentoring berkelanjutan diterapkan untuk memberikan arahan dan dukungan dalam pengembangan keterampilan peserta secara konsisten.

Tahap Monitoring dan Evaluasi berlangsung selama dua bulan untuk memastikan keberlanjutan program dan mengukur dampaknya terhadap peningkatan kualitas visual branding sekolah. Pendampingan berkala dilakukan melalui konsultasi teknis, review konten yang dipublikasikan, dan pemberian feedback konstruktif untuk pengembangan lebih lanjut. Assessment keterampilan praktis dilakukan dengan memantau kualitas konten yang diproduksi dan dipublikasikan di media sosial sekolah, menggunakan rubrik penilaian yang mencakup aspek teknis, estetika, konsistensi branding, dan efektivitas pesan.

Evaluasi komprehensif dilakukan melalui survei kepuasan peserta, pengukuran engagement media sosial sekolah, dan analisis peningkatan kualitas visual konten yang dipublikasikan. Sistem

monitoring berbasis data dan insight media sosial diterapkan untuk mengukur dampak program terhadap peningkatan interaksi dan jangkauan konten sekolah di platform digital (Sriyono, 2025). Seluruh proses didokumentasikan secara sistematis dalam laporan komprehensif yang mencakup analisis pencapaian program, identifikasi tantangan yang dihadapi, best practices yang ditemukan, serta rekomendasi untuk pengembangan program serupa di masa mendatang. Dokumentasi ini menjadi dasar untuk evaluasi keberhasilan program dan perencanaan replikasi program di institusi pendidikan lainnya.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat "Optimalisasi Visual Branding Sekolah melalui Program Digital Content Creator di SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru" telah dilaksanakan sesuai dengan metodologi yang ditetapkan dan menghasilkan temuan signifikan dalam peningkatan kemampuan Tim Kreatif siswa. Pelaksanaan program dalam dua kegiatan utama pada tanggal 14 Mei dan 21 Mei 2025 menunjukkan efektivitas pendekatan kolaboratif antara akademisi dan praktisi profesional dalam mengembangkan kompetensi digital content creation siswa SMA.

*Gambar 1. Suasana ruang pertemuan yang digunakan untuk kegiatan pertama, menunjukkan setting formal dengan proyektor dan layar presentasi untuk workshop konseptual visual branding*

Kegiatan pertama berupa workshop konseptual berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap prinsip-prinsip visual branding secara signifikan. Evaluasi menggunakan pre-test dan post-test pada 25 siswa peserta menunjukkan peningkatan pemahaman konseptual mencapai 85%. Data ini mengindikasikan bahwa materi yang disampaikan tentang konsistensi visual, storytelling digital, dan strategi media sosial telah dipahami dengan baik oleh peserta. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa media sosial mampu menjadi instrumen strategis dalam menciptakan citra positif sekolah melalui visualisasi konsisten dan narasi inspiratif (Sriyono, 2025). Partisipasi aktif peserta dalam sesi diskusi dan tanya jawab mencerminkan antusiasme tinggi terhadap pengembangan kemampuan visual branding, sesuai dengan

karakteristik generasi Z yang memiliki minat alami terhadap digital content creation.

*Gambar 2. Momen penyampaian materi "Good Visual Branding" yang menampilkan konsep Brand Identity. Slide presentasi menunjukkan diagram yang menjelaskan elemen-elemen penting dalam membangun identitas merek, memberikan fondasi teoritis yang kuat bagi peserta sebelum masuk ke praktik langsung.*

Kegiatan kedua berupa pelatihan praktis fotografi dan videografi menghasilkan peningkatan keterampilan teknis yang terukur pada seluruh peserta. Rizqa Harumanti selaku praktisi



profesional berhasil mentransfer pengetahuan industri kreatif melalui pendekatan hands-on menggunakan peralatan fotografi profesional dari berbagai brand ternama. Setiap peserta mendapat kesempatan langsung mengoperasikan kamera Canon DSLR, Sony mirrorless, dan Fujifilm, memberikan pengalaman komprehensif dalam teknologi fotografi modern. Data observasi menunjukkan bahwa 100% peserta mampu mengoperasikan peralatan dasar fotografi setelah pelatihan, dengan 92% peserta menguasai teknik komposisi dan pencahayaan dasar dalam waktu sesi pelatihan.

*Gambar 3. Peralatan fotografi profesional yang digunakan dalam pelatihan, termasuk kamera Canon DSLR, Sony mirrorless, dan tas peralatan lengkap. Keberagaman peralatan ini memungkinkan peserta mendapat exposure terhadap berbagai teknologi fotografi yang digunakan dalam industri kreatif.*

Metode pembelajaran yang diterapkan menggunakan pendekatan learning by doing terbukti sangat efektif untuk karakteristik peserta yang merupakan digital native. Pembagian peserta dalam kelompok kecil memungkinkan bimbingan

personal yang intensif, dengan rasio 1 narasumber untuk 8-9 peserta. Suasana pelatihan yang dinamis dalam ruang kelas yang didekorasi khusus menciptakan atmosfer kondusif untuk pembelajaran praktis. Temuan ini mendukung teori bahwa keterlibatan siswa dalam proses content creation memberikan keuntungan strategis karena pemahaman mendalam mereka terhadap tren digital dan kemampuan adaptasi yang cepat terhadap teknologi baru (Majid et al., 2022).

*Gambar 4. Suasana pelatihan praktis di ruang kelas. Narasumber terlihat memberikan demonstrasi langsung teknik fotografi sementara peserta berkumpul dengan penuh perhatian untuk mengamati setiap detail yang dijelaskan.*

Evaluasi komprehensif program melalui survei kepuasan peserta menghasilkan tingkat kepuasan mencapai 92%, dengan indikator utama berupa peningkatan keterampilan praktis (95%), pemahaman konseptual visual branding (89%), dan motivasi pengembangan kemampuan lanjutan (96%). Data ini mengonfirmasi keberhasilan program dalam mencapai tujuan utama yaitu peningkatan kemampuan Tim Kreatif dalam membuat konten visual berkualitas. Assessment keterampilan yang dilakukan dua minggu pasca pelatihan menunjukkan peningkatan kualitas konten yang dipublikasikan di media sosial sekolah, dengan indikator konsistensi visual, penerapan teknik fotografi yang tepat, dan storytelling yang lebih efektif.

Monitoring terhadap konten yang diproduksi Tim Kreatif pasca pelatihan menunjukkan perubahan signifikan dalam kualitas visual dan konsistensi branding. Analisis konten media sosial sekolah menunjukkan peningkatan engagement rate sebesar 34% dalam periode dua minggu pasca pelatihan, dengan kenaikan jumlah likes, comments, dan shares pada postingan yang diproduksi menggunakan teknik yang telah dipelajari. Data ini mendukung temuan penelitian bahwa strategi pemasaran media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pembentukan sikap merek dan citra institusi pendidikan (Hermawan & Setyowati, 2021).

Temuan penting lainnya adalah terbentuknya pemahaman kolektif tentang pentingnya konsistensi visual dalam membangun identitas digital sekolah. Peserta menunjukkan kemampuan

dalam mengaplikasikan prinsip-prinsip visual branding yang selaras dengan nilai-nilai keislaman dan identitas SMA Muhammadiyah, menghindari kesan pencitraan berlebihan dan menciptakan narasi yang jujur serta inspiratif. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa nilai-nilai religius dapat menjadi pembeda branding yang kuat jika dikemas secara kreatif dalam format visual dan cerita yang meningkatkan daya tarik sekolah (Wulandari et al., 2024).

Luaran konkret yang dihasilkan dari program ini meliputi peningkatan kemampuan 25 siswa Tim Kreatif dalam mengoperasikan peralatan fotografi profesional, penguasaan teknik dasar fotografi dan videografi, serta kemampuan memproduksi konten visual yang dapat langsung diaplikasikan untuk media sosial sekolah. Draft modul pelatihan content creation telah disusun sebagai panduan berkelanjutan, sementara guidelines visual branding dasar telah ditetapkan untuk memastikan konsistensi produksi konten ke depannya. Program berhasil membentuk sistem pengelolaan konten yang lebih terstruktur dengan melibatkan siswa sebagai motor penggerak utama, menciptakan rasa kepemilikan terhadap citra sekolah dan meningkatkan engagement secara organik.

Keberhasilan program ini mengonfirmasi efektivitas pendekatan kolaboratif akademisi-praktisi dalam program pengembangan kemampuan content creation. Kolaborasi dengan praktisi profesional memberikan perspektif industri yang terkini dan aplikatif, sementara pendampingan akademis memastikan transfer knowledge yang sistematis dan terstruktur. Temuan ini berkontribusi pada pengembangan model pelatihan visual branding untuk institusi pendidikan, khususnya dalam konteks sekolah Islam yang memerlukan pendekatan khusus dalam mengintegrasikan nilai-nilai religius dengan tren digital modern. Program ini dapat direplikasi di institusi pendidikan lainnya dengan penyesuaian konteks dan karakteristik lokal masing-masing.

## 4. SIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat "Optimalisasi Visual Branding Sekolah melalui Program Digital Content Creator di SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru" berhasil memberikan solusi komprehensif terhadap permasalahan visual branding yang dihadapi mitra.

Keempat permasalahan utama yang telah diidentifikasi dalam latar belakang program dapat diatasi melalui pendekatan kolaboratif akademisi-praktisi dengan hasil yang terukur dan berkelanjutan.

Permasalahan pertama terkait strategi visual branding yang belum maksimal akibat ketiadaan brand guidelines komprehensif telah terpecahkan melalui penyusunan guidelines visual branding dasar yang mencakup standar penggunaan elemen visual konsisten selaras dengan identitas SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru. Guidelines ini memberikan acuan operasional yang jelas dalam produksi konten dan memastikan konsistensi visual dalam seluruh aktivitas branding sekolah. Permasalahan kedua mengenai kualitas konten visual yang masih bervariasi berhasil diatasi melalui pelatihan praktis yang menghasilkan peningkatan kemampuan teknis 100% peserta dalam pengoperasian peralatan fotografi profesional dan 92% peserta menguasai teknik komposisi serta pencahayaan dasar.

Permasalahan ketiga berkaitan dengan keterbatasan kemampuan teknis Tim Kreatif telah teratasi melalui program pelatihan hands-on yang menghasilkan 25 siswa dengan kompetensi dasar fotografi dan videografi yang dapat diaplikasikan langsung untuk keperluan branding sekolah. Peningkatan pemahaman konseptual mencapai 85% menunjukkan bahwa peserta tidak hanya menguasai aspek teknis tetapi juga memahami prinsip-prinsip visual storytelling yang efektif. Permasalahan keempat terkait standardisasi konten visual telah diatasi melalui pembentukan sistem pengelolaan konten yang terstruktur dengan melibatkan Tim Kreatif sebagai motor penggerak utama, didukung oleh draft modul pelatihan sebagai panduan berkelanjutan.

Tujuan program untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan Tim Kreatif dalam membuat konten visual berkualitas tercapai dengan indikator tingkat kepuasan peserta 92% dan peningkatan engagement rate media sosial sekolah sebesar 34% dalam periode dua minggu pasca pelatihan. Tujuan mengembangkan kompetensi teknis siswa dalam fotografi, videografi, dan editing terwujud melalui kemampuan seluruh peserta dalam mengoperasikan peralatan profesional dan menerapkan teknik yang telah dipelajari dalam produksi konten aktual. Tujuan menyusun guidelines visual branding komprehensif telah

tercapai dengan tersusunnya framework dasar yang memastikan konsistensi dalam pembuatan konten promosi sekolah. Tujuan membentuk sistem pengelolaan konten yang sustainable terealisasi melalui terbentuknya Tim Kreatif yang memiliki rasa kepemilikan terhadap citra sekolah dan kemampuan berkelanjutan dalam produksi konten berkualitas.

Keberhasilan program ini mengonfirmasi efektivitas pendekatan kolaboratif dalam pengembangan kemampuan content creation untuk institusi pendidikan Islam. Kolaborasi dengan praktisi profesional memberikan perspektif industri yang terkini dan aplikatif, sementara pendampingan akademis memastikan transfer knowledge yang sistematis. Model program ini dapat menjadi rujukan bagi institusi pendidikan lainnya yang menghadapi tantangan serupa dalam optimalisasi visual branding di era digital, khususnya dalam mengintegrasikan nilai-nilai religius dengan tren content creation modern.

## **Saran**

Berdasarkan temuan dan keberhasilan program, terdapat beberapa rekomendasi untuk keberlanjutan dan pengembangan program serupa. Pihak SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru disarankan melakukan pelatihan lanjutan secara berkala setiap semester untuk mempertahankan dan meningkatkan keterampilan yang telah diperoleh Tim Kreatif. Konsistensi penerapan guidelines visual branding yang telah disusun perlu dijaga melalui sistem monitoring internal yang melibatkan guru pendamping dan koordinator UPT Branding dan Marketing. Investasi pada peralatan fotografi dan videografi yang memadai akan mendukung keberlanjutan program content creation, termasuk penyediaan software editing yang legal dan up-to-date untuk memastikan kualitas output yang konsisten.

Sekolah dapat mempertimbangkan kerjasama berkelanjutan dengan praktisi profesional atau institusi perguruan tinggi untuk mentoring jangka panjang. Program magang atau kunjungan industri ke studio kreatif dapat memberikan exposure lebih luas kepada Tim Kreatif tentang perkembangan industri content creation. Pembentukan alumni network dari peserta program dapat menjadi support system dalam pengembangan kemampuan berkelanjutan dan sharing best practices antar generasi Tim Kreatif.

Untuk program pengabdian serupa di masa

mendatang, disarankan memperpanjang durasi pelatihan praktis agar peserta memiliki waktu yang lebih cukup untuk eksplorasi dan pendalaman keterampilan. Penambahan materi tentang strategi media sosial, content planning, dan analytics dapat memperkaya konten pelatihan. Pengembangan sistem evaluasi jangka panjang untuk mengukur dampak program terhadap peningkatan brand awareness dan efektivitas visual branding sekolah akan memberikan data yang lebih komprehensif untuk perbaikan program di masa depan.

Tim pengabdian merekomendasikan penyelesaian modul pelatihan yang sedang dalam tahap penyusunan sebagai prioritas untuk memastikan transfer knowledge dapat berlanjut tanpa kehadiran tim pengabdian secara langsung. Pengembangan platform digital internal untuk sharing karya dan peer review dapat meningkatkan motivasi dan kolaborasi antar anggota Tim Kreatif. Dokumentasi yang lebih komprehensif terhadap proses dan hasil program akan bermanfaat untuk replikasi di institusi pendidikan lainnya dengan penyesuaian konteks lokal masing-masing.

Program lanjutan dapat dikembangkan dengan fokus pada aspek advanced content creation seperti motion graphics, podcast production, atau live streaming untuk memperluas spektrum kemampuan Tim Kreatif. Kolaborasi dengan sekolah-sekolah Muhammadiyah lainnya dalam bentuk festival content creator atau kompetisi visual branding dapat menjadi platform untuk saling belajar dan meningkatkan kualitas. Penerapan sistem reward dan recognition untuk karya terbaik Tim Kreatif akan meningkatkan motivasi dan kualitas produksi konten secara berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih

kepada LPPM Universitas Lancang Kuning atas dukungan pendanaan program ini. Apresiasi juga disampaikan kepada SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru, Tim Kreatif siswa, dan Rizqa Harumanti, S.S., selaku praktisi profesional yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Balaji, M. S., Roy, S. K., & Lassar, W. M. (2022). Language abstraction in social media and its impact on digital marketing. *Journal of Business Research*, 144, 385-397.
- 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>
- Hermawan, H., & Setyowati, N. (2021). Analisis pemasaran media sosial terhadap sikap merek melalui kesadaran merek dan citra merek pada institusi pendidikan. *Jurnal Ideguru*, 6(1), 45-58.
- Majid, N. W. A., Putra, R. S., & Sari, D. P. (2022). Pengembangan keterampilan digital content creator pelajar tingkat menengah atas di Kabupaten Purwakarta. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(2), 283-291.
- Pratama, A., & Nurhidayat, W. (2022). Analisis citra merek melalui strategi branding media sosial Instagram Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Widyakarya*, 10(2), 112-125.
- Sriyono, H. (2025). Social media branding strategies that strengthen school image among stakeholders. *Academia Open*, 10(1). <https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.10953>
- Wulandari, W., Budiawan, B., & Purwandari, D. A. (2024). Strategi membangun school branding guna meningkatkan citra sekolah SMP Negeri 281 Jakarta. *Lentera: Multidisciplinary Studies*, 2(3), 309-316. <https://doi.org/10.2987-2472>