

Transformasi digital sekolah : pengelolaan situs web untuk meningkatkan brand image SMK Kristen Surakarta

Pratama Angga Buana¹, Titin Winarti¹, Edi Widodo¹, Siti Asmiatun², Daffa Nurin Nabil Ma'arif¹, Kasa Kusuma Wardani¹, Adi Susilo¹

¹Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, Indonesia

²Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, Indonesia

Penulis korespondensi : Pratama Angga Buana

E-mail : pratama_angga@usm.ac.id

Diterima: 18 Februari 2026 | Direvisi: 01 April 2026 | Disetujui: 04 April 2026 | Online: 30 April 2026

© Penulis 2026

Abstrak

Belum adanya jejak digital yang kuat serta terbatasnya aktivitas promosi sekolah secara daring menjadi permasalahan utama di SMK Kristen Surakarta. Program pengabdian ini dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan warga sekolah dalam mengelola situs web sebagai saluran informasi resmi yang kredibel guna memperkuat transparansi informasi bagi masyarakat. Kegiatan dilaksanakan melalui pelatihan langsung kepada 15 peserta yang terdiri dari 5 pendidik/tenaga kependidikan sebagai pengelola administrasi dan 10 peserta didik sebagai kontributor konten kreatif. Cakupan materi yang diberikan antara lain pembuatan konten positif, penerapan etika digital, serta optimalisasi fitur-fitur yang terdapat pada situs web sekolah. Proses evaluasi dilakukan melalui *pretest* dan *posttest* guna mengukur tingkat pemahaman etika digital, keamanan data, hak cipta, dan keterampilan pembuatan konten. Data hasil tes dianalisis menggunakan teknik komparatif deskriptif. Hasil menunjukkan adanya kenaikan nilai rata-rata dari 36,78 menjadi 40,44 dengan peningkatan tertinggi pada aspek pemahaman hak cipta (+18%). Selain itu, peserta menunjukkan sikap yang lebih positif terkait fungsi situs web sekolah, terutama dalam kemudahan memperoleh informasi dan mendukung proses penerimaan peserta didik baru. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan dampak efektif dalam meningkatkan literasi digital dan citra sekolah secara daring. Keterbatasan program terletak pada waktu pelaksanaan yang relatif singkat sehingga disarankan adanya pelatihan lanjutan di masa mendatang.

Kata kunci: *branding* sekolah; literasi digital; pelatihan; situs web; SMK Kristen Surakarta

Abstract

The absence of a strong digital footprint and limited online promotional activities are the main challenges at SMK Kristen Surakarta. This community service program was conducted to improve the school community's ability to manage its website as a credible official information channel to strengthen information transparency for the public. The activity was carried out through direct training for 15 participants consisting of 5 teachers/staff as administrative managers and 10 students as creative content contributors. The material covered included creating positive content, applying digital ethics, and optimizing the school website's features. The evaluation process was conducted using pre-tests and post-tests to measure digital ethics, data security, copyright understanding, and content creation skills. The test data were analyzed using descriptive comparative techniques. The results showed an increase in the average score from 36.78 to 40.44, with the highest improvement in the copyright understanding aspect (+18%). In addition, participants showed a more positive attitude regarding the function of the school website, especially in the ease of obtaining information and supporting the new student admission process. Overall, this training effectively improved digital literacy and the school's online

image. The limitation of the program is the relatively short implementation time; therefore, follow-up training is recommended in the future.

Keywords: digital literacy; school branding; SMK Kristen Surakarta; training; situs web

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat dan mudah diakses menuntut masyarakat untuk semakin cakap dalam memanfaatkan perangkat digital. Kemajuan ini juga menekan lembaga pendidikan, termasuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), untuk menyesuaikan diri dan menerapkan strategi digital agar tetap kompetitif (Osly et al., 2022; Sya 'Adah, 2024). Namun, tidak semua sekolah mampu mengoptimalkan teknologi tersebut, terutama terkait literasi digital dan pemanfaatan media daring untuk kebutuhan *branding*. Pemilihan SMK Kristen Surakarta didasarkan pada observasi awal yang menunjukkan bahwa meskipun sekolah memiliki potensi akademik yang baik, namun belum memiliki infrastruktur informasi digital resmi (situs web) yang memadai. Selain itu, lokasi sekolah yang berada di area persaingan pendidikan menengah kejuruan di Surakarta menuntut adanya identitas digital yang kuat untuk menunjang daya saing dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) (Angga Buana et al., 2025).

Ketidakterataan literasi digital masih menjadi isu besar baik di tingkat nasional maupun global. Ketimpangan ini tampak dari perbedaan pengguna dalam mengakses internet, kepemilikan gawai, serta kesiapan infrastruktur pendidikan digital antardaerah. Kondisi serupa juga ditemukan di negara-negara seperti Amerika Serikat, Pakistan, India, dan Indonesia, yang pada akhirnya menciptakan kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi pendidikan (Halim et al., 2024). Situasi ini membuat banyak sekolah, khususnya yang berada di wilayah pinggiran, mengalami kesulitan menerapkan digitalisasi sebagai bagian dari strategi komunikasi maupun *branding*, meskipun koneksi internet secara umum sudah lebih luas tersedia (Rahman et al., 2024). Akibatnya, kemampuan sekolah dalam memanfaatkan media digital untuk promosi dan penyebaran informasi menjadi terbatas.

Media sosial kini telah menjadi sarana komunikasi utama bagi generasi muda Indonesia. Bahkan, Indonesia tercatat sebagai negara dengan pengguna Facebook terbesar ketiga di dunia, setelah India dan Amerika Serikat (Sukoco, 2024). Sejak pandemi Covid-19, penggunaan media sosial menjangkau lebih banyak sektor, seperti pendidikan, bisnis, dan pekerjaan, yang sebagian besar dilakukan secara virtual (Novita & Parinduri, 2024). Data penetrasi internet Indonesia tahun 2024 mencatat bahwa pengguna laki-laki mencapai 50,7%, sementara perempuan 49,1%, dan sebagian besar berasal dari Generasi Z dengan persentase 34,40%, kelompok yang dikenal aktif di ruang digital (Mufti Prasetyo et al., 2024).

Namun, penggunaan media sosial tanpa diimbangi literasi digital yang memadai dapat memicu berbagai masalah, seperti *hoaks*, ujaran kebencian, dan *cyberbullying*, yang banyak melibatkan remaja (Tresnawati et al., 2023). Penyebaran konten negatif tersebut semakin meningkat karena rendahnya kemampuan masyarakat memahami informasi digital serta lemahnya pemahaman etika komunikasi daring (Astuti et al., 2024; Pratiwi et al., 2024). Hoaks sering dibuat dengan bahasa provokatif untuk memengaruhi opini publik, sedangkan ujaran kebencian memicu konflik sosial melalui penyebaran narasi berbau kebencian (Jamilah & Missouri, 2024). *Cyberbullying* juga sering terjadi akibat kurangnya kesadaran remaja dalam menggunakan media digital secara bertanggung jawab (Palupi & Norhabiba, 2021).

Tantangan yang dihadapi SMK Kristen Surakarta berkaitan dengan perlunya peningkatan keterampilan peserta didik dalam menghasilkan konten digital yang positif dan beretika, serta kemampuan dalam mengelola interaksi di media sosial secara tepat, seperti saat memberikan komentar, mengirim pesan, maupun membagikannya. Di sisi lain, kebutuhan penguatan kompetensi teknologi informasi bagi pendidik maupun tenaga pendidik juga perlu diberikan untuk mendukung pemanfaatannya secara optimal. Kondisi tersebut membuat sekolah perlu mengembangkan situs web yang lebih representatif sebagai sarana promosi dan penyebaran informasi resmi.

Rumusan masalah kegiatan ini disusun berdasarkan kebutuhan mendesak akan penguatan *branding* digital di tengah persaingan antar sekolah swasta, sebagaimana dijelaskan oleh Buana et al. (2024) dalam kegiatan pengabdian sebelumnya yang berfokus pada strategi *branding* berbasis media digital. *Branding* sekolah menjadi aspek penting dalam menarik peserta didik baru, terlebih mengingat tingginya persaingan setiap tahun. Salah satu strategi *branding* digital yang banyak digunakan saat ini adalah optimalisasi situs web sekolah dan pemanfaatan media sosial (Ikha Pramayanti et al., 2025; Watajdid et al., 2021).

Kegiatan pengabdian ini merupakan lanjutan dari program semester sebelumnya yang membahas sebatas literasi digital dan *branding* sekolah. Berbeda dengan program pengabdian biasanya yang cenderung fokus hanya pada aspek teknis pembuatan atau penggunaan situs web, namun program ini memberikan kontribusi baru berupa penggabungan manajemen konten teknis dengan penguatan etika digital dan perlindungan hak cipta. Hal ini bertujuan agar pengelola web tidak hanya mampu mengoperasikan sistem, tetapi juga mampu memproduksi konten yang legal, etis, dan memiliki nilai jual (*branding*). Upaya yang dilakukan tim pengabdian untuk menjamin keberlanjutan program yaitu dengan membentuk tim unit pengelola web internal yang terdiri dari kolaborasi guru dan siswa. Selain itu, tim pengabdian memberikan buku panduan operasional (*manual book*) dan menyediakan layanan pendampingan secara daring (*helpdesk*) pasca-pelatihan untuk membantu admin sekolah jika menghadapi kendala teknis di masa depan melalui media sosial WhatsApp.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara luring di aula SMK Kristen Surakarta dan diikuti oleh pendidik, tenaga kependidikan, serta perwakilan peserta didik. Pelatihan dilakukan dengan metode interaktif dan praktik langsung sehingga peserta lebih dapat memahami dan menerapkan strategi *branding* digital secara lebih konkret. Materi yang disampaikan meliputi etika berkomunikasi di media sosial, cara membuat konten yang positif, serta pelatihan teknis pengelolaan situs web sekolah agar dapat memperkuat *branding* digital. (Nuzulita et al., 2022; Wono et al., 2023). Keberhasilan strategi *branding* sekolah dalam program ini diukur melalui tiga indikator utama, yaitu : (1) Indikator Fungsionalitas, berupa ketersediaan menu informasi publik yang lengkap dan aksesibel; (2) Indikator Kompetensi, yang diukur melalui kemampuan teknis peserta dalam mengelola *dashboard* situs web; dan (3) Indikator Respon Pengguna, yaitu penilaian subjektif peserta terhadap peningkatan tampilan visual dan profesionalisme identitas digital sekolah dibandingkan kondisi sebelumnya

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan bagi pendidik, tenaga kependidikan, dan peserta didik yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam memanfaatkan situs web sekolah sebagai media promosi digital. Melalui kegiatan ini, peserta diharapkan mampu menggunakan media tersebut secara bijak, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan sekolah. Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan dua pendekatan, yaitu sosialisasi dan pelatihan praktis. Sosialisasi dilakukan melalui ceramah dan demonstrasi interaktif, sedangkan pelatihan diberikan dalam bentuk praktik langsung agar dapat lebih memahami materi yang disampaikan.

Instrumen evaluasi digunakan untuk mengukur efektivitas kegiatan berupa kuesioner *pretest* dan *posttest*. Instrumen disusun berdasarkan indikator literasi digital Kominfo yang telah diadaptasi sesuai kebutuhan mitra. Sebelum digunakan, instrumen telah melalui uji validitas isi oleh pakar teknologi informasi (*expert judgment*) dari tim pengabdian untuk memastikan relevansi butir soal dengan materi pelatihan. Kegiatan direncanakan berlangsung pada bulan Juni tahun 2025 di Aula SMK Kristen Surakarta dengan durasi sekitar empat jam. Durasi tersebut dipilih sebagai sesi intensif untuk fokus pada operasional teknis dasar dan etika digital. Keterbatasan waktu ini dimitigasi dengan penyediaan modul panduan cetak dan adanya tahap pendampingan pasca-kegiatan (*follow-up*) secara daring guna memastikan peserta dapat mendalami materi secara mandiri. Jumlah peserta yang diundang antara 15-20 orang, terdiri dari pendidik, tenaga kependidikan, dan peserta didik. Tahapan dalam kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Tahap persiapan dilakukan melalui beberapa langkah, yaitu mengidentifikasi kebutuhan kegiatan serta berkoordinasi dengan pihak sekolah mengenai jadwal pelaksanaan, kesiapan peserta, dan ketersediaan sarana prasarana. Selain itu, membahas terkait penentuan waktu pelaksanaan dengan mempertimbangkan kalender akademik sekolah. Pengecekan lokasi kegiatan turut dilakukan untuk memastikan ruang, perangkat, peramban (*browser*), dan koneksi internet berada dalam kondisi siap. Selanjutnya, tim mempersiapkan instrumen evaluasi berupa *pretest* dan *posttest* bagi peserta, serta kuesioner kepuasan untuk mitra. Tabel 1 menyajikan daftar pernyataan yang digunakan dalam kuesioner peserta.

Tabel 1. Daftar Pernyataan pada Kuesioner

No.	Pernyataan
1.	Sudahkah Anda paham tentang digital literasi ?
2.	Paham tentang keamanan data dan cara menjaga privacy data ?
3.	Paham membuat konten serta cara pengambilan gambar/video yang baik ?
4.	Paham konten yang sesuai (positif) dan tidak sesuai (negatif) untuk diunggah ke Internet ?
5.	Pahamkah Anda tentang Hak Cipta, tentang penggunaan dan sanksinya?
6.	Situs web ini mengenalkan dan menyebarkan informasi sekolah ke masyarakat ?
7.	Mudah mengakses alamat web dan dapat diakses dimanapun serta kapanpun ?
8.	Situs web mempermudah mencari informasi yang diinginkan peserta didik maupun alumni ?
9.	Informasi pendaftaran dan prosedur penerimaan peserta didik baru mudah diperoleh
10.	Situs web ini dapat membantu masyarakat untuk mendaftarkan anaknya ke SMK ?

Evaluasi keberhasilan program dilakukan melalui penyebaran instrumen kuesioner *pre-test* dan *post-test* yang telah divalidasi oleh tim pakar teknologi informasi untuk memastikan relevansi butir pernyataan. Instrumen tersebut diukur menggunakan skala *Likert* 1-5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju), di mana skor akhir dikonversi ke dalam skala 100 untuk memudahkan analisis komparatif deskriptif. Butir pernyataan tersebut telah mencakup ketiga indikator keberhasilan strategi *branding* sekolah. Pengelompokan ini bertujuan untuk memastikan bahwa peningkatan kemampuan teknis pengelola berbanding lurus dengan peningkatan kualitas citra digital sekolah di mata masyarakat

Tahap pelaksanaan diawali dengan sesi sambutan, dilanjutkan dengan pengisian kuesioner *pretest* oleh peserta, dan kemudian pemberian materi pelatihan yang disampaikan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat yang terdiri dari dosen dengan pendampingan mahasiswa. Peserta yang meliputi pendidik, tenaga kependidikan, dan peserta didik diberikan kesempatan untuk mempraktikkan pembuatan konten positif pada media sosial serta mencoba langsung penggunaan situs web sekolah. Kegiatan ini kemudian diakhiri dengan pengisian kuesioner *posttest* untuk menilai pemahaman akhir peserta.

Tahap evaluasi dilakukan melalui pengumpulan dan analisis kuesioner *pretest* dan *posttest* untuk melihat peningkatan pemahaman peserta, serta pengumpulan kuesioner dari pihak mitra guna menilai tingkat kepuasan terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Tahap tindak lanjut mencakup penyusunan laporan hasil kegiatan pengabdian dan pemenuhan luaran yang ditargetkan, seperti Hak Kekayaan Intelektual (HKI), publikasi kegiatan, serta publikasi pada media massa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada hari Rabu, 11 Juni 2025, di Ruang Aula SMK Kristen Surakarta. Kegiatan ini berlangsung selama tiga jam dan dihadiri oleh 17 peserta

Transformasi digital sekolah : pengelolaan situs web untuk meningkatkan brand image SMK Kristen Surakarta

sebelum diberikan pelatihan. Namun, pada tahap pelatihan dan evaluasi akhir terdapat 15 peserta yang mengikuti seluruh rangkaian kegiatan secara penuh, yang terdiri dari 5 tenaga pendidik maupun kependidikan, serta 10 peserta didik. Jumlah tersebut ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*) yang terdiri dari administrator inti, staf kependidikan, dan perwakilan siswa terpilih. Tujuannya untuk menjaga efektivitas pelatihan yang bersifat praktis (*hands-on*), sehingga setiap peserta mendapatkan pendampingan intensif dalam mengoperasikan dasbor situs web secara langsung. Acara diawali dengan sambutan berisikan pentingnya literasi digital sebagai bekal generasi muda dalam menghadapi tantangan era informasi kini. Selanjutnya, peserta mengisi kuesioner *pretest* untuk mengukur pemahaman awal terhadap materi yang akan diberikan. Gambar 2 menunjukkan visual pembukaan pelaksanaan kegiatan.



Gambar 2. Pembukaan Pelaksanaan Kegiatan

Materi awal membahas mengenai literasi digital seperti pengertian dasar, urgensi penguasaan literasi digital, serta panduan dalam membuat konten digital yang positif dan kreatif. Peserta dibekali teknik pengambilan gambar, seperti pencahayaan, sudut pengambilan, serta kestabilan saat merekam. Para peserta didik membuat dan membagikan konten positif melalui media sosial masing-masing, didampingi oleh tim. Gambar 3 menampilkan kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan konten digital untuk mem-*branding* sekolah. Gambar 4 menampilkan hasil *branding* digital karya salah satu peserta.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Konten Digital



Gambar 4. Hasil Branding Digital Karya Peserta

Transformasi digital sekolah : pengelolaan situs web untuk meningkatkan brand image SMK Kristen Surakarta

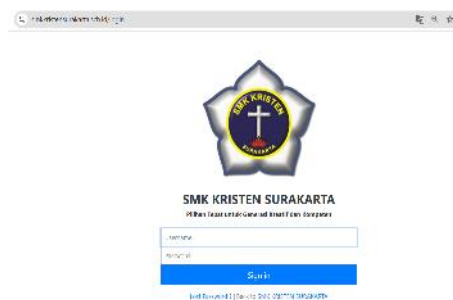
Materi pelatihan yang disampaikan mengenai pengenalan dan pemanfaatan situs web resmi SMK Kristen Surakarta. Peserta dikenalkan dengan alamat situs web sekolah, yaitu <https://smkkristensurakarta.sch.id>, dan dijelaskan mengenai struktur serta fungsi dari masing-masing menu. Selanjutnya, para peserta diminta mempraktikkan penggunaan situs web tersebut, baik melalui *smartphone* maupun laptop pribadi, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 5. Praktik ini bertujuan agar peserta terbiasa dan menguasai jelajah informasi yang tersedia.



Gambar 5. Sosialisasi dan Praktik Penggunaan Situs Web

Sesi ini, peserta dilatih untuk mengakses berbagai fitur penting pada situs web tersebut, seperti menu Tentang Kami, Fasilitas dan Kegiatan Sekolah, Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), Berita, Pengumuman, Alumni dan Karir, serta Hubungi Kami.

Sesi terakhir adalah pelatihan khusus bagi para pendidik maupun tenaga pendidik. Sesi ini dijelaskan mengenai sistem pengelolaan situs web memiliki dua jenis hak akses, yaitu admin (pengelola web secara penuh) dan Kriska (pengelola PPDB dan alumni). Gambar 6 menampilkan tampilan halaman login untuk kedua jenis pengguna, baik untuk admin maupun Kriska.



Gambar 6. Tampilan Halaman Login Admin

Gambar 7 menunjukkan saat para peserta, khususnya pendidik dan tenaga kependidikan, melakukan praktik mengelola situs web sekolah. Pada sesi ini, peserta didampingi untuk memastikan tingkat pemahaman dan penguasaan teknis yang diperoleh untuk dapat diaplikasikan dengan baik.

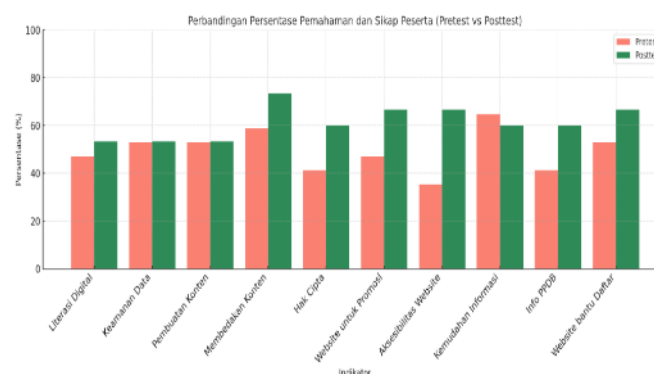


Gambar 7. Praktik Mengelola Situs Web Sekolah

Penutup kegiatan ini diberikan kesempatan sesi tanya jawab interaktif bagi peserta untuk menyampaikan pertanyaan dan pengalamannya selama pelatihan. Kemudian dilanjutkan dengan pengisian kuesioner *posttest* dan sesi foto bersama. Gambar 8 mendokumentasi saat foto bersama.



Gambar 8. Foto Bersama Peserta



Gambar 9. Grafik Hasil Olah Data Kuesioner

Berdasarkan Gambar 9, hasil olah data kuesioner *pretest* dan *posttest* menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan sikap peserta terhadap materi literasi digital serta pemanfaatan *situs web* sekolah. Tabel 2 berikut menunjukkan angka perubahan sesudah pelatihan.

Tabel 1 Data Perubahan Peningkatan Pretest dan Posttest

No.	Aspek yang Diukur	*Pretest (%)	*Posttest (%)	Perubahan
1	Pemahaman Literasi Digital	47,06% (paham)	53,33% (sangat paham)	+6,27%
2	Keamanan Data & Privasi	52,97% (paham)	53,33% (sangat paham)	+0,36%
3	Pembuatan Konten Digital	52,94% (kurang paham)	53,33% (sangat paham)	+0,39%
4	Identifikasi Konten Positif/Negatif	58,82% (paham)	73,33% (sangat paham)	+14,51%
5	Pemahaman Hak Cipta	41,18% (paham)	60,00% (sangat paham)	+18,82%
6	Website sebagai Media Promosi	47,06% (setuju)	66,67% (sangat setuju)	+19,61%
7	Aksesibilitas Website	35,29% (setuju)	66,67% (sangat setuju)	+31,38%
8	Kemudahan Cari Informasi	64,71% (setuju)	60,00% (sangat setuju)	-4,71%
9	Informasi PPDB	41,18% (setuju)	60,00% (sangat setuju)	+18,82%
10	Website bantu masyarakat daftar ke SMK	52,94% (setuju)	66,67% (sangat setuju)	+13,73%

Dilihat dari Gambar 9 dan Tabel 2, secara umum terjadi peningkatan pemahaman dan persepsi positif responden setelah mengikuti pelatihan. Pada aspek literasi digital, terdapat pergeseran signifikan di mana sebelum pelatihan mayoritas peserta (47,06%) berada pada kategori 'Paham', namun setelah intervensi, kategori dominan berpindah menjadi 'Sangat Paham' sebesar 53,33%, atau meningkat 6,27%. Peningkatan paling mencolok terlihat pada aspek Aksesibilitas *Website* yang melonjak sebesar

31,38%, serta Pemahaman Hak Cipta yang meningkat 18,82%. Hal ini membuktikan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat kesadaran etis peserta. Meskipun pada aspek kemudahan mencari informasi (poin 8) terlihat penurunan persentase sebesar 4,71%, hal ini mengindikasikan standar ekspektasi peserta terhadap kualitas informasi yang meningkat setelah memahami struktur situs web yang ideal. Secara keseluruhan, penguatan pada aspek informasi PPDB (meningkat 18,82%) dan peran situs web dalam membantu pendaftaran (meningkat 13,73%) menjadi bukti nyata bahwa keberadaan situs web resmi sangat mendukung strategi *branding* digital SMK Kristen Surakarta

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam pemanfaatan *website* sekolah serta menambah pengetahuan digital terkait media promosi. Peningkatan skor rata-rata dari kedua *test* yang diberikan menunjukkan bahwa para peserta mampu memahami dan menerapkan materi yang diberikan, khususnya pada aspek pembuatan konten digital, keamanan data, dan pemahaman hak cipta. Persepsi peserta terhadap kebermanfaatan situs web ini juga mengalami peningkatan signifikan, baik dalam hal aksesibilitas, penyediaan informasi PPDB, maupun sebagai media untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat. Kendala yang dihadapi adalah keterbatasan waktu dalam mengeksplorasi seluruh fitur digital secara menyeluruh. Namun, kegiatan ini telah mampu memberikan fondasi awal yang kuat bagi pengembangan *branding* sekolah berbasis digital. Saran kedepan mungkin dapat dikembangkan dengan meng-*update* seluruh informasi yang dibutuhkan peserta didik maupun masyarakat atau calon peserta didik baru. Selain itu juga dapat dilakukan pelatihan lanjutan sebagai solusi keterbatasan waktu, serta mengembangkannya agar terintegrasi dengan media sosial sekolah, serta melibatkan sivitas akademik secara menyeluruh, termasuk orang tua dan alumni, guna mendukung keberlanjutan strategi promosi sekolah secara digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kepala Sekolah SMK Kristen Surakarta yang telah memberikan kesempatan, dukungan, dan kerja sama selama kegiatan pengabdian berlangsung. Tidak lupa pula, terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Semarang yang sudah memfasilitasi dan mendanai dalam pelaksanaan kegiatan, serta kepada seluruh tim pelaksana baik dosen maupun mahasiswa yang telah berkontribusi aktif dalam mendukung keberhasilan program pengabdian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Angga Buana, P., Widodo, E., Winarti, T., Nurin Nabil Ma, D., & Kusuma Wardani, K. (2025). Penguatan Branding Sekolah Melalui Literasi Digital dan Virtual Reality. *Abdimasku*, 8(2), 582–590.
- Astuti, Y. M., Dike, D., & Fatawi, I. (2024). Peningkatan Literasi Digital dan Motivasi Guru Sekolah Dasar Melalui Pengembangan Media Belajar Mandiri Berbasis TPACK Dengan Canva. *VOX EDUKASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 15(2), 281–291. <https://doi.org/10.31932/ve.v15i2.3992>
- Buana, P. A., Widodo, E., & Winarti, T. (2024). Pelatihan Virtual Reality Untuk Branding Sekolah Di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Dan Pendidikan*, 1(2), 89–93. <https://journal.redtechidn.org/index.php/mantap/article/view/24>
- Halim, U., Febrina, D., Agustina, A., Hidayat, N., & Ningsih, W. (2024). Digital Inequality: E-Learning Outcomes Among Youth in Indonesia. *JTUS*, 02(1), 8–18.
- Ikha Pramayanti, D., Darlin, E., Uddin, B., Sopiah, S., Gunariah, F., & Kurnia, K. (2025). Optimasi Media Sosial Dalam Memperkuat Personal Branding Bagi Siswa/i SMK Karya Nasional Kab. Kuningan Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.58818/jpm.v3i1.83>

- Jamilah, S., & Missouri, R. (2024). PERAN ETIKA BERBAHASA DALAM MENANGKAL HOAKS DAN UJARAN KEBENCIAN DI ERA DIGITAL. *PENDIRI: Jurnal Riset Pendidikan*, 1(2), 67–75. <https://ejournal.ranedu.my.id/index.php/pendiri/article/view/62>
- Mufti Prasetyo, S., Gustiawan, R., Farhat, F., & Rizzel Albani, F. (2024). ANALISIS PERTUMBUHAN PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA. *BIIKMA : Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan Multimedia*, 2(1), 65–71. <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma>
- Novita, D., & Parinduri, T. A. (2024). ANALISIS PERKEMBANGAN ZAMAN TERHADAP BAHASA, SIKAP DAN AKHLAK STUDI KASUS PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL. *Jurnal Dialect*, 1(1), 18–30.
- Nuzulita, N., Purwanti, E., Taufik, T., Rosyidan, F. Y., Firdausi, F., Arrasyid, N. N., & Husna, O. I. (2022). PENINGKATAN KUALITAS KONTEN PADA MEDIA SOSIAL SEKOLAH SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN BRANDING SEKOLAH DI SURABAYA. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 6(2), 395–405. <https://doi.org/10.20473/jlm.v6i2.2022.395-405>
- Osly, P. J., Araswati, F. D., Meutia, W., & Ihsani, I. (2022). PELATIHAN STRATEGI BRANDING PADA SMKS TINTA EMAS INDONESIA DENGAN WEBSITE DAN SOSIAL MEDIA. *JANATA*, 2(2), 71–75.
- Palupi, M. F. T., & Norhabiba, F. (2021). EDUKASI LITERASI DIGITAL PADA REMAJA DALAM MENANGKAL CYBERBULLYING. *Jurnal Abdidas*, 2(4), 1014–1020. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i4.408>
- Pratiwi, Y. R., Fitri, A., & Ruqayah, R. (2024). LITERASI DIGITAL SEBAGAI LANGKAH MENGHINDARI HOAKS BAGI REMAJA. *MEDIAM: Media Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.25299/bpb.tahun.xxxx>
- Rahman, D. A., Ningrum, F. S., Nurfadilah, N. A., & Humi, R. W. (2024). KEMAMPUAN LITERASI DIGITAL PADA JENJANG SMA/SMK DALAM MENGURANGI PENYEBARAN HOAX. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2(2), 99–108. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i2.3086>
- Sukoco, R. (2024, May 4). COUNTRIES WITH THE MOST FACEBOOK USERS, 2024. https://Seasia.Co/Infographic/Countries-with-the-Most-Facebook-Users-2024?Utm_source=chatgpt.Com.
- Sya 'Adah, S. F. (2024). STRATEGI PROMOSI BERBASIS DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON PESERTA DIDIK BARU DI SEKOLAH. *Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 1(4), 322–333. <https://doi.org/10.62383/dilan.v1i4.882>
- Tresnawati, A., Damawan, A., & Surachman, A. (2023). PERAN PENTING LITERASI DIGITAL DALAM MEMERANGI HOAKS DAN UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI TANTANGAN KOMUNIKASI DI MASYARAKAT DIGITAL. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 1–12.
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh, F. (2021). SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN DIGITAL MARKETING. *JSP : Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XX(2), 163–179.
- Wono, H. Y., Supriaddin, N., Amin, F., Indriastuti, Y., & Sufa, S. A. (2023). MEDIA SOSIAL, LITERASI DIGITAL, DAN INOVASI BISNIS TRIKOTOMI BARU DALAM MANAJEMEN STRATEGI. *BRANDING: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 77–86. <https://www.journal.uinsgd.ac.id/index.php/branding>