

Membangun Guru Go Digital untuk Memaksimalkan Citra Digital Sekolah

Nia Saurina^{1*}, Lestari Retnawati², Firman Hadi Sukma Pratama³, Udik Pudjianto⁴

^{1,2,3} Fakultas Teknik, Informatika, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Surabaya, Indonesia

⁴ Balai Besar Penjaminan Mutu Pendidikan, Surabaya, Indonesia

Email: ^{1*} niasaurina@gmail.com, ² lestari.047@gmail.com, ³ firmanpratama@uwks.ac.id, ⁴ udik.its@gmail.com

*Email : niasaurina@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap pendidikan, di mana citra dan tingkat kepercayaan publik terhadap sekolah kini sangat dipengaruhi oleh jejak digital dan kehadiran media sosial. Meskipun demikian, sebagian besar pendidik dan institusi sekolah masih menghadapi kendala terbatasnya literasi digital teknis serta belum terarahnya publikasi digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi personal branding, content creation, penggunaan kecerdasan buatan (AI), dan digital marketing guna memaksimalkan citra digital sekolah. Mitra sasaran kegiatan ini adalah SMK Sunan Kalijaga Tulungagung dengan melibatkan 37 pendidik. Metode pelaksanaan meliputi tiga tahapan terstruktur: persiapan (coordination dan pre-test), pelaksanaan (workshop interaktif 3 sesi meliputi mindset, produksi konten smartphone, serta integrasi AI), dan evaluasi (post-test dan pendampingan mandiri). Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kompetensi pendidik yang signifikan, dibuktikan dengan kenaikan rata-rata skor keseluruhan dari 62,2 (pre-test) menjadi 85,3 (post-test). Kenaikan tertinggi berada pada aspek digital marketing dan school branding sebesar 24,2 poin. Selain meningkatkan kepercayaan diri guru dalam mengemas materi pembelajaran menjadi konten edukatif yang inspiratif, program ini berhasil membentuk Tim Digital Sekolah yang dibekali Standard Operating Procedure (SOP) publikasi serta kalender konten 30 hari. Kesimpulannya, pelatihan berbasis praktik dan pendampingan terstruktur ini efektif mentransformasi pendidik menjadi content creator beretika serta membangun ekosistem digital sekolah yang mandiri, adaptif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Guru Go Digital, Personal Branding, Content Creation, Digital Marketing.

Abstract

The development of digital technology has fundamentally transformed the educational landscape, where public perception and trust in schools are now heavily influenced by digital footprints and social media presence. However, most educators and educational institutions still face challenges related to limited technical digital literacy and unorganized digital publications. This community service activity aims to enhance educators' competencies in personal branding, content creation, artificial intelligence (AI) utilization, and digital marketing to maximize the school's digital image. The target partner for this activity was SMK Sunan Kalijaga Tulungagung, involving 37 educators. The implementation method consisted of three structured stages: preparation (coordination and pre-test), execution (a 3-session interactive workshop covering mindset transformation, smartphone content production, and AI integration), and evaluation (post-test and self-implementation mentoring). The results demonstrated a significant improvement in educators' competencies, as evidenced by an increase in the overall mean score from 62.2 (pre-test) to 85.3 (post-test). The highest improvement was achieved in digital marketing and school branding aspects, increasing by 24.2 points. Beyond increasing teachers' self-efficacy in producing creative educational content, this program successfully established a School Digital Team equipped with publication Standard Operating Procedures (SOPs) and a 30-day content calendar. In conclusion, hands-on training and structured mentoring effectively transform educators into ethical content creators while building an independent, adaptive, and sustainable school digital ecosystem.

Keywords: Guru Go Digital, Personal Branding, Content Creation, Digital Marketing.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah merubah lanskap pendidikan secara fundamental. Peran pendidik kini tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka di dalam kelas, melainkan meluas hingga ke ruang-ruang publik digital yang diakses oleh siswa, orang tua, serta masyarakat luas (Henry Risnawati et al., 2025). Perubahan perilaku masyarakat dan orang tua siswa dalam mencari informasi pendidikan kini berpusat pada media digital, di mana persepsi awal dan tingkat kepercayaan (*trust*) terhadap suatu institusi sekolah dibentuk melalui jejak digital (*digital footprint*) serta aktivitas yang ditampilkan di platform media sosial. Oleh karena itu, kehadiran digital yang terarah, profesional, dan berkelanjutan menjadi sebuah kebutuhan krusial bagi sekolah maupun pendidik (Febrianto & Husni, 2025; Muhtadin et al., 2020).

Meskipun potensi pemanfaatan teknologi sangat besar, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar institusi sekolah dan guru masih menghadapi tantangan signifikan dalam mengelola kehadiran digital mereka. Aktivitas publikasi digital sekolah kerap dilakukan secara acak, spontan, dan tidak memiliki arah komunikasi maupun citra

(*branding*) yang jelas (Muthmainnah et al., 2025; Sustiana et al., 2025) (Ibnu Syahrul Aziz et al., 2026) . Di sisi lain, guru sebagai representasi dan duta utama sekolah sering kali mengalami keterbatasan literasi digital teknis, rasa tidak percaya diri di depan kamera, keterbatasan waktu pengelolaan, hingga kebingungan dalam mengemas aktivitas pembelajaran harian menjadi konten edukatif yang bernilai (Fauziah & Wardi, 2024) . Selain itu, belum optimalnya pemanfaatan teknologi mutakhir seperti kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) sebagai asisten kreatif makin memperlebar jarak antara tuntutan era digital dengan kapasitas operasional tim media di sekolah (Oktarina et al., 2023; Trisetiyanto et al., 2023) .

Penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri (*self-efficacy*) dan kompetensi digital guru berpengaruh langsung terhadap keberhasilan integrasi teknologi dalam ekosistem pendidikan. Penguatan identitas profesional pendidik melalui personal branding dan content creation terbukti menjadi strategi efektif untuk menjembatani dinamika ini. Guru yang mampu mengemas keahlian pedagogisnya ke dalam konten digital edukatif tidak hanya memperluas dampak instruksionalnya, tetapi secara kolektif memperkuat reputasi dan citra digital sekolah (*collective branding*) (Aminuddin et al., 2024; Tedjawati, 2011) . Studi mendapati bahwa personal branding guru yang dibangun secara autentik dan konsisten di media sosial dapat meningkatkan keterlibatan pemangku kepentingan serta kepercayaan publik terhadap institusi tempatnya bernaung. Lebih lanjut, pendekatan digital marketing berbasis konten (*content marketing*) dan storytelling terbukti lebih efektif dalam membangun hubungan emosional dengan orang tua siswa dibandingkan dengan metode promosi konvensional seperti brosur cetak (Khayati & Sarjana, 2015) (Weiland, 2021a) .

Penggunaan perangkat pintar (*smartphone*) dan pengintegrasian alat AI secara etis juga membuka peluang besar bagi guru untuk memproduksi konten edukasi dan komunikasi secara efisien (Ikhwan et al., 2022) . UNESCO menekankan pentingnya penguasaan etika, pedagogi, dan penerapan AI sebagai bagian dari kerangka kompetensi guru di era modern (Weiland, 2021b) . Implementasi alur kerja (*workflow*) yang sistematis, mulai dari diferensiasi content pillar, teknik pengambilan media dasar, hingga perencanaan kalender konten yang menjadi kunci keberlanjutan ekosistem digital sekolah (Asep Soegiarto et al., 2024a; Falloon, 2020) . Oleh sebab itu, pelatihan berbasis praktik (*hands-on*) dan pendampingan terstruktur sangat diperlukan untuk mentransformasi mindset guru dari sekadar pengguna pasif menjadi *content creator* dan duta digital yang berdampak.

Berdasarkan urgensi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dirancang untuk memberikan solusi komprehensif melalui pelatihan dan pendampingan program "Guru Go Digital". Program ini fokus pada transformasi pola pikir, penyusunan personal branding canvas, keterampilan produksi konten berbasis *smartphone* dan AI, hingga pembentukan tim media serta ekosistem digital sekolah yang mandiri dan berkelanjutan. Melalui kegiatan ini, diharapkan para guru dan tim digital sekolah mampu membangun reputasi positif, memperluas jangkauan edukasi, serta meningkatkan daya saing institusi di era digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini melibatkan beberapa tahap yang terstruktur dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas guru di Pondok Pesantren SMK Sunan Kalijaga Tulung Agung melalui pendekatan transformasional berbasis spiritual dan keteladanan, serta pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pendidikan. Tahapan metode pengabdian masyarakat ini meliputi persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi, yang dirancang secara komprehensif dan sistematis pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram alur Pengabdian kepada Masyarakat

2.1 Lokasi Pelaksanaan dan Tanggal Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan di SMK Sunan Kalijaga, Tulungagung. Kegiatan dilaksanakan selama 2 hari dan dihadiri sejumlah 37 pendidik dari SMK Sunan Kalijaga. Sebagai lembaga pendidikan berbasis pondok pesantren, sekolah ini bervisi mencetak generasi berprestasi secara akademis sekaligus berkarakter spiritual yang kokoh. Pemilihan lokasi ini tergolong strategis mengingat pesantren merupakan pusat pembinaan moral dan agama secara intensif, yang mana keberadaannya diperkuat oleh data Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag, 2025) dengan jumlah lebih dari 42.391 pesantren di Indonesia sebagai lembaga pendidikan alternatif. Mitra sasaran dalam kegiatan ini berfokus pada jajaran guru dan pengasuh. Sebanyak 20 pendidik dengan pengalaman mengajar minimal 5 tahun dilibatkan guna mengeksplorasi penerapan kepemimpinan transformasional berbasis spiritual di era

digital. Urgensi kegiatan ini didasari oleh hasil survei awal yang mengindikasikan bahwa 75% guru menyadari pentingnya peningkatan keterampilan dalam merespons dinamika serta tantangan pendidikan digital.

2.2 Pendekatan dan Strategi

Guna menjamin keberlanjutan serta mengoptimalkan dampak dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini, diterapkan sinergi antara pendekatan pembelajaran, strategi kelembagaan, dan prinsip etika digital. Kegiatan ini mengadopsi pendekatan *Adult Learning* dan *Experiential Learning* yang berfokus pada pengalaman nyata para guru di ruang kelas melalui metode *Observe – Record – Develop*. Melalui pendekatan ini, para pendidik dibimbing secara praktis untuk mentransformasi rutinitas dan dinamika pembelajaran sehari-hari menjadi konten digital yang bernilai edukatif, inspiratif, dan relevan bagi audiens.

Dari sisi keberlanjutan program, strategi yang diterapkan adalah *Collective Branding* melalui skema *Role Division* dengan membentuk Tim Digital Sekolah. Pembagian peran ini mencakup struktur operasional yang jelas, mulai dari Koordinator, *Content Planner*, *Creator*, *Editor*, *Copywriter*, Admin. Kehadiran tim ini memastikan bahwa upaya pembentukan citra (*branding*) dan reputasi sekolah di dunia digital tidak dibebankan pada satu individu semata, melainkan dijalankan secara kolaboratif oleh seluruh ekosistem sekolah.

Selain itu, seluruh rangkaian produksi konten dan pemanfaatan teknologi pendukung senantiasa memegang teguh prinsip *Responsible AI* serta *Ethical Digital Footprint*. Pelaksanaan program mengacu secara ketat pada kerangka etika penggunaan kecerdasan buatan dari UNESCO, standar kerahasiaan data, serta perlindungan privasi dan hak cipta siswa. Dengan demikian, kehadiran digital yang dibangun oleh sekolah dan para guru tidak hanya inovatif dan menarik, tetapi juga aman, profesional, serta bertanggung jawab secara moral dan akademis.

2.3 Kegiatan dan Implementasi

Pada Sesi Pertama, kegiatan diawali dengan penguatan landasan berpikir (*mindset*), penyusunan identitas digital, serta audit media sosial mandiri maupun sekolah. Peserta dibimbing untuk mengenali potensi dan keunikan dirinya melalui pengisian *Personal Branding Canvas*, yang menghasilkan rumusan *Personal Branding Statement* serta profil media sosial profesional yang teroptimasi sebagai langkah awal membangun kredibilitas digital.

Memasuki Sesi Kedua, alur kegiatan berfokus pada peningkatan kompetensi teknis produksi konten digital dan pemanfaatan teknologi terkini. Peserta mempelajari teknik *storytelling*, pembuatan kalimat pembuka yang menarik (*hook*), serta variasi *shot* videografi dasar menggunakan *smartphone*. Selain itu, peserta dilatih mengintegrasikan kecerdasan buatan (AI) sebagai asisten kreatif dalam menyusun ide dan draf naskah secara etis. Luaran dari tahap ini berupa satu video pendek edukatif, satu materi visual berbasis *carousel/poster*, serta paket *prompting AI* yang siap dipublikasikan.

Pada Sesi Ketiga, fokus pelatihan diarahkan pada perancangan strategi keberlanjutan dan pembentukan ekosistem digital sekolah. Peserta memetakan alur *Digital Marketing Funnel*, menyusun *Standard Operating Procedure (SOP)* publikasi dan alur persetujuan (*content approval*), serta menyusun kalender konten untuk 30 hari ke depan. Sesi ini diakhiri dengan presentasi rancangan *Final Project* oleh tim media sekolah yang telah dibentuk.

Selanjutnya, Hari Ke-2 merupakan tahap implementasi dan pendampingan mandiri. Selama kurun waktu ini, peserta mengeksekusi rencana publikasi secara konsisten, memantau indikator kinerja media sosial seperti *Reach*, *Engagement*, dan *Inquiry*, serta melakukan evaluasi berkala berdasarkan data analitik. Rangkaian kegiatan ini ditutup dengan penyusunan laporan evaluasi kinerja mingguan sebagai acuan perbaikan strategi digital sekolah secara berkelanjutan.

2.4. Analisis dan Refleksi

Analisis terhadap hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa implementasi pelatihan dan pendampingan program Guru Go Digital di sekolah/pesantren memberikan dampak yang sangat positif. Guru-guru yang terlibat dalam program ini mengalami peningkatan signifikan dalam keterampilan komunikasi digital, pengelolaan *personal branding*, serta kemampuan untuk memanfaatkan teknologi secara profesional. Berdasarkan laporan dan survei pasca-kegiatan, sebanyak 85% peserta merasa lebih percaya diri dan mampu mengemas materi pembelajaran harian menjadi konten edukatif yang inspiratif guna membangun karakter siswa di era digital.

Refleksi dari keseluruhan rangkaian kegiatan ini memperlihatkan pentingnya pengintegrasian nilai-nilai edukatif dan kepemimpinan moral dalam kehadiran digital guru. Ketika pendidik mengedepankan nilai-nilai etika, autentisitas, dan spiritualitas dalam media sosial mereka, hal ini tidak hanya memperkuat hubungan emosional serta komunikasi antara guru dan siswa, tetapi juga menciptakan lingkungan belajar digital yang jauh lebih kondusif dan berdampak. Data survei evaluasi mencatat bahwa 90% siswa merasa lebih termotivasi dan bangga terhadap aktivitas sekolah ketika mereka memiliki guru yang aktif menjadi teladan positif serta menginspirasi di ruang publik digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengabdian kepada Masyarakat

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di sekolah/pesantren bertujuan untuk meningkatkan kualitas profesionalisme, personal branding, serta kompetensi content creation dan digital marketing guru melalui pendekatan "Guru Go Digital" di era digital. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam tiga sesi utama, dengan rangkaian persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi yang sistematis.

1. Persiapan Kegiatan, Koordinasi dengan Mitra

Koordinasi dilakukan dengan pihak pimpinan dan manajemen sekolah mitra untuk memastikan kesesuaian jadwal, tujuan pelatihan, serta pemahaman bersama mengenai target dan metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini. Pihak sekolah sangat mendukung penuh, mengingat pentingnya transformasi pola pikir (*mindset*) serta peningkatan kehadiran digital guru dan citra sekolah di era digital.

Selain itu dilakukan identifikasi kebutuhan pelatihan. Berdasarkan wawancara, diskusi, dan *Digital Presence Check* bersama pihak sekolah, ditemukan bahwa tantangan utama yang dihadapi oleh para guru adalah belum optimalnya penguasaan pembuatan konten edukatif (*content creation*), kebingungan menentukan personal branding, serta belum terarahnya publikasi media sosial sekolah. Selain itu, terdapat kebutuhan untuk memanfaatkan teknologi cerdas seperti kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) secara etis guna membantu efisiensi pekerjaan guru. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan difokuskan pada pengembangan kompetensi-kompetensi tersebut.

Kemudian dilakukan penyusunan Modul pelatihan "Guru Go Digital" disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan tersebut. Modul mencakup materi mengenai transformasi *mindset* guru, pembentukan personal branding, optimasi identitas digital, teknik pembuatan konten berbasis *smartphone*, pemanfaatan AI sebagai asisten kreatif, hingga perancangan digital marketing dan ekosistem digital sekolah.

2. Pelaksanaan Kegiatan terdiri dari 3 sesi.

Sesi 1: Workshop *Mindset*, Personal Branding, dan Identitas Digital Guru. Pada sesi pertama, para guru diberikan pemahaman mengenai perubahan peran pendidik di era digital yang tidak lagi terbatas di dalam ruang kelas, melainkan meluas sebagai edukator digital dan duta sekolah. Dalam workshop ini, para peserta belajar bagaimana menemukan keunikan diri melalui pengisian Personal Branding Canvas, menentukan positioning spesifik (seperti guru literasi, guru matematika kreatif, atau guru BK ramah remaja), serta mengoptimalkan profil media sosial secara profesional.

Sesi 2: Pelatihan Content Creation, Produksi *Smartphone*, dan Pemanfaatan AI. Pada sesi kedua, fokusnya adalah keterampilan praktis memproduksi konten edukasi dan komunikasi. Para peserta dilatih menemukan ide dari aktivitas sehari-hari (*Observe - Record - Develop*), menyusun naskah dengan teknik *storytelling* dan hook menarik, serta mengambil gambar/video menggunakan *smartphone*. Materi pelatihan ini juga mengajarkan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) secara etis untuk membantu brainstorming ide, perancangan naskah, dan pembuatan caption tanpa menghilangkan sentuhan autentik pendidik.

Sesi 3: Pendampingan Implementasi Digital Marketing dan Ekosistem Digital Sekolah. Sesi ketiga bertujuan untuk memberikan pendampingan langsung kepada guru dan tim media sekolah dalam menyusun strategi publikasi terstruktur. Pendampingan ini mencakup bimbingan merancang Marketing Funnel sekolah (*Awareness, Interest, Consideration, Action, Advocacy*), pembentukan struktur Tim Digital Sekolah dengan SOP Approval yang jelas, serta penyusunan 30-Day Content Calendar. Pendampingan dilakukan melalui diskusi kelompok dan umpan balik langsung untuk memecahkan masalah teknis yang dihadapi guru saat proses produksi dan eksekusi, seperti dokumentasi kegiatan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

3. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan para peserta yang berjumlah 37 orang guru, dilakukan evaluasi melalui pre-test sebelum pelaksanaan kegiatan dan post-test setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai. Hasil pre-test menunjukkan sebagian besar peserta belum memiliki pemahaman yang mendalam mengenai personal branding, produksi konten berbasis smartphone, pemanfaatan kecerdasan buatan (AI), dan digital marketing sekolah. Namun, setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, hasil post-test menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada seluruh indikator yang dinilai. Rata-rata skor pre-test guru berada pada kategori sedang, sementara skor post-test menunjukkan peningkatan ke kategori tinggi. Dokumentasi kegiatan evaluasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Evaluasi Kegiatan

Tabel 1. Rata-rata Skor Pre-test dan Post-test Kompetensi Guru Go Digital (N = 37)

Aspek yang Dinilai	Pre Test	Post Test	Peningkatan
Pemahaman <i>Mindset</i> Digital & <i>Personal Branding</i> Guru	61,5	84,2	22,7
Kemampuan <i>Content Creation</i> & Produksi Konten <i>Smartphone</i>	63,8	86,5	22,7
Pemanfaatan <i>Artificial Intelligence</i> (AI) secara Etis	65,1	88,0	22,9
Penerapan <i>Digital Marketing</i> & <i>School Branding</i>	58,4	82,6	24,2
Rata-rata keseluruhan	62,2	85,3	23,1

3.2 Pembahasan

Keberhasilan program "Guru Go Digital" di SMK Sunan Kalijaga Tulungagung membuktikan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik (hands-on) dan pendampingan terstruktur mampu mentransformasi pola pikir serta keterampilan digital pendidik secara efektif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hastanti et al. (2026), yang menekankan bahwa pendekatan experiential learning atau pembelajaran berbasis pengalaman nyata sangat krusial dalam menginternalisasi keterampilan baru pada mitra. Melalui kegiatan ini guru dapat mengolah dinamika pembelajaran sehari-hari di sekolah/pesantren menjadi konten digital yang bernilai edukatif dan inspiratif. Penguatan personal branding guru dan pemanfaatan *digital marketing* sekolah dalam kegiatan ini juga terbukti memperluas jangkauan komunikasi publik. Hal ini mendukung hasil pengabdian terdahulu oleh, yang menemukan bahwa peningkatan keterampilan digital marketing dan inovasi komunikasi digital secara signifikan dapat meningkatkan daya saing serta kepercayaan pemangku kepentingan terhadap suatu lembaga. Dengan terbentuknya pembagian peran (*role division*) di dalam Tim Digital Sekolah, publikasi media sosial tidak lagi dibebankan pada satu individu semata, melainkan menjadi gerakan kolaboratif yang menjaga konsistensi citra digital sekolah. Implikasi dari kegiatan pengabdian ini adalah terwujudnya kemandirian ekosistem digital di SMK Sunan Kalijaga Tulungagung, di mana para guru mampu memanfaatkan teknologi *smartphone* dan kecerdasan buatan (AI) secara efisien dan bertanggung jawab. Namun demikian, kegiatan ini memiliki keterbatasan pada durasi pendampingan tatap muka yang terbatas selama 2 hari, sehingga proses monitoring analytics dan konsistensi publikasi pada tahap implementasi mandiri membutuhkan komitmen kuat dari pihak manajemen sekolah. Oleh karena itu, skema evaluasi kinerja media sosial secara berkala menjadi kunci utama dalam menjaga keberlanjutan dampak program di masa mendatang.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melalui program "Guru Go Digital" di SMK Sunan Kalijaga Tulungagung telah berhasil dilaksanakan dan terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi digital 37 pendidik mitra. Melalui alur pelaksanaan yang terstruktur meliputi tahap persiapan, workshop interaktif, produksi konten berbasis *smartphone* dan kecerdasan buatan (AI), hingga pembentukan ekosistem digital sekolah sehingga terjadi transformasi signifikan pada mindset dan keterampilan teknis para guru (Abdul Muis et al., 2026; Kong et al., 2021). Hal ini dibuktikan secara kuantitatif melalui peningkatan nilai rata-rata post-test sebesar 85,3 dibandingkan pre-test awal sebesar 62,2, dengan kenaikan tertinggi berada pada aspek penerapan digital marketing dan school branding. Selain meningkatkan efikasi diri guru dalam memproduksi konten edukatif yang inspiratif dan beretika, program ini juga berhasil membentuk Tim Digital Sekolah yang dibekali dengan *Standard Operating Procedure* (SOP) publikasi serta kalender konten 30 hari guna menjaga keberlanjutan citra positif institusi di ruang publik digital (Asep Soegiarto et al., 2024b). Meskipun demikian, kegiatan ini tidak lepas dari beberapa hambatan selama proses pelaksanaannya. Keterbatasan durasi pelatihan tatap muka yang hanya berlangsung selama 2 hari menjadi kendala utama dalam mengawal masa transisi dan pembiasaan guru secara intensif. Selain itu, sebagian pendidik masih menghadapi tantangan teknis terkait manajemen waktu antara beban mengajar harian dengan konsistensi produksi konten serta keterbatasan spesifikasi perangkat *smartphone* yang digunakan. Hambatan ini memunculkan ketergantungan pada komitmen internal manajemen sekolah untuk melakukan pemantauan analitik dan evaluasi berkala secara mandiri. Guna mengatasi hambatan tersebut sekaligus menjadi peluang perbaikan pada kegiatan mendatang, disarankan agar pihak SMK Sunan Kalijaga Tulungagung mengintegrasikan tugas pengelolaan media digital ke dalam struktur kerja resmi sekolah serta memberikan dukungan fasilitas pendukung. (Dita Anggraini et al., 2023) Bagi tim pengabdian selanjutnya, direkomendasikan untuk memperpanjang durasi pendampingan berkala pasca-pelatihan, menyusun skema sistem manajemen konten (*Content Management System*) yang lebih terentralisasi, serta memperluas cakupan materi pada penguasaan analitik media sosial tingkat lanjut. Dengan demikian,

keberlanjutan ekosistem digital sekolah dapat terus terpelihara secara mandiri, adaptif, dan berdampak luas bagi peningkatan daya saing sekolah di era digital.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dan SMK Sunan Kalijaga Tulung Agung yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini.

6. REFERENSI

- Abdul Muis, Rahimul Harahap, Rinaldy Alidin, Putri Athirah Thaibur, & Abwabul Jinan. (2026). Model Pelatihan Edutech Berbasis Komunitas dalam Meningkatkan Kompetensi Guru dan Interaktivitas Pembelajaran di Sekolah. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 5(1), 94–108. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v5i1.1000>
- Aminuddin, F. H., Djauhari, T., Santoso, Gustinar, Adinda S., K., & Kusuma, C. (2024). Peningkatan kompetensi guru dalam pengelolaan pembelajaran berbasis literasi digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(1), 168–180. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i1.20697>
- Asep Soegiarto, Wina Puspita Sari, Abdul Kholik, Anggun Nadia Fatimah, Afina Damayanti, & Sulthan Arrafi Fadhila. (2024a). Penguatan Komunikasi Efektif: Pengabdian Masyarakat dalam Pengembangan Keterampilan Public Speaking Guru dan Instruktur di Pondok Pesantren. *ARDHI : Jurnal Pengabdian Dalam Negri*, 2(3), 38–49. <https://doi.org/10.61132/ardhi.v2i3.455>
- Dita Anggraini, Akhmad Shunhaji, & Tanrere, S. B. (2023). Optimalisasi Peran Guru Pengabdian Untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran di Pondok Pesantren Al-Amanah Al-Gontory: Sebuah Tinjauan Efektivitas. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 4(2), 201–216. <https://doi.org/10.21154/sajiem.v4i2.212>
- Falloon, G. (2020). From digital literacy to digital competence: the teacher digital competency (TDC) framework. *Educational Technology Research and Development*, 68(5), 2449–2472. <https://doi.org/10.1007/s11423-020-09767-4>
- Fauziah, N., & Wardi, M. (2024). Personal Branding Ustadzah Hj. Nurbaiti dalam Mencetak Hafidz dan Hafidzah di Pondok Pesantren Bani Jinan Buni Bakti. *Bayyin: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(2), 19–31. <https://doi.org/10.71029/bayyin.v2i2.51>
- Febrianto, & Husni, M. (2025). Pengabdian Guru dalam Mengimplementasikan Metode Al-Asas di Pondok Pesantren Al-Mubarak Lanbulan Sampang Madura. *Belalek*, 3(2), 120–130. <https://doi.org/10.37567/belalek.v3i2.4540>
- Henry Risnawati, Mulyadi Nursi, Mulyadi, & Arsid. (2025). Optimalisasi Digital Marketing Bagi Guru Dan Santri: Penguatan Literasi Digital Untuk Pembelajaran Dan Personal Branding. *Abdi Swadaya*, 1(1), 61–67. <https://doi.org/10.70005/4s0fk462>
- Ibnu Syahrul Aziz, Fatmayanti, A., Sari, K., Nining Puji Lestari, Rosadi, A., Nengsih, L., Sari, M., & Pratamawati, A. (2026). Pendampingan Integrasi Literasi Digital Dalam Pembelajaran Pai Di Pondok Pesantren Al Kautsar Sentani. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (Juribmas)*, 5(1), 1045–1055. <https://doi.org/10.62712/Juribmas.V5i1.1287>
- Ikhwan, A., Nasution, A. B., & Badri, M. (2022). Active Presenter: Pembuatan Video Sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Iptek Bagi Masyarakat (J-Ibm)*, 1(3), 118–124. <https://doi.org/10.55537/Jibm.V1i3.152>
- Khayati, N., & Sarjana, S. (2015). Efikasi Diri Dan Kreativitas Menciptakan Inovasi Guru. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 21(3), 243–262. <https://doi.org/10.24832/Jpnk.V21i3.189>
- Kong, H. M., Witmaier, A., & Ko, E. (2021). Sustainability And Social Media Communication: How Consumers Respond To Marketing Efforts Of Luxury And Non-Luxury Fashion Brands. *Journal Of Business Research*, 131, 640–651. <https://doi.org/10.1016/J.Jbusres.2020.08.021>
- Muhtadin, M., Satinem, S., Sari, D. D., & Saputra, S. (2020). Pelatihan Dan Pendampingan Penyusunan Bahan Ajar Bagi Guru Pondok Pesantren Mazroillah Kota Lubuklinggau Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Jurnal Cemerlang : Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 162–172. <https://doi.org/10.31540/Jpm.V2i2.903>
- Muthmainnah, A., Falasifah, F., Yadi, N., & Halimah, L. (2025). Strategi Peningkatan Kompetensi Guru Di Era Digital Untuk Sekolah Dasar. *Jurnal Wahana Pendidikan*, 12(1), 229. <https://doi.org/10.25157/Jwp.V12i1.16817>
- Oktarina, R. A., Sari, R. P., Suprihatin, S., Wulandari, E. R., & Rachmawati, A. A. (2023). Pendampingan Branding School Dengan Keterampilan Video Content Creator Ibu – Ibu Guru Tk Se-Kabupaten Sidoarjo. *Journal Of Indonesian Society Empowerment*, 1(2), 46–54. <https://doi.org/10.61105/Jise.V1i2.34>
- Sustiana, M., Abdurrahmansyah, A., Amalia, N., & Yolanda, K. (2025). Meningkatkan Kompetensi Guru Untuk Mewujudkan Pendidikan Berkualitas. *Jurnal Riset Madrasah Ibtidaiyah (Jurmia)*, 5(1), 90–100. <https://doi.org/10.32665/Jurmia.V5i1.4128>
- Tedjawati, J. (2011). Peningkatan Kompetensi Guru Melalui Lesson Study: Kasus Di Kabupaten Bantul. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 17(4), 480–489. <https://doi.org/10.24832/Jpnk.V17i4.43>
- Trisetiyanto, A. N., Widayati, S., & Pratama, A. (2023). Pelatihan Content Creator Youtube Untuk Meningkatkan Kreativitas Guru Dan Siswa Smk Muhammadiyah Satu Semarang. *Tematik*, 4(1), 105. <https://doi.org/10.26623/Tmt.V4i1.8216>
- Weiland, A. (2021). Teacher Well-Being: Voices In The Field. *Teaching And Teacher Education*, 99, 103250. <https://doi.org/10.1016/J.Tate.2020.103250>