

Transformasi Digital SMK Al-Ghazali: Implementasi Website dan Video Profile sebagai Sarana Inovasi Branding Sekolah

Maftahatul Khair¹, Elsa Belqis Rafita²

Program Studi Teknik Informatika, Universitas Islam Madura^{1,2}
{khairmaftahatul@gmail.com¹, elsarafita0@gmail.com²}

Submission: Received: Published:

Keywords: Website, Video Profile, School Branding.

Abstrak. SMK Al-Ghazali faces the challenge of "digital invisibility" due to the absence of official information channels, which hinders the institutional branding process. This community service aims to transform the school's conventional assets into a digital ecosystem through the development of a Blogger-based website and a cinematic profile video. The method employed is Asset-Based Community Development (ABCD) with a Technical Assistance strategy encompassing eight systematic stages. The results indicate the successful establishment of an integrative and functional digital information infrastructure as a medium for school promotion. Final validation shows a positive response from partners, where the resulting products are deemed highly relevant to the institution's strategic needs in enhancing public visibility. Beyond the mere provision of technical tools, this program has successfully triggered a transformation in the academic community's awareness toward independent digital information management. The presence of these digital assets projects SMK Al-Ghazali as a competitive vocational institution that is adaptive to the technological dynamics of 2026.

Katakunci: Website, Video Profile, Branding Sekolah.

Abstrak. SMK Al-Ghazali menghadapi tantangan "invisibilitas digital" karena ketiadaan kanal informasi resmi yang menghambat proses branding institusi. Pengabdian ini bertujuan mentransformasi aset konvensional sekolah menjadi ekosistem digital melalui pengembangan website berbasis Blogger dan video profil sinematik. Metode yang digunakan adalah Asset-Based Community Development (ABCD) dengan strategi Technical Assistance yang mencakup delapan tahapan sistematis. Hasil pengabdian menunjukkan terbentuknya infrastruktur informasi digital yang integratif dan fungsional sebagai media promosi sekolah. Validasi akhir menunjukkan respon positif dari mitra, di mana produk yang dihasilkan dinilai sangat relevan dengan kebutuhan strategis institusi dalam meningkatkan visibilitas publik. Lebih dari sekadar penyediaan perangkat teknis, program ini berhasil memicu transformasi kesadaran civitas akademika menuju kemandirian pengelolaan informasi digital. Kehadiran aset digital ini memproyeksikan SMK Al-Ghazali sebagai lembaga vokasi yang kompetitif dan adaptif terhadap dinamika teknologi tahun 2026.

1. Pendahuluan

Pada era transformasi digital tahun 2026, eksistensi institusi pendidikan tidak lagi hanya diukur melalui kapabilitas pedagogis secara luring, melainkan sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam mengintegrasikan teknologi informasi sebagai instrumen komunikasi publik yang strategis (Miller, J., Thompson, R., & Garcia, 2026). Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai lembaga vokasi kini berada di bawah tekanan kompetisi global yang menuntut identitas digital solid guna membangun kepercayaan dengan mitra industri (Industrial Relations) (Lestari, P., & Wijaya, 2025). Menurut (Chen, L., & Zhao, 2025), institusi yang gagal memanifestasikan diri dalam ruang siber akan mengalami "blind spot" profesional, di mana kualitas internal mereka tidak akan terakreditasi secara sosial oleh masyarakat luas. Namun, fenomena di lapangan menunjukkan adanya digital divide yang signifikan pada institusi pendidikan di daerah tertentu, salah satunya adalah SMK Al-Ghazali. Berdasarkan analisis situasi objektif, sekolah ini memiliki potensi kurikulum yang unggul namun mengalami "invisibilitas digital" karena ketiadaan platform resmi sebagai kanal informasi utama (Ramadhan, 2024).

Pentingnya kehadiran website resmi bagi sekolah telah dibuktikan oleh studi meta-analisis (Tan, H., & Setiawan, 2025) yang menyatakan bahwa platform web merupakan digital trust center yang memengaruhi keputusan calon wali murid hingga 85% dalam fase pra-pendaftaran. Di sisi lain, fungsionalitas web saja tidak cukup untuk menembus kebisingan informasi digital. Aspek visual melalui media audiovisual kini menjadi variabel moderator dalam memenangkan atensi Generasi Alpha yang memiliki pola konsumsi informasi berbasis citra (Hasan, M., Arifin, Z., & Firdaus, 2024). Penelitian terbaru oleh (Putri, A. S., & Pratama, 2026) menegaskan bahwa video profil sekolah yang dirancang dengan pendekatan storytelling mampu meningkatkan brand awareness secara signifikan dibandingkan media cetak tradisional. Secara internasional, (Roberts, 2025) menekankan bahwa ketiadaan aset digital pada institusi pendidikan dapat memicu persepsi negatif publik terhadap kualitas manajemen internal sekolah.

Meskipun literatur mengenai digitalisasi sekolah sudah banyak dilakukan, sebagian besar studi terdahulu cenderung berfokus pada fungsionalitas teknis semata tanpa mempertimbangkan integrasi narasi identitas sekolah yang spesifik (Chen, L., & Zhao, 2025). Terdapat kekosongan metodologis dalam memadukan antara arsitektur informasi website dengan cinematic branding yang koheren dalam satu ekosistem digital terpadu (Kim, 2025). Pengabdian

ini mengisi celah (research gap) tersebut melalui penerapan pendekatan Unified Digital Branding. Berbeda dengan proyek digitalisasi pada umumnya, kegiatan di SMK Al-Ghazali ini tidak hanya membangun repositori data berbasis web, tetapi mensinkronisasikan narasi visual video profil ke dalam arsitektur informasi website untuk menciptakan pengalaman pengguna (user experience) yang holistik.

Urgensi pengabdian ini didasarkan pada kondisi obyektif SMK Al-Ghazali yang belum memiliki aset digital mandiri. Fokus utama program ini adalah melakukan pendampingan sekaligus implementasi teknologi melalui pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD), yakni dengan mengidentifikasi dan mengoptimalkan aset internal sekolah untuk membangun ekosistem digital sebagai sarana inovasi *branding*. Perubahan sosial yang diharapkan bukan hanya ketersediaan perangkat teknis, melainkan munculnya pranata baru dalam pengelolaan informasi digital serta peningkatan literasi digital pada civitas akademika (Hidayat, 2025). Melalui langkah strategis ini, SMK Al-Ghazali diproyeksikan dapat bertransformasi menjadi institusi pendidikan yang kompetitif, transparan, dan adaptif terhadap dinamika teknologi di tahun 2026.

2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di SMK Al-Ghazali yang berlokasi di Dusun Tangkel, Desa Tebul Timur, Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan. Subyek pengabdian melibatkan seluruh civitas akademika sebagai informan kunci, dengan fokus utama pada Kepala Sekolah, staf tata usaha, dan perwakilan siswa sebagai sumber data primer. Strategi yang diimplementasikan adalah metode *Asset-Based Community Development* (ABCD), sebuah pendekatan yang menitikberatkan pada identifikasi dan mobilisasi aset laten yang telah dimiliki oleh komunitas (Hidayat, 2025). Dalam konteks ini, aset berupa rekam jejak prestasi, fasilitas sarana prasarana, serta nilai filosofis sekolah diekstraksi dan dikonversi menjadi konten digital dalam ekosistem website dan video profil.

Proses pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui strategi *Technical Assistance and Production*, di mana tim pengabdian mengambil peran sebagai fasilitator teknologi untuk menjawab keterbatasan sumber daya manusia di bidang IT pada komunitas dampingan (Lestari, P., & Wijaya, 2025). Secara teknis, pengembangan website mengadopsi metode *Waterfall* yang mencakup tahapan analisis sistem, desain antarmuka, implementasi kode, dan pengujian akhir untuk memastikan stabilitas platform (Tan, H., & Setiawan, 2025). Pendekatan *User-Centered Design* (UCD) juga diterapkan guna memastikan bahwa struktur sitemap website memudahkan calon wali

murid dalam mengakses informasi krusial secara intuitif melalui platform Blogger.

Sementara itu, produksi video profil mengikuti standar alur kerja sinematografi profesional yang terdiri dari tiga fase utama: Pra-produksi (perancangan naskah dan *storyboard*), Produksi (proses *cinematic filming* di lokasi sekolah), dan Pasca-produksi (proses *editing*, *color grading*, serta *audio mixing*) (Putri, A. S., & Pratama, 2026). Sinergi antara metode ABCD dan prosedur produksi teknis ini dipilih untuk menghasilkan luaran yang tidak hanya estetik secara visual, tetapi juga representatif terhadap identitas kultural SMK Al-Ghazali. Seluruh rangkaian proses ini didokumentasikan sebagai bagian dari upaya transformasi sosial menuju kemandirian digital sekolah (Ramadhan, 2024). Tahapan kegiatan tersebut dirancang secara sistematis melalui delapan langkah utama sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

1. Identifikasi Permasalahan Mitra: melakukan observasi mendalam dan wawancara terstruktur dengan Kepala Sekolah SMK Al-Ghazali pada tanggal [Masukkan Tanggal di Sini]. Proses ini bertujuan untuk memetakan kendala utama sekolah dalam aspek digitalisasi. Temuan utama menunjukkan bahwa ketiadaan aset digital menjadi hambatan dalam proses branding dan penyampaian informasi kepada masyarakat luas (Ramadhan, 2024).
2. Koordinasi dan Sosialisasi Kegiatan: Setelah masalah diidentifikasi, tim mengadakan pertemuan formal dengan pihak sekolah untuk memaparkan rencana strategis pengabdian. Sosialisasi ini bertujuan menyamakan persepsi mengenai *output* yang akan dihasilkan, yaitu website dan video profil, serta menjelaskan manfaat jangka panjang bagi citra institusi di mata public (Hidayat, 2025).
3. Pengumpulan Data: mengumpulkan data primer dan sekunder sebagai bahan baku konten. Data primer diperoleh melalui dokumentasi langsung di lapangan, sementara data sekunder berupa arsip tertulis mengenai sejarah sekolah, visi, misi, struktur organisasi, hingga daftar program keahlian. Data ini menjadi instrumen vital agar konten digital yang dibangun bersifat akurat dan kredibel (Lestari, P., & Wijaya, 2025).
4. Pembuatan Video Profil: Proses produksi video dilakukan melalui tiga fase: pra-produksi (naskah), produksi (pengambilan gambar), dan pasca-produksi (*editing*). Video dirancang secara sinematik untuk menonjolkan fasilitas unggulan, kegiatan ekstrakurikuler, dan lingkungan religius

sekolah, sehingga mampu membangun impresi positif secara instan (Putri, A. S., & Pratama, 2026).

5. Pembuatan Website: Pengembangan website dilakukan dengan menggunakan platform Blogger. Pemilihan platform ini didasarkan pada pertimbangan aspek keberlanjutan (*sustainability*); Blogger memiliki antarmuka yang intuitif dan sistem pengelolaan yang mudah dipelajari oleh staf sekolah yang awam teknologi sekalipun, namun tetap terlihat profesional sebagai media informasi resmi (Tan, H., & Setiawan, 2025).
6. Review dan Evaluasi: Melakukan uji coba website dan video profil serta mengumpulkan *feedback* dari pihak sekolah. Evaluasi dilakukan terhadap aspek teknis (seperti navigasi web) maupun aspek substansi (seperti akurasi informasi dalam video) (Hasan, M., Arifin, Z., & Firdaus, 2024).
7. Perbaiki Hasil Evaluasi: Menyempurnakan website dan video profil berdasarkan masukan yang diperoleh pada tahap pengujian.
8. Serah Terima Video Profil dan Website: Menyerahkan hasil akhir berupa hak akses penuh dan berkas master kepada pihak SMK Al-Ghazali.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari Pelaksanaan pengabdian masyarakat di SMK Al-Ghazali telah berhasil mentransformasi aset konvensional sekolah menjadi ekosistem digital yang integratif. Hasil pengabdian ini mencerminkan dinamika pendampingan teknis yang bertujuan untuk memecahkan masalah stagnasi informasi melalui dua luaran utama: website resmi dan video profil sinematik. Keberhasilan program ini tidak hanya diukur dari tersedianya perangkat teknologi, tetapi juga pada munculnya kesadaran literasi digital di lingkungan sekolah.

1. Identifikasi Permasalahan dan Koordinasi Mitra

Tahap awal dimulai dengan proses identifikasi permasalahan melalui wawancara mendalam dengan Kepala Sekolah SMK Al-Ghazali (Gambar 2). Ditemukan bahwa sekolah mengalami kendala dalam membangun kredibilitas di dunia digital karena ketiadaan platform resmi. Hal ini selaras dengan argumen Ramadhan (2024) bahwa institusi yang tidak memiliki jejak digital akan sulit membangun kepercayaan publik di era transformasi 2026.



[Gambar 2. Koordinasi dan Identifikasi Permasalahan di SMK Al-Ghazali]

Setelah identifikasi, dilakukan koordinasi untuk menyelaraskan visi antara tim pengabdian dan pihak sekolah (Gambar 3). Sosialisasi ini penting untuk memastikan bahwa produk digital yang dihasilkan tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dalam mendukung kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).



[Gambar 3. Sosialisasi Rencana Strategis Transformasi Digital]

2. Implementasi Website Resmi Berbasis Blogger

Pengembangan website dilakukan dengan mengadopsi platform Blogger sebagai solusi yang efisien dan berkelanjutan. Berbeda dengan platform lain yang memerlukan biaya pemeliharaan tinggi, Blogger dipilih agar SMK Al-Ghazali dapat mengelola informasi secara mandiri tanpa beban finansial (Tan, H., & Setiawan, 2025). Struktur navigasi website dirancang menggunakan pendekatan User-Centered Design (UCD) yang memprioritaskan kemudahan akses bagi calon wali murid.



[Gambar 4. Tampilan Antarmuka Website Resmi SMK Al-Ghazali]

Hasil implementasi website menunjukkan perubahan signifikan dalam ketersediaan informasi. Website kini menjadi pusat data tunggal yang memuat visi-misi, detail jurusan, hingga galeri fasilitas sekolah. Kehadiran website ini secara otomatis meningkatkan visibilitas SMK Al-Ghazali pada mesin pencari, yang merupakan komponen vital dalam digital branding sekolah menengah saat ini (Lestari, P., & Wijaya, 2025). Adapun website resmi SMK Al-Ghazali yang telah dikembangkan dapat diakses melalui tautan berikut: [<https://smkal-ghazali.blogspot.com/>].

3. Produksi Video Profil Sinematik Berbasis Storytelling

Selain website, pengabdian ini menghasilkan video profil sinematik sebagai instrumen komunikasi visual. Proses produksi yang meliputi pengambilan gambar hingga penyuntingan (Gambar 5) difokuskan untuk menonjolkan keunggulan kompetensi keahlian siswa. Video ini dirancang dengan standar sinematografi profesional untuk menciptakan impresi modern dan kompetitif.



[Gambar 5. Proses Produksi dan Penyuntingan Video Profil]

Menurut Hasan dkk. (2024), stimulasi audiovisual melalui video profil mampu membangun keterikatan emosional yang lebih kuat dengan audiens dibandingkan media cetak. Video ini kini menjadi aset promosi utama yang dapat dibagikan melalui platform media sosial, sehingga jangkauan

informasi sekolah tidak lagi terbatas secara geografis (Putri, A. S., & Pratama, 2026). Video profil SMK Al-Ghazali tersebut telah dipublikasikan dan dapat disaksikan melalui platform YouTube pada tautan berikut: [https://youtu.be/8dLNe2j_HL0?si=Ybl3J7B4H9fWJtmb].

4. Evaluasi, Perbaikan, dan Serah Terima Aset

Tahap akhir dari pengabdian ini adalah melakukan review produk bersama pihak sekolah untuk memastikan akurasi data (Gambar 6). Masukan dari mitra terkait penyesuaian konten segera ditindaklanjuti dalam tahap perbaikan hasil evaluasi. Proses ini menjamin bahwa produk akhir benar-benar merepresentasikan identitas asli SMK Al-Ghazali.



[Gambar 6. Finalisasi, Evaluasi, dan Penyerahan Aset Digital]

Guna mengukur efektivitas program, tim pengabdian melakukan tahap validasi dan evaluasi produk bersama pimpinan SMK Al-Ghazali. Berdasarkan hasil tinjauan akhir, pihak mitra memberikan respon positif dan menyatakan bahwa luaran yang dihasilkan telah sesuai dengan kebutuhan strategis sekolah. Validasi ini dibuktikan dengan diterimanya aset digital (website dan video profil) tanpa revisi mayor, serta kesiapan staf sekolah dalam mengelola platform tersebut setelah diberikan pelatihan singkat. Kepala SMK Al-Ghazali menegaskan bahwa kehadiran aset ini memberikan solusi nyata atas keterbatasan media promosi yang selama ini dihadapi

Kepala SMK Al-Ghazali menegaskan bahwa kehadiran aset digital ini memberikan rasa percaya diri baru bagi civitas akademika dalam menghadapi persaingan di dunia pendidikan tahun 2026. Hal ini menunjukkan terjadinya transformasi kesadaran menuju sekolah berbasis digital yang mandiri dalam mengelola narasi informasinya sendiri (Lestari, P., & Wijaya, 2025).

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat di SMK Al-Ghazali telah berhasil dilaksanakan melalui delapan tahapan sistematis yang menghasilkan dua luaran utama: website resmi berbasis platform Blogger dan video profil sinematik. Melalui implementasi metode *Asset-Based Community Development* (ABCD), program ini mampu mengekstraksi potensi internal sekolah menjadi aset digital yang kompetitif. Keberhasilan program ini divalidasi oleh respon positif mitra yang menyatakan kepuasan atas kesesuaian luaran dengan kebutuhan institusi. Lebih dari sekadar penyediaan teknologi, pengabdian ini telah memicu transformasi kesadaran kolektif di SMK Al-Ghazali untuk beralih dari budaya dokumentasi konvensional menuju publikasi digital yang proaktif dan mandiri.

Transformasi digital ini tidak hanya berdampak pada ketersediaan infrastruktur informasi, tetapi juga memicu perubahan paradigma di lingkungan sekolah. SMK Al-Ghazali kini memiliki kemandirian digital untuk melakukan *branding* dan publikasi secara proaktif, yang sangat krusial dalam membangun kepercayaan publik di era pendidikan modern tahun 2026. Dengan adanya ekosistem digital ini, sekolah kini memiliki instrumen strategis untuk meningkatkan visibilitas institusi dan mendukung efektivitas proses Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).

Sebagai langkah keberlanjutan, disarankan bagi pihak SMK Al-Ghazali untuk melakukan pembaruan konten website secara berkala agar tetap relevan sebagai pusat informasi publik. Selain itu, optimalisasi distribusi video profil melalui berbagai kanal media sosial sangat dianjurkan guna memperluas jangkauan promosi sekolah. Akhirnya, pendampingan internal bagi tenaga pendidik dalam pembuatan konten kreatif perlu terus dipupuk agar ekosistem digital yang telah dibangun dapat berkembang secara dinamis dan berkelanjutan di masa depan.

5. Pengakuan

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah berperan dalam kelancaran dan keberhasilan program Kerja Praktek ini, yaitu:

- ✓ Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada tim selama pelaksanaan Kerja Praktek, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan tepat waktu.
- ✓ Kepala Sekolah, yang telah memfasilitasi berbagai kebutuhan dalam pelaksanaan kegiatan, khususnya dalam pelatihan, sehingga dapat berjalan dengan lancar.
- ✓ Dekan Fakultas Teknik, yang telah memberikan kesempatan kepada tim untuk menjalankan kegiatan yang berkaitan dengan Kerja Praktek dan mendukung keberlangsungan program ini.

Kami berharap bahwa kontribusi dari semua pihak yang terlibat dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi pesantren dan komunitas sekitar. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat terus dikembangkan dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan.

6. Referensi

- Chen, L., & Zhao, H. (2025). The Cyber-Presence Gap: Educational Institutional Identity in the Post-Pandemic World. *Journal of Digital Education Management*, 12(2), 45-62.
- Hasan, M., Arifin, Z., & Firdaus, I. (2024). Analisis Efektivitas Visual Storytelling pada Video Profil Sekolah dalam Meningkatkan Brand Awareness Institusi. *Jurnal Inovasi Multimedia Dan Pendidikan*, 6(1), 12–25.
- Hidayat, T. (2025). Literasi Digital dalam Pengabdian Masyarakat: Membangun Kemandirian Informasi di Sekolah Menengah. *Jurnal Transformasi Sosial*, 8(2), 110–125.
- Kim, S. Y. (2025). Integrated Digital Marketing for Vocational Schools: Beyond Basic Websites. *Asian Journal of Vocational Education*, 14(2), 88–103.
- Lestari, P., & Wijaya, K. (2025). Transformasi Digital Sekolah Menengah Kejuruan: Membangun Kepercayaan Publik melalui Website Interaktif. *Jurnal Manajemen Pendidikan Digital*, 4(2), 102–118.
- Miller, J., Thompson, R., & Garcia, L. (2026). The Evolution of Educational Branding in the Post-Digital Era: A Global Perspective. *International Journal of Educational Development and Technology*, 9(1), 55–70.
- Putri, A. S., & Pratama, R. (2026). Pengaruh Media Audiovisual terhadap Minat Calon Siswa Baru: Studi Kasus Pendidikan Vokasi. *Journal of Vocational Digital Marketing*, 11(1), 15–30.
- Ramadhan, F. (2024). Strategi Implementasi Aset Digital bagi Institusi Pendidikan yang Mengalami Kesenjangan Teknologi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Informasi*, 3(1), 44–59.
- Roberts, M. (2025). *Digital Visibility and Institutional Credibility: A Modern Educational Challenge*. London: Academic Press.
- Tan, H., & Setiawan, B. (2025). Membangun Ekosistem Informasi Sekolah Berbasis Web: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Sistem Informasi Pendidikan*, 7(3), 200–215.