

Perancangan dan Implementasi Konten Sosial Media di SMK MultiStudi High school Batam

Li Cen¹, Evelyne Huangsajaya², Herman³

Affiliation : Universitas Internasional Batam

email: licen@uib.ac.id, 2231136_evelyne@uib.edu, herman@uib.ac.id

Abstrak

SMK Multistudi High School Batam merupakan sekolah kejuruan swasta yang telah aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi digital. Namun, permasalahan utama yang dihadapi adalah ketiadaan sumber daya manusia yang secara khusus bertanggung jawab terhadap pembuatan dan pengelolaan konten video kreatif untuk media sosial. Untuk mengatasi hal ini, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Internasional Batam dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara dengan pihak sekolah dan penerapan model Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Proses ini mencakup enam tahap: Konsep, Desain, Pengumpulan Materi, Perakitan, Pengujian, dan Distribusi. Hasil dari kegiatan ini berupa beberapa konten video promosi seperti dokumentasi kegiatan PKL dan perpisahan siswa, yang telah melalui proses editing menggunakan aplikasi Capcut Mobile. Video yang dihasilkan kemudian ditinjau, direvisi berdasarkan masukan dari pihak sekolah, dan akhirnya diunggah ke media sosial resmi sekolah. Artikel ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa dan institusi pendidikan dapat meningkatkan kualitas konten digital dan efektivitas komunikasi sekolah. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah mengeksplorasi strategi peningkatan kualitas produksi video secara berkelanjutan, serta dampak jangka panjang dari konten digital terhadap peningkatan jumlah pendaftar baru dan engagement di media sosial.

Kata Kunci: *MDLC, Media Sosial, Video Promosi*

Abstract

SMK Multistudi High School Batam is a private vocational school that has actively utilized social media as a means of promotion and digital communication. However, the main issue faced is the absence of dedicated personnel responsible for creating and managing creative video content for social media. To address this, a Community Service Program (PKM) was carried out by a student from Universitas Internasional Batam using a qualitative approach through interviews with the school and the application of the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) model. This process includes six stages: Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, and Distribution. The outcome of this activity is several promotional video contents, such as documentation of student internships and graduation events, which were edited using the Capcut Mobile application. The videos were reviewed, revised based on feedback from the school, and finally uploaded to the school's official social media platforms. This article demonstrates that collaboration between students and educational institutions can enhance the quality of digital content and the effectiveness of school communication. Recommendations for future research include exploring strategies for sustainably improving video production quality and analyzing the long-term impact of digital content on student recruitment and social media engagement.

Keywords: *MDLC, Social Media, Promotional Video*

Pendahuluan

SMK Multistudi High School Batam merupakan sekolah menengah kejuruan swasta yang telah menunjukkan komitmen kuat terhadap kualitas pendidikan dengan mempertahankan akreditasi A pada seluruh program keahliannya. Dengan lima jurusan unggulan yang mencakup bidang teknologi, bisnis manajemen, dan seni budaya, serta penerapan Kurikulum Merdeka Belajar, sekolah ini menjadi salah satu pusat keunggulan di Kota Batam. Selain didukung oleh fasilitas lengkap dan kegiatan ekstrakurikuler yang beragam, sekolah ini juga mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperluas jangkauan promosi dan menunjukkan keunikan serta pencapaian sekolah kepada publik (Datsenko et al., 2020), karena mereka mulai menyadari pentingnya kehadiran yang kuat di media sosial sangat krusial bagi institusi pendidikan (Jędrzejczyk & Brzeziński, 2021). Namun, meskipun pemanfaatan media sosial telah dilakukan, belum terdapat individu yang secara konsisten bertanggung jawab atas pembuatan konten video kreatif yang menjadi kebutuhan penting dalam era digital saat ini. Beberapa sekolah lain di Indonesia telah lebih dulu melakukan optimalisasi media sosial dengan melibatkan tim khusus atau menggandeng pihak eksternal untuk

memproduksi konten menarik dan informatif guna mendukung branding sekolah (Nesterenko et al., 2023). Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan dengan tujuan untuk membantu SMK Multistudi High School Batam dalam meningkatkan kualitas pengelolaan media sosial, khususnya dalam produksi konten video kreatif yang dapat memperkuat citra sekolah, menarik minat calon siswa baru, serta memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat secara lebih efektif (Rutter et al., 2016) (Siji & Parsad, 2023).

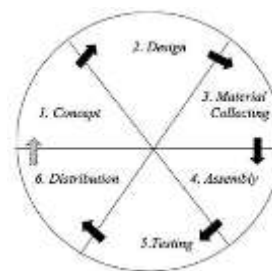
Masalah

Di tengah persaingan yang semakin ketat antar institusi pendidikan dalam merekrut peserta didik baru, kehadiran di media sosial dengan konten visual yang menarik menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan. Namun, SMK Multistudi High School Batam menghadapi tantangan nyata dalam pengelolaan konten video kreatif untuk mendukung strategi promosi sekolah yang secara efektif menampilkan berbagai kegiatan sekolah, fasilitas unggulan, dan program studi (Sardar & Elxan, 2023). Masalah utama yang ditemukan adalah ketiadaan sumber daya manusia yang secara khusus bertugas sebagai editor video atau pembuat konten

digital. Tugas ini kerap dialihkan kepada guru yang sebenarnya memiliki tanggung jawab utama dalam proses pembelajaran, sehingga hasil video yang diproduksi sering kali kurang maksimal baik dari sisi estetika maupun pesan yang ingin disampaikan. Permasalahan ini menjadi penghambat dalam penyampaian informasi secara efektif kepada masyarakat, khususnya calon siswa dan orang tua, yang kini lebih tertarik pada konten visual yang dinamis dan profesional. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan yang mendesak untuk mengembangkan kapasitas produksi konten digital yang berkualitas tinggi. Target kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dari Universitas Internasional Batam (UIB) diarahkan untuk menjawab kebutuhan ini, dengan memberikan dukungan dan pelatihan dalam bidang editing video kreatif sehingga SMK Multistudi High School Batam dapat meningkatkan daya saing digitalnya secara mandiri dan berkelanjutan.

Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). MDLC terdiri dari enam tahapan utama yaitu *Concept*, *Design*, *Material Collecting*, *Assembly*, *Testing* dan *Distribution*.



Gambar 3.1 Siklus *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC)

(Febriansyah & Sumaryana, 2021)

Pada tahap *Concept*, ini melibatkan proses identifikasi dan perumusan ide dasar untuk konten video. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pihak SMK Multistudi High School, kami akan mendefinisikan tujuan utama video di sosial media mereka seperti menonjolkan jurusan tertentu, menampilkan fasilitas, atau merefleksikan suasana sekolah. Selanjutnya, pada tahap *Design* konsep yang telah disepakati akan dibuat ke dalam bentuk visual dan naratif. Kami juga akan menentukan elemen desain visual seperti font, skema warna, dan gaya grafis yang sesuai dengan branding sekolah. Pemilihan musik latar dan efek suara yang mendukung suasana video juga akan didesain di sini. Tahap Berikutnya ialah *Material Collecting* dimana semua materi mentah yang dibutuhkan akan dikumpulkan. Seperti foto dan rekaman video dari berbagai acara sekolah yang dikirimkan oleh pihak SMK Multistudi High School Batam.

Pada tahap Assembly, semua materi yang telah dikumpulkan akan dirakit dan diolah menjadi video utuh. Proses ini akan menggunakan perangkat lunak video editing *CapCut*, terutama karena kemudahan penggunaannya dan fleksibilitasnya yang memungkinkan seluruh proses penyuntingan dapat dilakukan secara efisien hanya melalui perangkat *mobile*. Proses ini melibatkan mengatur urutan klip sesuai *storyboard*, melakukan perbaikan warna, penyesuaian kecerahan, dan kontras. menyisipkan judul, *lower third*, *call-to-action*, atau elemen visual lainnya, menambahkan musik latar, efek suara, atau *voice-over* dan menyesuaikan *level volume*, serta menerapkan transisi antar adegan dan efek *visual* secukupnya untuk mempercantik tampilan video. Tahap selanjutnya yaitu Testing, melakukan peninjauan bersama dengan pihak sekolah untuk mendapatkan *feedback*. Proses evaluasi ini berpedoman pada beberapa indikator standar kualitas untuk memastikan video efektif dan sesuai tujuan, Indikator pertama adalah Konten dan Narasi, yang berfokus pada evaluasi inti dari isi video. Penilaian ini memastikan kesesuaian video dengan tujuan yang telah ditetapkan pada tahap Concept, seperti kemampuannya dalam menonjolkan jurusan, fasilitas, atau suasana sekolah secara efektif. Selanjutnya, akan dinilai kejelasan pesan yang disampaikan untuk

menjamin bahwa informasi utama dapat diterima secara lugas dan mudah dipahami oleh target audiens, yaitu calon siswa dan orang tua. Aspek terakhir dalam indikator ini adalah kesesuaian dengan branding, di mana gaya visual, alur narasi, hingga pemilihan musik harus selaras dan konsisten dengan identitas brand SMK Multistudi High School Batam. Revisi akan dilakukan berdasarkan masukan yang diterima hingga video *final* disetujui. Tahap terakhir, yaitu *Distribution*, melibatkan pengunggahan video ke *platform* media sosial SMK Multistudi High School Batam dengan resolusi dan format yang optimal.

Pengumpulan data dalam kegiatan ini menerapkan metode pengumpulan data kualitatif melalui wawancara mendalam dengan Ibu Yulin, selaku Wakil Kepala Sekolah Bidang Hubungan Masyarakat (Humas). Wawancara ini untuk mendapatkan referensi dan arahan spesifik dari pihak sekolah (Aberbach & Rockman, 2002), meliputi preferensi tema konten, gaya visual dan narasi yang diinginkan, serta ekspektasi kualitas *editing* agar video-video yang dibuat dapat secara optimal merepresentasikan identitas dan keunggulan SMK Multistudi High School Batam di media sosial.

Pembahasan

Perancangan luaran kegiatan ini dimulai dengan tahapan Konsep (*Concept*), di mana kami mengadakan pertemuan langsung dengan pihak dari sekolah SMK Multistudi High School Batam. Diskusi ini bertujuan untuk memahami kebutuhan mereka terhadap konten media sosial. Kemudian setelah konsep dasar disepakati, kami beralih ke tahapan Desain (*Design*). Pada fase ini, ide-ide konseptual diterjemahkan menjadi elemen *visual* yang konkret. Kami mulai dengan memilih warna yang sesuai dengan branding sekolah, menentukan jenis font yang akan digunakan untuk teks, serta memilih musik latar (*sound*) yang mendukung suasana video. Selanjutnya, untuk tahapan Pengumpulan Materi (*Material Collecting*), pihak SMK Multistudi High School Batam akan proaktif mengirimkan foto-foto dokumentasi dan rekaman video mentah dari berbagai kegiatan sekolah. Materi-materi ini kemudian akan menjadi bahan utama yang siap diolah dalam proses *editing* untuk menghasilkan konten media sosial yang menarik dan profesional.



Gambar 4.1 Video Dokumentasi Kegiatan PKL SMK MHS Batam



Gambar 4.2 Bahan Video Perpisahan SMK MHS Batam

Setelah itu masuk pada tahap *assembly*, yaitu *editing* video, untuk mengubah video dokumentasi menjadi konten media sosial yang siap tayang. Langkah pertama yang kami lakukan adalah mencari berbagai referensi video yang relevan di media sosial, terutama dari institusi pendidikan lain atau tren konten terkini, guna mendapatkan inspirasi mengenai gaya *visual*, dan transisi. Sejalan dengan itu, kami juga mencari lagu yang sesuai untuk digunakan, memastikan *soundtrack* video mendukung suasana serta pesan yang ingin disampaikan. Setelah mendapatkan referensi dan musik, kami mulai dengan menyeleksi video dari dokumentasi yang telah dikirimkan oleh SMK Multistudi High School Batam. Klip-klip terpilih kemudian diurutkan untuk membentuk alur cerita yang menarik. Selanjutnya, kami memotong setiap bagian video untuk menghilangkan *footage* yang tidak perlu dan memastikan durasi yang tepat untuk *platform* media sosial. Tahap berikutnya adalah perbaikan warna (*color grading*) dan pengaturan kecerahan video agar tampil lebih enak dipandang. Tidak lupa, kami memberikan beberapa efek dan transisi. Setelah semua tahapan *editing* selesai dan video memenuhi standar

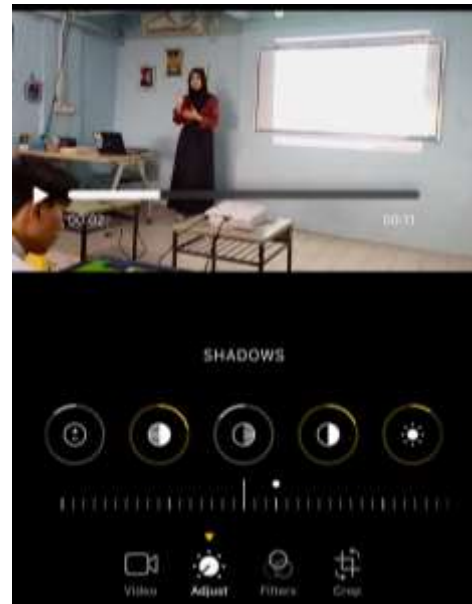
kualitas, video tersebut siap untuk di-export dan digunakan.



Gambar 4.1 Proses memotong video dengan aplikasi *Capcut Mobile*

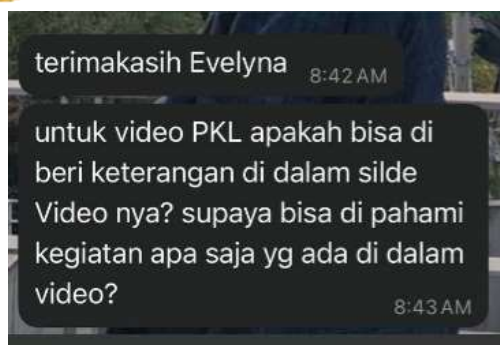


Gambar 4.2 Proses penambahan teks dan transisi dengan aplikasi *Capcut Mobile*

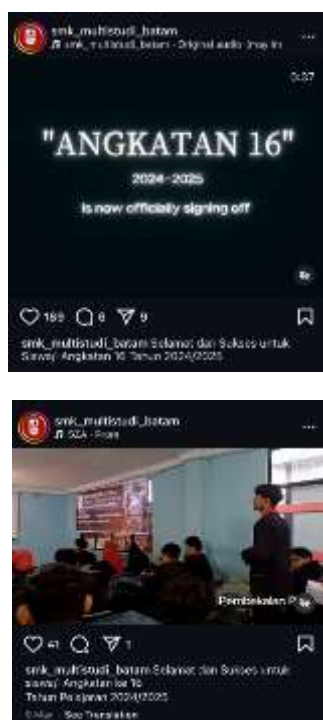


Gambar 4.3 Proses perbaikan warna pada video

Setelah proses *assembly* dan *editing* video selesai, tahapan selanjutnya adalah pengujian (*testing*). Video yang telah rampung akan dikirimkan kepada pihak SMK Multistudi High School Batam untuk ditinjau. Pada fase ini, Ibu Yulin akan memberikan masukan dan jika ada revisi atau perbaikan yang diperlukan, kami akan segera melakukan penyesuaian hingga video memenuhi ekspektasi sekolah. Apabila video sudah dinyatakan "oke" dan tidak ada lagi revisi, maka akan dilanjutkan dengan tahapan *Distribution*, di mana pihak SMK Multistudi High School Batam yang akan mengunggah video tersebut ke berbagai *platform* media sosial mereka.



Gambar 4.4 Permintaan revisi dari Ibu Yulin



Gambar 4.5 Hasil Video sudah di Upload di Instagram SMK MHS

Simpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan bersama SMK Multistudi High School Batam, dapat disimpulkan bahwa tingkat ketercapaian target kegiatan di lapangan tercapai dengan sangat baik. kegiatan ini sukses memproduksi konten video media sosial yang menarik. Beberapa

contoh video yang telah dihasilkan meliputi dokumentasi kegiatan PKL dan perpisahan sekolah, yang telah melalui proses pengeditan dan perbaikan kualitas. Video-video tersebut kemudian dikirimkan kepada pihak SMK Multistudi High School Batam untuk ditinjau dan disetujui, sebelum akhirnya diunggah ke *platform* media sosial resmi SMK Multistudi High School Batam, seperti *Instagram*. Kontribusi ini diharapkan dapat secara signifikan meningkatkan citra positif sekolah, memperkuat upaya rekrutmen siswa baru, dan memberikan gambaran nyata tentang keunggulan fasilitas serta program studi sekolah. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan pengalaman praktis yang berharga bagi mahasiswa dalam bidang pengeditan video dan strategi pemasaran digital di sektor pendidikan.

Daftar Pustaka

- Aberbach, J. D., & Rockman, B. A. (2002). Conducting and Coding Elite Interviews. *PS: Political Science & Politics*, 35, 673–676.
<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:154552743>
- Datsenko, T., Vyhovska, O., & Sinko, A. (2020). SOCIAL MEDIA AND HIGHER EDUCATION

- INSTITUTIONS: USING SOCIAL NETWORKS TO RECRUIT STUDENTS. *The Modern Higher Education Review*, 5, 91–99. <https://doi.org/10.28925/2518-7635.2020.5.9>
- Febriansyah, M. F., & Sumaryana, Y. (2021). *Pengembangan Aplikasi Media Pembelajaran Sekolah Dasar Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* (Vol. 3, Issue 2). <https://e-journal.unper.ac.id/index.php/informat ics>
- Jędrzejczyk, W., & Brzeziński, S. (2021). The Importance of Social Media in Managing the Image of the Educational Institutions. *Contemporary Economics*, 15, 457–466. <https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.460>
- Nesterenko, V., Miskiewicz, R., & Abazov, R. (2023). MARKETING COMMUNICATIONS IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION. *Virtual Economics*, 6(1), 57–70. [https://doi.org/10.34021/VE.2023.06.01\(4\)](https://doi.org/10.34021/VE.2023.06.01(4))
- Rutter, R. N., Roper, S., & Lettice, F. (2016). Social Media Interaction, the University Brand and Recruitment Performance. *Journal of Business Research*, 69, 3096–3104. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:147081505>
- Sardar, A. M., & Elxan, Q. O. (2023). Social media usage statistics in Azerbaijan and implication for education. *InterConf*, 33(155), 57–63. <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.05.2023.006>
- Siji, S., & Parsad, C. (2023). Navigating the Stars: The Moderating Effect of Social Media Usage on the Admission Intention of B-schools. *FIIB Business Review*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:263169260>