

Konten Sosial Media untuk Satu Kalender di SMA Ananda Batam

Java Ardiandi Junus Loden, Eryc, S.E., M.M.

Universitas Internasional Batam

Email: 2231130.Java@uib.edu, eryc@uib.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di SMA Ananda Batam dengan tujuan untuk menyusun dan mengimplementasikan kalender konten media sosial selama satu tahun kalender akademik. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu sekolah dalam mengelola konten secara lebih profesional, terstruktur, dan konsisten, serta meningkatkan citra sekolah melalui strategi branding digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan Design Thinking yang terdiri dari tahapan Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Hasil kegiatan ini meliputi dokumen kalender konten tahunan, template desain visual, panduan penggunaan, serta pelatihan kepada tim media sosial sekolah. Implementasi berhasil menunjukkan peningkatan dalam kualitas dan konsistensi unggahan serta memperkuat komunikasi sekolah dengan publik.

Kata Kunci: Kalender Konten, Media Sosial, Branding Sekolah, Design Thinking, Template Konten

Abstract

This community service project was carried out at SMA Ananda Batam with the objective of designing and implementing a one-year academic calendar-based social media content plan. The initiative aimed to assist the school in managing content more professionally, systematically, and consistently, while enhancing the school's image through strategic digital branding. The Design Thinking method was adopted, consisting of Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test stages. The outcomes included an annual content calendar document, visual design templates, usage guidelines, and training for the school's social media team. Implementation showed significant improvements in the quality and consistency of posts and strengthened the school's communication with the public.

Keywords: Content Calendar, Social Media, Design Thinking, School Branding, Visual Template

Sekolah Ananda merupakan sekolah yang telah berdiri sejak tahun 1992 sebagai sekolah swasta dibawah naungan dari Yayasan Pendidikan Ananda dengan jenjang Pendidikan SD,SMP dan SMA. SMA Ananda sendiri berlokasi di Jl. Taman Indah No.3, Lubuk Baja, Batam, Kepulauan Riau. Sejalan dengan cita-cita Pendidikan nasional, SMA Ananda memiliki visi untuk menciptakan siswa-siswi yang unggul dalam capaian pembelajaran maupun pengembangan karakter dan softskill. Menurut laporan internal dari SMA Ananda, saat ini SMA Ananda memiliki 40 tenaga pendidik dan lebih dari 500 peserta didik.

Meski terdapat begitu banyak siswa, namun kegiatan publikasi dari SMA Ananda masih minim serta dilakukan secara konvensional tanpa perencanaan yang matang. Padahal dalam perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat ini, sosial media terbukti efektif sebagai wadah penyampaian informasi seputar kegiatan sekolah baik berupa kegiatan belajar mengajar, informasi lomba, dokumentasi kegiatan sekolah hingga jembatan komunikasi dua arah antara sekolah dan orangtua/wali murid.(Amilia et al., 2022). Oleh karena itu, penting bagi SMA Ananda untuk mengembangkan strategi publikasi yang

lebih modern dan terencana agar dapat memanfaatkan potensi sosial media secara optimal.

Dan dalam perkembangannya, saat ini banyak sekolah yang sudah mengimplementasikan penggunaan sosial media sebagai media untuk membangun citra sekolah (branding) dan menyebarkan informasi mengenai sekolah secara cepat dengan jangkauan yang lebih luas dibandingkan cara konvensional (Karamang, 2021). SMA Ananda terbuka untuk pengembangan dan pendampingan dalam menyusun kalender konten media sosial sebagai langkah strategis dalam meningkatkan daya saing dan keterbukaan informasi sekolah. Sekolah-sekolah yang berhasil memanfaatkan media sosial dengan baik dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka di tengah persaingan yang semakin ketat dalam dunia Pendidikan (Setiawan & Hidayati, 2023). Penggunaan media sosial yang efektif dapat membantu sekolah dalam mencapai tujuan branding dan promosi, serta meningkatkan interaksi dengan masyarakat dan calon siswa (Nuzulita et al., 2022).

Masalah

Di era globalisasi, penting bagi institusi Pendidikan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi

dan penguatan identitas sekolah. Media sosial berperan penting dalam menyebarkan informasi mengenai sekolah dan membangun interaksi dengan Masyarakat di jejaring sosial media (Sanwal et al., 2023).

Saat ini, tantangan yang dihadapi oleh SMA Ananda sendiri merupakan kurangnya sumber daya serta perencanaan konten yang baik. Pengelolaan media Sosial di SMA Ananda masih dilakukan secara tidak terstruktur dan kurang konsisten serta dalam pelaksanaannya masih mengandalkan inisiatif personal dari guru maupun siswa. Jika hal ini terus berlangsung, maka hal ini bisa menyebabkan audiens terutama orangtua, peserta didik maupun calon peserta didik sulit mendapatkan Gambaran yang utuh mengenai keunggulan serta aktivitas yang dilakukan sekolah. Ketiadaan tim khusus yang mengelola sosial media juga dapat menyebabkan potensi besar sekolah dalam membangun citra, menunjukkan prestasi sekolah maupun komunikasi menjadi tidak maksimal. Penting bagi institusi untuk memiliki kalender konten media sosial, hal ini agar sekolah dapat menjangkau audiens lebih efektif dan tepat sasaran. Perencanaan konten media sosial harus dibuat secara sistematis dalam bentuk kalender konten tahunan. Hal ini meliputi tema di setiap

bulannya, waktu untuk mempublikasikannya serta jenis konten yang ingin ditonjolkan ke public. Hal ini harus dilakukan secara professional dan konsisten. Oleh karena itu, pendekatan *Design Thinking* dirasa lebih sesuai, hal ini dikarenakan fokus pada pemahaman kebutuhan pengguna (siswa, guru, orang tua) dan menghasilkan solusi kreatif serta inovatif yang berorientasi pada pengguna akhir (Gopinathan et al., 2021).

Metode

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini, dilakukan melalui wawancara-semi terstruktur, observasi partisipatif serta studi dokumentasi.

Wawancara semi-terstruktur : Metode ini dilakukan dengan guru pembimbing ekstrakurikuler, staf humas serta pengelola akun media sosial dari Sekolah Ananda sendiri. Hal ini dilakukan agar para narasumber dapat memberikan pandangan mereka mengenai pandangan dan harapan mereka sebagai para pemangku kepentingan terkait konten edia sosial sekolah. (Blackford, 2022) Hasil wawancara ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan efektivitas media sosial

dalam mendukung kegiatan pembelajaran di sekolah.

Observasi partisipatif: Wawancara ini dilakukan dengan melakukan kunjungan langsung ke sekolah mengenai kegiatan yang dilakukan di sekolah. Hal ini guna memahami aktivitas apa saja yang berpotensi untuk menjadi konten di media sosial. Observasi ini sendiri dilakukan selama beberapa hari di SMA Ananda baik saat kegiatan belajar mengajar di kelas maupun kegiatan ekstrakurikuler. (Ivarsson, 2019) Metode ini cukup efektif untuk mengetahui kegiatan yang bisa menjadi potensi konten yang selama ini mungkin tidak terdokumentasikan.

Studi dokumentasi: Studi ini dilakukan dengan mengamati unggahan media sosial sebelumnya, maupun arsip dari dokumentasi atau laporan kegiatan sekolah sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk memahami pola komunikasi antara sekolah terhadap audiens khususnya orangtua siswa, peserta didik maupun calon siswa. (Kurniawan et al., 2023) Dengan demikian, analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan oleh sekolah.

2. Proses Perancangan Luaran

Menggunakan metode Design Thinking, proses perancangan ini terbagi atas 5 tahapan yakni Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test (Clapp, 2022). Tahapan-tahapan ini membantu dalam memahami kebutuhan pengguna dan menciptakan solusi yang lebih efektif dalam desain produk. Proses ini memastikan bahwa setiap aspek desain mempertimbangkan pengalaman pengguna, sehingga menghasilkan produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga menarik dan mudah digunakan (Pratiwi et al., 2023) (Aji et al., 2023).

3. Tahapan Pelaksanaan

Berikut adalah tahapan pelaksanaan kegiatan:

1. Persiapan dan Koordinasi

Awal: Pertemuan awal dengan Kepala Sekolah SMA Ananda untuk menyepakati cakupan dan tujuan dari kegiatan yang dilakukan.

2. Pengumpulan Data dan Analisis

Kebutuhan: Wawancara dan observasi.

3. Perancangan Kalender

Konten: Penyusunan tema bulanan dan konten mingguan.

4. Pembuatan Template

Desain: Menggunakan

5. Canva/Figma untuk desain template.

6. Pelatihan dan Penyerahan

Hasil: Pelatihan singkat penggunaan kalender dan template.

7. Evaluasi dan

Dokumentasi: Umpan balik dan revisi final dokumen.

4. Jadwal Pelaksanaan dan Anggaran

Berikut adalah jadwal pelaksanaan untuk menyelesaikan proyek kerja praktik di SMA Ananda

No	Tanggal	Nama Tugas	Deskripsi
1.	11 Feb 2025	Diskusi rencana dan pembagian timeline	Revisi timeline dan penyesuaian tema konten
2	12 Feb 2025	Mengumpulkan contoh konten dari competitor dan trend terkini	Menentukan gaya design dari tone konten yang akan digunakan
3	15 Feb 2025	Penyusunan rancangan kalender konten bulanan	Draft konten disiapkan untuk satu bulan pertama
4	16 Feb 2025	Kalender konten direvisi berdasarkan masukan mitra	Perbaiki dan persetujuan sebelum produksi konten
5	18 Feb 2025	Design dan copywriting untuk konten minggu pertama	Siap dijadwalkan dan di publikasikan

6	20 Feb 2025	Konten dijadwalkan menggunakan tools (canva, capcut, adobe, dll)	Monitoring performa konten setelah diunggah
7	21 Feb 2025	Melakukan analisis keterlibatan dan jangkauan	Menyusun laporan dan rekomendasi konten berikutnya
8	24 Feb 2025	Pembuatan konten minggu kedua dan ketiga	Revisi design sesuai masukan keterlibatan audiens sebelumnya
9	25 Feb 2025	Membalas komentar dan pesan di media social	Meningkatkan interaksi agar algoritma lebih optimal
10	28 Feb 2025	Review seluruh konten yang telah diposting selama satu bulan	Evaluasi performa, insight dan perbaikan untuk bulan berikutnya

No	Rancangan Aktivitas	Jenis Anggaran	Volume	Unit	Satuan	Jumlah
1	Perjalanan	Belanja Perjalanan	1	Paket	Rp1.500.000	Rp1.500.000
2.	Paket Internet	Belanja barang non operasional	1	Paket	Rp2.000.000	Rp2.000.000
3.	Sewa Laptop	Belanja barang non operasional	1	Unit	Rp1.500.000	Rp1.500.000
Total Anggaran						Rp5.000.000

Berikut adalah kajian mengenai anggaran yang dikeluarkan selama pelaksanaan kerja praktik di SMA Ananda. Total anggaran proyek adalah sebesar lima juta rupiah.

Hasil dan Pembahasan

1. Perancangan Luaran Kegiatan

Perancangan luaran kegiatan dilakukan dengan pendekatan *Design Thinking* yang berfokus pada pemahaman kebutuhan pengguna akhir, dalam hal ini pihak SMA Ananda, termasuk guru, siswa, serta staf pengelola media sosial sekolah. Tahapan ini dimulai dari proses Empathize melalui wawancara dan observasi, Define untuk merumuskan masalah utama yang dihadapi sekolah dalam pengelolaan media sosial, serta Ideate guna menghasilkan solusi konten yang kreatif, efektif, dan relevan. Selanjutnya, dilakukan tahapan Prototype berupa penyusunan draft kalender konten tahunan, template desain visual, serta panduan penggunaan. Terakhir, Test dilakukan melalui diskusi dan pelatihan bersama tim media sosial sekolah untuk menilai efektivitas dan kemudahan implementasi luaran yang dirancang.

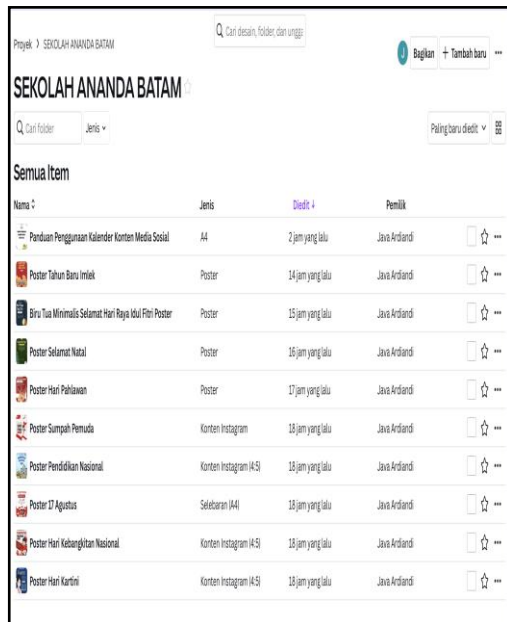
Luaran kegiatan yang dirancang terdiri dari:

- **Kalender Konten Media Sosial :** Menyusun desain visual, dokumentasi unggahan, dan evaluasi sebagai bukti perencanaan dan pelaksanaan yang terstruktur.

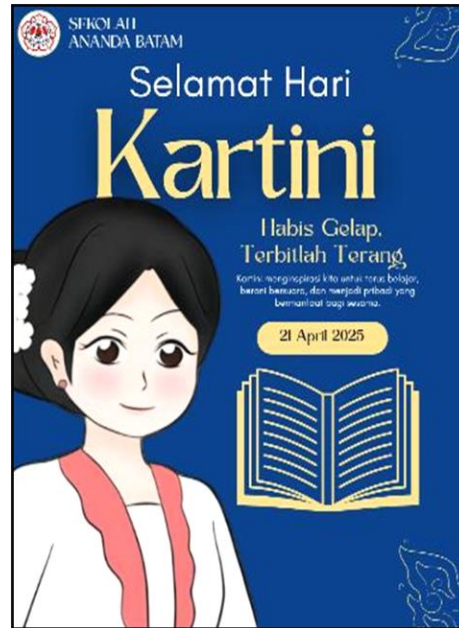
- **Template Desain Visual:** Template konten siap pakai untuk berbagai jenis postingan, dengan warna dan elemen visual yang konsisten dengan identitas SMA Ananda.
- **Panduan Penggunaan Kalender Konten:** Petunjuk praktis mulai dari teknik penjadwalan, pemilihan caption yang menarik, waktu optimal publikasi, hingga penggunaan hashtag.

No	Bulan	Tanggal	Hari Besar	Jenis Konten	Tujuan Konten	Hashtag
1	Januari	1 Januari	Tahun Baru Masehi	Poster / video	Menyambut tahun baru dengan semangat positif	#TahunBaru2025 #NewYearSpirit
2	Januari	±25 Januari	Imlek (Tahun Baru Cina)	Poster / video	Edukasi keberagaman budaya & toleransi	#Imlek #SongKrisCai
3	Februari	14 Februari	Hari Kasih Sayang (opsional)	Poster / video	Menumbuhkan empati	#ValentineEdukasi #CintaDamai
4	Februari	±28 Februari	Isra Miraj Nabi Muhammad SAW	Poster / video	Nilai spiritualitas Islam	#IsraMiraj #MuhammadSAW
5	Maret	±11 Maret	Hari Raya Nyepi (Hindu)	Poster / video	Menghargai keberagaman agama	#HariNyepi #DamaDamaDiam
6	Maret	21 Maret	Hari Down Syndrome Sedunia	Poster / video	Menumbuhkan empati dan inklusi	#DownSyndromeDay #Inklusi
7	April	7 April	Hari Kesehatan Dunia	Poster / video	Edukasi gaya hidup sehat	#HariKesehatan #SehatluPenting
8	April	21 April	Hari Kartini	Poster / video	Peringatan emansipasi wanita	#HariKartini #KartiniMas Kini
9	April	±10 April	Awal Ramadhan	Poster / video	Menghormati umat Islam	#Ramadhan1446H #Puasa
10	Mei	1 Mei	Hari Buruh Internasional	Poster / video	Edukasi hak pekerja	#MayDay #HariBuruh
11	Mei	±5 Mei	Kenaikan Isa Almasih	Poster / video	Menghormati umat Kristen	#KenaikanIsa #Dama
12	Mei	±23 Mei	Hari Raya Waisak	Poster / video	Menghormati umat Budha	#Waisak2025 #DamaWaisak
13	Juni	1 Juni	Hari Lahir Pancasila	Poster / video	Penguatan nilai Pancasila	#Pancasila #BinnekaTunggalika
14	Juni	±17 Juni	Iduladha 1446 H	Poster / video	Spiritualitas & kebersamaan	#IdulAdha #UrbatBersama
15	Juni	20 Juni	Hari Pengungsi Sedunia	Poster / video	Meningkatkan kesadaran kemanusiaan	#HariPengungsi #Kemanusiaan
16	Juli	23 Juli	Hari Anak Nasional	Poster / video	Menghargai hak anak	#HariAnak #AnakHebat
17	Juli	±30 Juli	Tahun Baru Islam 1447 H	Poster / video	Memaknai hijrah	#TahunBaruIslam #1447H
18	Agustus	17 Agustus	Hari Kemerdekaan RI	Poster / video	Nasionalisme & kebanggaan	#HUTRI80 #DirgahayuRI
19	September	±1 September	Maulid Nabi Muhammad SAW	Poster / video	Pendidikan karakter Islami	#MaulidNabi #MuhammadSAW
20	September	21 September	Hari Perdamaian Internasional	Poster / video	Nilai toleransi & persatuan	#HariPerdamaian #PeaceDay
21	Oktober	5 Oktober	Hari Guru Sedunia	Poster / video	Menghargai jasa guru	#HariGuru #TerimaKasihGuru
22	Oktober	28 Oktober	Hari Sumpah Pemuda	Video / puisi	Menupuk semangat pemuda	#SumpahPemuda #PemudaBersatu
23	November	10 November	Hari Pahlawan	Poster / video	Menumbuhkan semangat nasionalisme	#HariPahlawan #BangsaBesar
24	November	25 November	Hari Guru Nasional	Poster / video	Apresiasi guru Indonesia	#HariGuruNasional #GuruInspiratif
25	Desember	22 Desember	Hari Ibu	Poster / video	Menumbuhkan kasih dan hormat kepada ibu	#HariIbu #CintaIbu
26	Desember	25 Desember	Hari Natal	Poster / video	Menghormati umat Kristiani	#SelamatNatal #DamaNatal

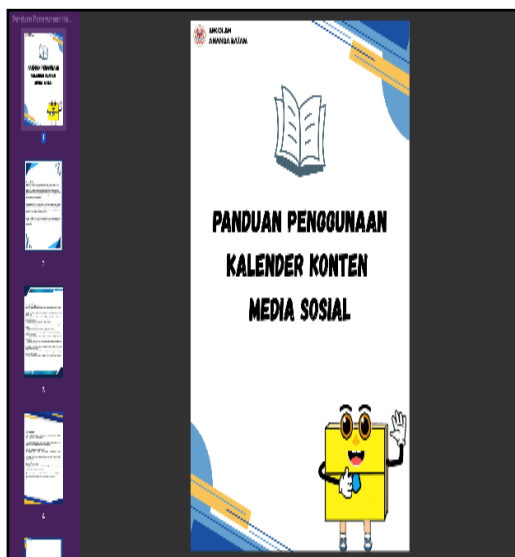
Gambar 4.1 Kalender Konten Media Sosial



Gambar 4.2 Template Desain Visual (Siap Pakai)



Gambar 4.3 Poster Hari Kartini



Gambar 4.4 Panduan Penggunaan Kalender Konten



Gambar 4.5 Poster Hari Raya Idul Fitri



Gambar 4.6 Poster Hari



Gambar 4.7 Poster 17 Agustus



Gambar 4.8 Poster Hari Kebangkitan Nasional



Gambar 4.9 Poster Imlek



Gambar 4.10 Poster Hari Natal



Gambar 4.11 Pendidikan Nasional



Gambar 4.12 Poster Sumpah Pemuda



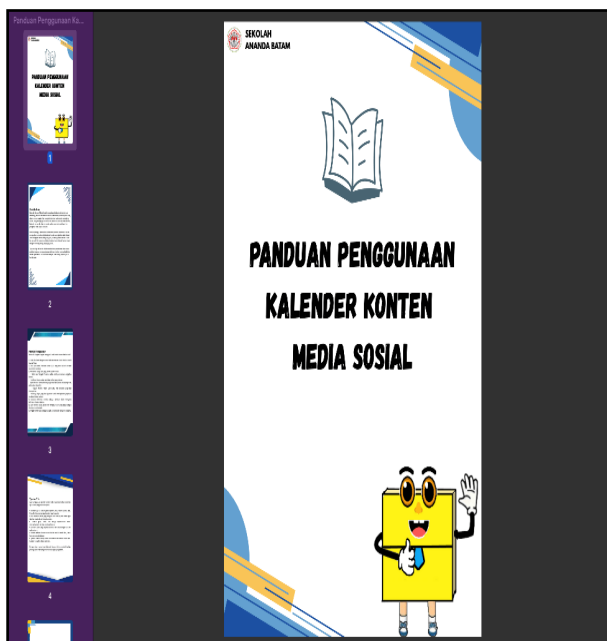
Gambar 4.13 Video Prestasi Tim Basket Ananda

2. Proses Implementasi Luaran

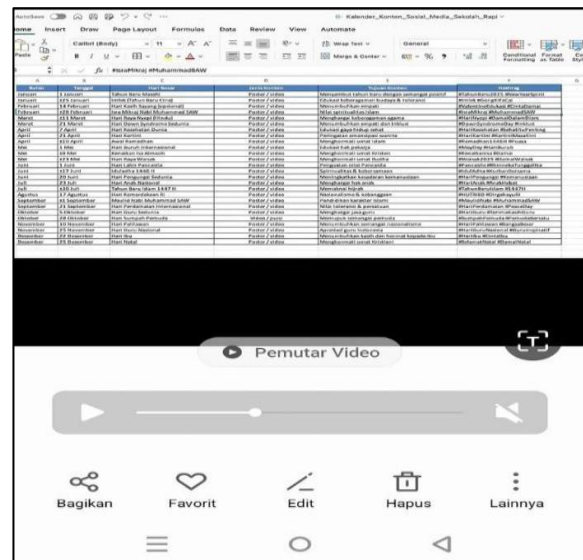
Proses implementasi dimulai dengan validasi kalender konten dan desain template bersama pihak SMA Ananda.

Setelah dilakukan revisi berdasarkan masukan mitra, konten minggu pertama hingga ketiga diproduksi dan dijadwalkan menggunakan tools seperti Canva dan CapCut. Konten kemudian diunggah secara bertahap sesuai jadwal yang telah dirancang.

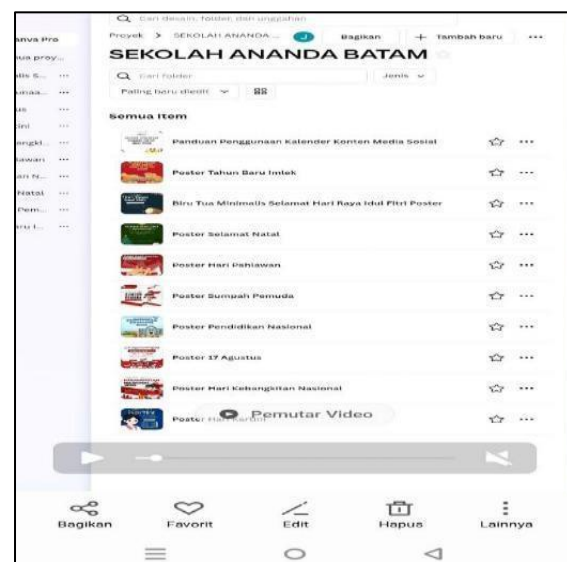
Selama masa implementasi, dilakukan monitoring performa konten seperti analisis keterlibatan (like, komentar, jangkauan), serta evaluasi insight terhadap jenis konten yang paling efektif. Konten untuk minggu keempat serta rencana bulan berikutnya kemudian disusun berdasarkan hasil evaluasi.



Gambar 4.15 Panduan Penggunaan Kalender Konten



Gambar 4.14 Video Cara Penggunaan Kalender Konten



Gambar 4.16 Video Cara Penggunaan Template Design

3. Kondisi Setelah Implementasi

Pasca implementasi, terjadi peningkatan signifikan dalam kualitas dan konsistensi unggahan media sosial SMA Ananda. Dengan adanya kalender konten, pihak sekolah kini memiliki rencana yang terstruktur dan dapat diikuti tanpa

ketergantungan pada individu tertentu. Template desain yang telah disiapkan memudahkan mitra dalam menciptakan konten visual yang seragam dan profesional, mencerminkan citra institusi yang lebih kredibel di mata publik.

Secara umum, hasil implementasi menunjukkan bahwa kegiatan ini mampu meningkatkan kemampuan branding digital sekolah, serta memperkuat komunikasi dengan publik, terutama dengan orang tua siswa dan calon peserta didik.



Gambar 4.17 Penyerahan Hasil Kerja Praktik

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada penyusunan kalender konten media sosial selama satu tahun untuk SMA Ananda Batam telah terlaksana dengan baik dan mencapai seluruh target luaran. Melalui pendekatan *Design Thinking*, pelaksanaan

kegiatan berhasil merespons kebutuhan mitra secara spesifik dan solutif, mencakup perencanaan konten yang sistematis, desain visual yang profesional, serta peningkatan kapasitas tim pengelola media sosial.

Penerapan kalender konten terbukti membantu SMA Ananda dalam menjalankan strategi publikasi yang lebih terstruktur, konsisten, dan berdampak terhadap peningkatan citra institusi. Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan luaran praktis, namun juga memberikan dampak jangka panjang terhadap kemampuan branding digital sekolah.

Daftar Pustaka

- Aji, A., Budiyono, N. R., Suhirman, S., Ratnasari, D., & Sejati, Rr. H. P. (2023). Metode Design Thinking Untuk Perancangan UI/UX Pada Aplikasi Konsultasi Karir. *Jurnal Informatika Dan Teknologi Informasi*.
<https://doi.org/10.37729/intek.v6i1.2997>
- Amilia, F., Rowindi, G., & Mubaroq, S. (2022). Pemanfaatan Publikasi Di Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan. *Dinamisia*.
<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i5.9355>

- Blackford, K. (2022). *Semi-Structured Interviews*.
<https://doi.org/10.1017/9781108867788.010>
- Clapp, J. (2022). *Design Thinking: From Empathy to Evaluation*.
https://doi.org/10.1007/978-981-19-1983-1_3
- Gopinathan, S., Kaur, A. H., Ramasamy, K., & Raman, M. (2021). Enhancing innovative delivery in schools using design thinking. *F1000Research*.
<https://doi.org/10.12688/F1000RESEARCH.72860.1>
- Ivarsson, L. (2019). What's in It for Me? - Peer Observation of Teaching: Experiences from a Primary School in Sweden. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*.
<https://doi.org/10.26803/IJLTER.18.3.7>
- Karamang, E. (2021). *The Effect of Social Media Marketing and Brand Image on Choosing Decision of A School of Business in Bandung*.
<https://doi.org/10.2991/AEBMR.K.210831.088>
- Kurniawan, Y., Luhukay, D., & Marion, É. (2023). *The Role of Social Media Analytics at Indonesian Schools (A Case Study Approach)*.
<https://doi.org/10.1109/ICBIR57571.2023.10147718>
- 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)*.
<https://doi.org/10.20473/jlm.v6i2.2022.395-405>
- Pratiwi, H., Wahyuningsih, Y., & Oktaviani, Y. C. (2023). Metode Design Thinking Pada Perancangan Media Pembelajaran Arsitektur Nusantara. *SNARSTEK*.
<https://doi.org/10.47970/snarstek.v2i1.495>
- Sanwal, T., Yadav, S., Avasthi, S., Prakash, A., & Tyagi, M. (2023). *Social Media and Networking Applications in the Education Sector*.
<https://doi.org/10.1109/DELCON57910.2023.10127547>

Setiawan, D., & Hidayati, D. (2023).
Efektivitas media sosial sebagai
sistem informasi manajemen
sekolah. *Academy of Education*

*Journal: Jurnal Ilmu-Ilmu
Kependidikan.*

[https://doi.org/10.47200/aoej.v14i
2.1754](https://doi.org/10.47200/aoej.v14i2.1754)