

Pelatihan Visual Branding dalam Pembuatan Konten Kreatif Media Sosial bagi Siswa SMKN 2 Banjarmasin

Jiki Romadoni^{1*}, Muhammad Hidayat², M. Fadli Ridhani³, Haji Ahmad Makie⁴, M. Bahril Ilmi⁵

^{1,2,3,4,5}Teknologi Rekayasa Multimedia, Politeknik Hasnur, Indonesia

jiki.romadoni@gmail.com, hidayatsyahid117@gmail.com, mfadliridhani@gmail.com, haji.makkie@gmail.com, mbahrililmi2@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Perkembangan media sosial menuntut kemampuan dalam menciptakan konten visual yang menarik dan konsisten, khususnya bagi siswa jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV). Namun, sebagian siswa masih belum memahami konsep visual branding, struktur konten digital, serta penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, dan tata letak yang efektif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam membuat konten kreatif media sosial berbasis visual branding. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk workshop dan praktik langsung kepada 29 siswa kelas X DKV SMKN 2 Banjarmasin. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi, diskusi, bedah desain, praktik redesign konten, serta evaluasi melalui observasi dan presentasi hasil karya peserta. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa mulai memahami konsep visual branding, penerapan struktur hook-core-CTA, serta pentingnya konsistensi warna, tipografi, dan elemen visual dalam pembuatan konten media sosial. Selain itu, peserta mampu menerapkan konsep dasar visual branding pada hasil redesign konten yang dibuat selama kegiatan berlangsung.

Kata Kunci: *visual branding; konten kreatif; media sosial; desain komunikasi visual; workshop multimedia.*

Abstract: The development of social media requires the ability to create engaging and consistent visual content, especially for students in the Visual Communication Design (DKV) program. However, many students still lack understanding of visual branding concepts, digital content structure, and the effective use of visual elements such as color, typography, and layout. This community service activity aimed to improve students' understanding and skills in creating social media creative content based on visual branding principles. The activity was conducted through workshops and hands-on practice involving 29 tenth-grade DKV students at SMKN 2 Banjarmasin. The methods included material presentation, discussion sessions, design analysis, content redesign practice, and evaluation through observation and participant presentations. The results showed that students gained a better understanding of visual branding concepts, the implementation of hook-core-CTA content structures, and the importance of consistency in color, typography, and visual elements in social media content creation. Furthermore, participants were able to apply basic visual branding concepts to the redesigned content produced during the activity.

Keywords: *visual branding; creative content; social media; visual communication design; multimedia workshop*

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi masyarakat, khususnya pada generasi muda. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi media informasi, promosi, personal branding, hingga pengembangan kreativitas digital. Perkembangan tersebut menuntut kemampuan literasi digital dan keterampilan visual yang baik agar pengguna mampu menciptakan konten yang komunikatif dan sesuai dengan kebutuhan era digital (Putu & Arima, 2024; Pratama et al., 2025). Kondisi tersebut menuntut kemampuan dalam menciptakan konten visual yang menarik, komunikatif, dan konsisten agar mampu

menarik perhatian audiens dalam waktu singkat. Dalam dunia digital saat ini, visual branding menjadi salah satu aspek penting dalam membangun identitas dan karakter sebuah konten di media sosial.

Visual branding merupakan proses membangun identitas visual melalui penggunaan elemen desain seperti warna, tipografi, tata letak, dan elemen grafis yang konsisten untuk menciptakan citra serta identitas yang mudah dikenali oleh audiens. Penerapan visual branding yang baik mampu membantu membangun karakter visual yang kuat dan membedakan suatu identitas dengan yang lain (Zai, 2025; Veren, 2023). Penerapan visual branding yang baik dapat membantu audiens lebih mudah mengenali karakter suatu konten maupun identitas kreator. Selain itu, struktur konten digital yang efektif seperti penggunaan hook, core, dan call to action (CTA) juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik dan penyampaian pesan pada media sosial. Oleh karena itu, kemampuan dalam memahami visual branding dan strategi konten kreatif menjadi keterampilan yang penting dimiliki oleh siswa sekolah menengah kejuruan, khususnya pada bidang Desain Komunikasi Visual (DKV). Kompetensi desain komunikasi visual menjadi penting karena berfungsi sebagai media komunikasi informasi visual yang mampu membangun identitas, menyampaikan pesan, serta meningkatkan efektivitas komunikasi digital pada berbagai platform media (Eko Agung Sugiyarto, 2026).

SMKN 2 Banjarmasin sebagai salah satu sekolah yang memiliki jurusan Desain Komunikasi Visual telah membekali siswa dengan dasar-dasar desain grafis dan media digital. Namun, berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi bersama peserta kegiatan, ditemukan bahwa sebagian siswa masih belum memahami konsep visual branding dalam pembuatan konten media sosial. Siswa cenderung membuat desain berdasarkan tampilan visual yang menarik tanpa memperhatikan konsistensi identitas visual, kombinasi warna, tipografi, maupun struktur penyampaian pesan dalam konten digital. Selain itu, sebagian siswa juga belum memahami konsep hook-core-CTA sebagai bagian penting dalam membangun konten media sosial yang efektif dan komunikatif (Pamungkas et al., 2024).

Permasalahan tersebut menyebabkan hasil desain konten yang dibuat siswa masih terlihat kurang terstruktur, terlalu ramai, serta belum memiliki identitas visual yang konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan teknis penggunaan aplikasi desain saja belum cukup tanpa disertai pemahaman mengenai strategi visual branding dan komunikasi visual yang efektif. Di sisi lain, kemampuan dalam membuat konten kreatif media sosial menjadi salah satu kompetensi yang dibutuhkan pada era industri kreatif digital saat ini. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pelatihan yang tidak hanya berfokus pada kemampuan teknis penggunaan aplikasi desain, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai strategi visual branding dan komunikasi visual pada media sosial (Hasbullah et al., 2024).

Beberapa penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan kreativitas, literasi digital, serta kemampuan desain visual peserta didik. Pelatihan desain konten promosi menggunakan media digital terbukti efektif dalam membantu peserta memahami strategi komunikasi visual, pemanfaatan elemen desain, serta pengembangan identitas visual pada media sosial (Krismantan & Rhamanda, 2023). Selain itu, pendekatan workshop multimedia juga dinilai mampu meningkatkan keterampilan teknis peserta melalui praktik langsung dan pendampingan selama proses pembelajaran (Heriyanto et al., 2025; Febrilia et al., 2021). Penguatan kemampuan literasi digital juga menjadi kebutuhan penting bagi peserta didik dalam menghadapi transformasi teknologi dan perkembangan industri kreatif digital (Pratama et al., 2025; Veren, 2023).

Namun, berdasarkan penelusuran literatur, sebagian besar kegiatan pelatihan desain multimedia masih berfokus pada aspek teknis penggunaan aplikasi desain, sementara pelatihan yang mengintegrasikan konsep visual branding, identitas visual, dan struktur komunikasi konten digital seperti hook-core-CTA pada siswa sekolah menengah

kejuruan masih relatif terbatas. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pelatihan yang tidak hanya menekankan aspek teknis desain, tetapi juga pemahaman strategi visual dalam membangun konten media sosial yang efektif (Candra & Winayanti, 2025).

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian melaksanakan kegiatan “Pelatihan Visual Branding dalam Pembuatan Konten Kreatif Media Sosial bagi Siswa SMKN 2 Banjarmasin”. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam menerapkan konsep visual branding, struktur konten hook-core-CTA, serta penggunaan elemen visual yang konsisten pada pembuatan konten kreatif media sosial. Selain itu, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kreativitas dan literasi digital siswa dalam menghadapi perkembangan industri kreatif berbasis media sosial (Ayuningtiyas, 2024).

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMKN 2 Banjarmasin dengan sasaran peserta sebanyak 29 siswa kelas X jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV). Kegiatan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam merancang konten kreatif media sosial berbasis visual branding. Mitra kegiatan dipilih karena memiliki relevansi dengan bidang multimedia dan desain visual, serta kebutuhan peningkatan kompetensi siswa dalam menghadapi perkembangan industri kreatif digital.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan workshop berbasis praktik (*practice-based workshop*) yang dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi. Pendekatan workshop berbasis praktik dinilai efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta karena memberikan pengalaman belajar langsung melalui demonstrasi dan praktik terarah (Krismantan & Rhamanda, 2023). Kegiatan juga melibatkan mahasiswa Himpunan Mahasiswa Program Studi Teknologi Rekayasa Multimedia (HIMA TRM) sebagai fasilitator pendamping dalam membantu peserta selama praktik berlangsung.

1. Tahap Persiapan (Pra-Kegiatan)

Tahap persiapan dilakukan melalui koordinasi antara tim pengabdian dengan pihak sekolah terkait jadwal pelaksanaan, peserta, serta kebutuhan sarana pendukung kegiatan. Selain itu, tim juga menyusun materi pelatihan mengenai visual branding, struktur konten media sosial, serta praktik redesign desain konten. Materi yang disiapkan mencakup konsep 3 second rule, perbedaan antara desain visual dan visual identity, prinsip less is more, elemen visual branding (warna, tipografi, dan elemen grafis), serta formula penyusunan konten hook-core-CTA.

Pada tahap ini, tim pengabdian juga melakukan observasi awal untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman siswa terhadap desain konten media sosial dan visual branding. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar siswa masih berfokus pada aspek estetika visual tanpa memperhatikan konsistensi identitas visual dan struktur penyampaian pesan.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk workshop interaktif melalui metode ceramah, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung. Pada sesi awal, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya visual branding dalam media sosial, termasuk bagaimana membangun identitas visual melalui konsistensi warna, tipografi, dan elemen grafis.

Selanjutnya, peserta diperkenalkan dengan struktur konten kreatif media sosial menggunakan pendekatan hook-core-CTA sebagai strategi dalam membangun konten yang menarik dan komunikatif. Tim pengabdian juga memberikan contoh perbandingan desain yang efektif dan tidak efektif, serta kesalahan umum dalam desain seperti penggunaan elemen yang terlalu ramai (*too crowded*), margin yang kurang tepat, dan kontras warna yang rendah.

Pada sesi praktik, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok untuk melakukan design challenge, yaitu melakukan *re-design* terhadap referensi desain yang telah disediakan dengan menerapkan identitas visual yang berbeda. Peserta diminta untuk mengganti warna, tipografi, elemen visual, serta mengembangkan tata letak baru tanpa meniru desain asli. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas sekaligus pemahaman peserta terhadap penerapan visual branding secara langsung.

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan selama kegiatan berlangsung melalui observasi langsung terhadap keterlibatan peserta pada setiap sesi pelatihan, meliputi keaktifan dalam diskusi, partisipasi selama praktik *redesign* konten, serta kemampuan peserta dalam menerapkan materi yang telah diberikan. Selama proses praktik, tim pengabdian bersama mahasiswa pendamping menggunakan lembar observasi untuk mencatat perkembangan peserta berdasarkan beberapa indikator, yaitu pemahaman konsep *visual branding*, penerapan struktur *hook-core-CTA*, konsistensi penggunaan warna dan tipografi, serta kemampuan menyusun tata letak desain yang komunikatif.

Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan dua pendekatan. Pertama, pre-test diberikan sebelum penyampaian materi untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta mengenai konsep *visual branding*, struktur *hook-core-CTA*, penggunaan elemen visual, dan kemampuan melakukan *redesign* konten media sosial. Kedua, post-test diberikan setelah seluruh rangkaian pelatihan dan praktik selesai dilaksanakan untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan.

Selain pre-test dan post-test, hasil praktik peserta juga dinilai menggunakan rubrik penilaian karya yang mencakup empat aspek, yaitu: (1) pemahaman konsep *visual branding*; (2) penerapan struktur *hook-core-CTA*; (3) konsistensi penggunaan warna, tipografi, dan elemen visual; serta (4) kemampuan melakukan *redesign* konten media sosial. Setiap aspek diberi skor menggunakan skala 1–4, kemudian dikonversi ke dalam bentuk persentase untuk memudahkan analisis hasil pelatihan.

Persentase yang disajikan pada Tabel 1 merupakan hasil rekapitulasi nilai pre-test dan post-test yang dipadukan dengan hasil penilaian menggunakan rubrik karya peserta. Data tersebut selanjutnya dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan perubahan tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan pelatihan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Visual Branding

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di SMKN 2 Banjarmasin dengan melibatkan 29 siswa kelas X jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV). Kegiatan berlangsung dalam bentuk workshop interaktif yang bertujuan meningkatkan pemahaman peserta mengenai visual branding dan pembuatan konten kreatif media sosial. Pelaksanaan kegiatan didukung oleh dosen pelaksana dan mahasiswa Himpanan Mahasiswa Program Studi Teknologi Rekayasa Multimedia (HIMA TRM) sebagai fasilitator pendamping.

Pada tahap awal kegiatan, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya visual branding dalam membangun identitas visual suatu konten media sosial. Materi yang diberikan mencakup konsep 3 second rule, yaitu pentingnya menarik perhatian audiens dalam beberapa detik pertama ketika melihat konten digital. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai perbedaan antara desain visual yang hanya menarik secara estetika dengan visual identity yang memiliki konsistensi identitas visual.

Materi berikutnya membahas tiga elemen utama visual branding, yaitu warna (*color*), tipografi (*typography*), dan elemen grafis (*graphic elements*). Pada sesi ini peserta diberikan contoh bagaimana penggunaan elemen visual yang konsisten dapat membantu meningkatkan daya tarik serta pengenalan identitas sebuah konten media sosial. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada konsep *hook-core-CTA* sebagai strategi menyusun

konten kreatif yang mampu menarik perhatian, menyampaikan pesan inti, dan mengajak audiens melakukan tindakan tertentu.



Gambar 1. Penyampaian Materi Visual Branding Kepada Peserta

Pada sesi diskusi, peserta terlihat aktif dalam memberikan tanggapan mengenai contoh desain yang ditampilkan. Beberapa siswa mulai memahami bahwa desain yang baik tidak hanya dinilai dari aspek visual yang menarik, tetapi juga dari kemampuan desain tersebut dalam menyampaikan pesan secara efektif dan membangun identitas visual yang konsisten. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas desain tidak hanya dipengaruhi aspek estetika, tetapi juga kemampuan elemen visual dalam menyampaikan pesan secara jelas dan komunikatif (Marlina, 2025).

2. Praktik Redesign Konten Kreatif Media Sosial

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik redesign konten media sosial melalui metode design challenge. Peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok untuk melakukan proses *re-design* terhadap contoh desain referensi yang telah disediakan. Dalam praktik ini, peserta diminta untuk mengganti identitas visual desain dengan pendekatan baru tanpa meniru desain asli.

Peserta diwajibkan mengganti elemen desain seperti jenis huruf (*font family*), kombinasi warna (*color palette*), serta elemen visual pendukung lainnya. Selain itu, peserta juga diminta untuk menyusun ulang tata letak konten agar lebih komunikatif dan menerapkan struktur hook-core-CTA pada desain yang dibuat.

Kegiatan praktik ini menunjukkan antusiasme peserta yang cukup tinggi. Sebagian besar siswa mulai mengeksplorasi kreativitas dalam menentukan warna, tata letak, dan elemen desain yang sesuai dengan konsep visual branding yang dipilih. Mahasiswa pendamping turut membantu peserta dalam memberikan arahan teknis dan masukan terhadap hasil desain yang sedang dikerjakan.



Gambar 2a. Peserta Melakukan Diskusi Kelompok Dan Proses Redesign Konten Media Sosial Dengan Menerapkan Konsep Visual Branding Menggunakan Perangkat Laptop



Gambar 2b. Tim Pengabdian Memberikan Pendampingan Dan Umpan Balik Kepada Peserta Selama Proses Penyempurnaan Hasil *Redesign* Konten Media Sosial

Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2a dan Gambar 2b, peserta secara aktif mengikuti kegiatan praktik *redesign* konten media sosial melalui diskusi kelompok dan pendampingan langsung dari tim pengabdian. Berdasarkan hasil observasi selama praktik berlangsung, sebagian siswa pada awalnya masih mengalami kesulitan dalam menentukan identitas visual yang konsisten serta menyusun komposisi desain yang efektif. Namun, setelah mendapatkan pendampingan, peserta mulai memahami pentingnya keselarasan antara elemen warna, tipografi, dan struktur konten. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemahaman terhadap elemen visual yang konsisten menjadi faktor penting dalam membangun identitas visual yang efektif pada media digital (Zai, 2025; Veren, 2023).

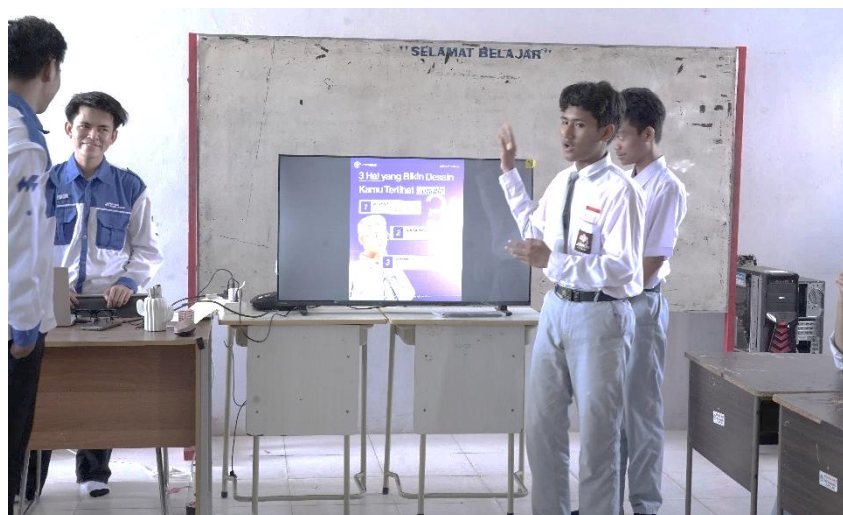
3. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Monitoring dilakukan selama kegiatan berlangsung melalui observasi langsung terhadap keterlibatan peserta, kemampuan memahami materi, dan hasil praktik *redesign* konten. Berdasarkan hasil pengamatan tim pengabdian dan mahasiswa pendamping, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap konsep visual branding dibandingkan sebelum kegiatan dilaksanakan.

Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta cenderung membuat desain hanya berdasarkan aspek estetika visual tanpa memperhatikan konsistensi identitas visual maupun struktur penyampaian pesan. Setelah pelaksanaan workshop, peserta mulai memahami pentingnya konsistensi warna, tipografi, dan elemen visual sebagai bagian dari branding konten digital.

Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa beberapa kelompok telah berhasil menerapkan konsep visual branding pada hasil *redesign* yang dibuat. Peserta mulai memahami bagaimana membangun struktur konten menggunakan pendekatan hook-core-CTA, meskipun pada beberapa kelompok masih ditemukan kesulitan dalam mengembangkan tata letak visual yang lebih komunikatif.

Secara umum, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman siswa mengenai visual branding dan konten kreatif media sosial. Peserta menjadi lebih memahami bahwa desain konten tidak hanya berorientasi pada visual yang menarik, tetapi juga perlu memperhatikan identitas visual dan strategi komunikasi pesan. Hasil ini sejalan dengan konsep desain komunikasi visual yang menekankan efektivitas komunikasi pesan melalui elemen visual yang terstruktur dan komunikatif (Angga & Fikri, 2026).



Gambar 3. Presentasi Hasil Redesign Peserta

4. Kendala dan Solusi Pelaksanaan

Selama pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, di antaranya keterbatasan waktu sehingga tidak seluruh kelompok dapat menyelesaikan desain secara maksimal. Selain itu, sebagian peserta masih mengalami kesulitan dalam menentukan identitas visual yang konsisten serta mengoptimalkan penggunaan warna, tipografi, dan tata letak pada proses *redesign* konten media sosial.

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim pengabdian memberikan pendampingan secara intensif selama sesi praktik melalui diskusi, pemberian contoh desain, dan umpan balik terhadap hasil pekerjaan peserta. Pendekatan ini membantu peserta memahami penerapan *visual branding*, penggunaan elemen visual yang konsisten, serta penyusunan struktur konten yang lebih komunikatif.

Hasil monitoring dan evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh Krismantan dan Rhamanda (2023), yang menyatakan bahwa metode pelatihan berbasis praktik disertai pendampingan secara langsung mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menghasilkan desain multimedia yang lebih komunikatif (Krismantan & Rhamanda, 2023). Ringkasan peningkatan pemahaman peserta pada setiap indikator disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Monitoring dan Evaluasi Pemahaman Peserta

No	Aspek Evaluasi	Sebelum Pelatihan	Sesudah pelatihan	Peningkatan
1	Pemahaman konsep visual branding	28%	79%	51%
2	Pemahaman struktur <i>hook-core-CTA</i>	17%	72%	55%
3	Pemahaman konsistensi warna dan tipografi	31%	76%	45%
4	Kemampuan redesign konten media sosial	24%	69%	45%

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa kegiatan pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman peserta pada berbagai aspek visual branding dan pembuatan konten kreatif media sosial. Peningkatan tertinggi terlihat pada pemahaman struktur *hook-core-CTA* sebesar 55%, yang menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya strategi penyusunan pesan dalam konten digital. Selain itu,

pemahaman mengenai visual branding juga mengalami peningkatan sebesar 51%, ditunjukkan dengan kemampuan peserta dalam mengenali pentingnya konsistensi identitas visual melalui penggunaan warna, tipografi, dan elemen grafis yang selaras. Meskipun demikian, kemampuan redesign konten masih memerlukan pendampingan lanjutan karena sebagian peserta masih beradaptasi dalam menerapkan konsep visual branding ke dalam praktik desain secara mandiri. Sebagai bentuk dokumentasi akhir kegiatan, tim pengabdian melakukan sesi foto bersama dengan peserta, guru pendamping, serta mahasiswa fasilitator setelah seluruh rangkaian workshop selesai dilaksanakan.



Gambar 4. Foto Bersama Peserta, Guru Pendamping, Dosen, Dan Mahasiswa Setelah Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan visual branding dalam pembuatan konten kreatif media sosial bagi siswa SMKN 2 Banjarmasin telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman peserta. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsep visual branding, struktur konten *hook-core-CTA*, penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, dan tata letak yang konsisten dalam pembuatan konten media sosial. Melalui pendekatan workshop berbasis praktik langsung, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis tetapi juga mampu menerapkan konsep visual branding pada kegiatan redesign konten yang dilakukan secara berkelompok.

Hasil monitoring dan evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta pada beberapa aspek, di antaranya pemahaman konsep visual branding meningkat sebesar 51%, pemahaman struktur *hook-core-CTA* meningkat sebesar 55%, pemahaman konsistensi warna dan tipografi meningkat sebesar 45%, serta kemampuan redesign konten media sosial meningkat sebesar 45%. Hal ini menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik cukup efektif dalam membantu siswa memahami strategi komunikasi visual dan membangun identitas visual yang lebih terstruktur pada media sosial.

Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan waktu praktik dan kemampuan teknis peserta yang masih beragam dalam menggunakan aplikasi desain. Oleh karena itu, kegiatan serupa disarankan untuk dilakukan secara berkelanjutan dengan durasi pelatihan yang lebih panjang serta pendampingan praktik yang lebih intensif agar peserta dapat mengembangkan kemampuan desain visual secara lebih optimal. Selain itu, pelatihan lanjutan mengenai

personal branding, desain konten digital, dan strategi media sosial dapat menjadi pengembangan kegiatan pengabdian berikutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak SMKN 2 Banjarmasin atas kerja sama, dukungan, serta kesempatan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mahasiswa pendamping Himpunan Mahasiswa Program Studi Teknologi Rekayasa Multimedia (HIMA TRM) yang telah berpartisipasi aktif dalam mendampingi peserta selama kegiatan berlangsung, sehingga pelatihan dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

DAFTAR RUJUKAN

- Angga, M., & Fikri, M. (2026). Strategi penerapan elemen desain komunikasi visual dalam membangun citra brand digital, *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 11(2), 2528–2545.
- Ayuningtiyas, C. A. (2024). pemanfaatan media sosial dalam ekonomi kreatif untuk menciptakan ide bisnis bagi para wirausahawan muda. *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(1).
- Baiq Rika Ayu Febrilia, Sanapiah, Yuntawati, Masjudin, S. (2021). *Workshop Perancangan Multimedia Pembelajaran Berbasis Video Bagi Mahasiswa Calon Guru*. AN-NAS, 1, 18–26.
- Candra, N. A., & Winayanti, R. D. (2025). Analisis Penggunaan Konten Visual Di Media Sosial Untuk Membangun Brand Awareness : Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal Professional*, 12(2), 881–886.
- Eko Agung Sugiyarto, M. (2026). Desain Komunikasi Visual sebagai Media Informasi di Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Tengah Eko Agung Sugiyarto* 1. *AEJ (Advances in Education Journal)*, 2014.
- Hasbullah, Lutfia Budiman, Widia Febriana, Rahmat Aldian Shiddiq, I Nyoman Yoga Sumadewa, N. (2024). Strategi Visual Branding Havara Jersey Dalam Memperkuat Bisnis Digital Dengan Pendekatan. *Seminar Nasional Teknologi, Inovasi Dan Ekonomi STRATEGI*, 26–33.
- Heriyanto, Fachri Amsury, H. 3. (2025). Pelatihan Desain Konten Promosi Bagi UMKM Koperasi Wanita Atsiri Visi Koperasi Wanita ATSIRI Meningkatkan Kesejahteraan dan Taraf Hidup. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PEKAMAS)*, 5, 7–15.
- Krismantan, T. P., & Rhamanda, D. (2023). Pendampingan pembuatan desain multimedia untuk guru sma di tangerang selatan. *Jurnal pengabdian kepada masyarakat Seminar Nasional Teknologi, Inovasi dan Ekonomi Strategi*, 3, 23–28.
- Marlina, S. (2025). Eksplorasi Desain Grafis Digital dalam Industri Kreatif Modern. *Jurnal Seni Dan Desain Kreatif*, 1(1), 1–7.
- Pamungkas, D. S., Saputra, I. B., & Laksana, A. (2024). Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1.
- Pratama, S., Ashari, M., Zulkarnain, S. A. B., & Sabrina, E. (2025). JKIP : Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan The Importance of Digital Literacy in the World of Education : Learning Transformation in the Digital Era Pentingnya Literasi Digital dalam Dunia Pendidikan : Transformasi Pembelajaran di Era Digital. *JKIP : Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan*, 6(2), 554–561.
- Putu, L., & Arima, S. (2024). *Jurnal Ilmiah Pendidikan Citra Bakti Peran Literasi Digital Dalam Meningkatkan Kompetensi Teknologi Siswa Sekolah Dasar*. 11, 1255–1267.
- Veren, D. A. A. (2023). Analisa dan Pengembangan Visual Branding dengan Pendekatan R & D : Studi Kasus Barbershop. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7, 352–366.
- Zai, K. T. (2025). Perancangan Visual Branding Desa Wisata Bawomataluo. *JURNAL VISUAL IDEAS*, 5, 1–12.