

Pelatihan Branding Sekolah dengan Aplikasi Canva dan CapCut untuk Guru di SMPN 8 Kabupaten Sambas

Naufal Aulia Fiermeiza^{1*}, Muhammad Farisan Luthfi², Alvina Yolanda³

^{1,2,3} Politeknik Negeri Sambas, Kalimantan Barat, Indonesia

naufalquiermeiza@gmail.com¹, m.farisan.luthfi@gmail.com², alvinayolanda.edu@gmail.com³

Submitted: 07-11-2025 | Revised: 10-11-2025 | Accepted: 15-11-2025

Abstract. SMP Negeri 8 Sambas often faces challenges in attracting new students at the beginning of each academic year due to a lack of promotional efforts. To address this issue, this community service activity aimed to assist the school in enhancing its appeal by showcasing its strengths and programs through creative promotional content. The content, in the form of videos and flyers, was developed by teachers and school staff using Canva and CapCut applications. The two-day training was conducted through a direct, hands-on approach that included sessions on basic branding concepts, content creation, practical exercises on the use of Canva and CapCut, and evaluation of participants' work. The results showed that 84.6% of participants were satisfied with the training, with improvements in understanding of branding (37.5%), Canva application (38.7%), and CapCut application (43.8%). This activity effectively enhanced participants' digital literacy and creative communication skills while supporting the school's efforts to attract new students. It is recommended that future programs focus on social media management and website development to further strengthen the school's branding efforts.

Keywords: Branding School; Canva; CapCut; Training

Abstrak. SMP Negeri 8 Sambas sering menghadapi tantangan dalam mendapatkan siswa baru setiap awal tahun ajaran dikarenakan kurangnya promosi. Untuk mengatasi hal tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membantu sekolah dalam upaya meningkatkan daya tarik dengan menampilkan keunggulan dan program melalui konten promosi kreatif. Konten berupa video dan pamflet dikembangkan oleh guru dan pegawai sekolah menggunakan aplikasi Canva dan CapCut. Pelatihan dilaksanakan selama dua hari melalui metode langsung dan praktik (*hands-on*), penyampaian materi dasar *branding* dan pembuatan konten, praktik penggunaan aplikasi, serta evaluasi hasil karya peserta. Hasil kegiatan menunjukkan 84,6% peserta puas dengan kegiatan pelatihan ini serta terjadi peningkatan kemampuan pemahaman tentang *branding* sebesar 37,5%; pemahaman penggunaan aplikasi Canva sebesar 38,7%; dan pemahaman penggunaan aplikasi CapCut sebesar 43,8%. Kegiatan ini terbukti efektif meningkatkan literasi digital dan kemampuan komunikasi kreatif peserta pelatihan, sekaligus mendukung upaya sekolah dalam menarik minat calon siswa baru. Saran yang dapat diberikan yaitu diperlukan pengabdian lanjutan yang terkhusus membahas dalam hal manajemen sosial media dan pembuatan website agar tujuan *branding* sekolah dapat tercapai.

Kata Kunci: Branding Sekolah; Canva; CapCut; Pelatihan

Pendahuluan

Kesenjangan dalam dunia pendidikan saat ini bukanlah hal yang baru, karena perbedaannya tampak jelas melalui munculnya banyak sekolah yang menyandang label “sekolah favorit” di berbagai daerah.¹ Sekolah-sekolah dengan label sekolah favorit menjadi tujuan utama calon siswa ketika mendaftar sekolah, karena sekolah yang terkenal sebagai sekolah favorit sering dianggap memiliki keunggulan dari segi kualitas pengajar, prestasi siswa, serta fasilitas pendukung pembelajaran yang diharapkan dapat membantu perkembangan belajar siswa baik secara akademik maupun non akademik.

Fenomena ini mengakibatkan terjadinya ketimpangan jumlah pendaftaran siswa baru, sehingga sekolah-sekolah yang dianggap sekolah non favorit termasuk SMP Negeri 8 Sambas akan mengalami kesulitan dalam mendapatkan peserta didik baru, bahkan terkadang jumlah pendaftar lebih sedikit dibandingkan dengan kuota siswa yang tersedia padahal SMPN 8 Sambas memiliki program-program maupun prestasi yang tidak kalah jika dibandingkan dengan sekolah lain baik dibidang akademik maupun non akademik.

Secara umum SMPN 8 Sambas memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi salah satu sekolah favorit di Kabupaten Sambas, namun potensi tersebut perlu didukung dengan strategi yang tepat agar sekolah dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Salah satu langkah penting yang perlu dilakukan adalah memberikan pelatihan *branding* sekolah bagi guru dan tenaga pendidik.² Pelatihan ini sangat dibutuhkan karena guru dan tenaga pendidik memiliki peran strategis sebagai garda terdepan dalam membangun citra positif sekolah.

Melalui pelatihan *branding* sekolah, para guru dan tenaga pendidik dapat memahami bagaimana membangun identitas sekolah yang kuat, menarik, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini. *Branding* sekolah merupakan kegiatan yang dilakukan sebagai upaya membangun citra dan brand yang kuat

¹ Dini Putri Ratna Meritasari et al., “Analisis Implementasi dan Kualitas Pendidikan pada Kebijakan Zonasi Di Kota Blitar,” *Journal of Education Research* 5, no. 2 (2024): 2129–37, <https://doi.org/10.37985/jer.v5i2.1094>.

² Hijrah Eko Putro et al., “Meningkatkan Literasi Siswa dengan Pojok Baca dan Branding Sekolah SDN Soronalan 2,” *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)* 5, no. 1 (2024): 128–35, <https://doi.org/10.52060/jppm.v5i1.1845>.

bagi lembaga pendidikan.³ *Branding* sekolah tidak hanya berkaitan dengan logo, warna, atau slogan, tetapi mencakup seluruh elemen yang menggambarkan identitas serta kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah.⁴ Meski demikian, citra positif sebuah sekolah pada dasarnya terbentuk melalui mutu pendidikan yang baik.⁵

Guru dan tenaga pendidik juga dapat dilatih untuk mengkomunikasikan keunggulan sekolah melalui berbagai media, baik secara langsung maupun digital, seperti media sosial atau platform promosi sekolah serta bagaimana menggunakan aplikasi yang dapat menunjang dalam pembuatan konten. Pemilihan Canva dan CapCut sebagai bahan pelatihan dikarenakan CapCut merupakan aplikasi untuk mengedit video yang sangat populer dan memiliki antarmuka yang mudah digunakan.⁶ Aplikasi ini menyediakan beragam fitur praktis yang dapat dioperasikan dengan mudah, termasuk oleh pengguna pemula.⁷ Dengan sedikit arahan, CapCut mampu membantu pengguna menghasilkan video dengan kualitas yang tinggi.

Aplikasi Canva merupakan aplikasi desain grafis berbasis online yang menyediakan beragam pilihan template serta berbagai opsi desain sesuai dengan kebutuhan pengguna serta mudah untuk digunakan dengan menawarkan banyak template menarik untuk membantu proses pembuatan desain secara praktis.⁸ Sehingga penggunaan kedua aplikasi tersebut sangat cocok untuk digunakan dalam pembuatan konten *branding* sekolah yang kemudian dibagikan di media sosial. Menurut Isnawan dan Riofita, pemasaran melalui platform media sosial

³ Yekti Azizah and Umi Halwati, “Strategi Branding Sekolah dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat,” *DIRASAH: Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 2 (2023): 1–6, <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/dirasah>.

⁴ Chairunnisa Chairunnisa et al., “Strategi Branding dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah : Studi Kasus Di SMA Negeri 3 Kota Jambi,” *Journal of Economic Education* 3, no. 2 (2024): 43–47, <https://doi.org/10.22437/jeec.v3i2.39146>.

⁵ Muhammad Ulfi Fadli and Usman Mafrukhin, “Strategi Branding Pendidikan Ma ’ Arif NU (Studi Kasus MI Ma ’ Arif NU Manbaul Huda Purwodadi Tembarak),” *Asna* 2, no. 1 (2020): 19–27.

⁶ Suminar Pujowati and Muhammad Farel Haidar, *Seni Editing Video Dengan CapCut: Teknik Kreatif Untuk Konten Yang Viral. Bumi Marina Emas VII 43* (Surabaya: Smart Global Nusantara, 2024).

⁷ Sri Dwi Fajarini, Mukhlizar Mukhlizar, and Imam Turmudi, “Peningkatan Keterampilan Editing Video Sinematik Melalui Pelatihan Aplikasi CapCut pada Siswa SMPN 06 Bengkulu Tengah” 8, no. 1 (2025): 47–56.

⁸ Muhammad Sholeh, Rr. Yuliana Rachmawati, and Erma Susanti, “Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm,” *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 4, no. 1 (2020): 430, <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>.

terbukti menjadi instrumen yang efektif dalam membangun dan memperkuat kesadaran merek di tengah perkembangan era digital. Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran yang berpotensi memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi, serta membentuk citra merek yang positif.⁹

Studi yang pernah dilakukan oleh Yunitasari dan Fauzan, menyatakan bahwa pelatihan memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kompetensi serta dengan adanya pelatihan yang sesuai mampu untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri.¹⁰ Hasil penelitian tersebut memperkuat alasan pentingnya melaksanakan pelatihan ini, karena pelatihan mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan guru dan tenaga pendidik di SMPN 8 Sambas dalam membangun citra positif sekolah. Luaran dari terlaksananya pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan ini diharapkan mampu untuk meningkatkan kemampuan literasi digital dan kemampuan komunikasi kreatif bagi guru-guru beserta tenaga pendidik di lingkungan SMPN 8 Sambas dalam hal melakukan *branding* sekolah dan membuat konten kreatif sehingga dapat meningkatkan jumlah pendaftaran siswa baru di masa mendatang.

Hasil dan Pembahasan

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan cara memberikan pelatihan. Pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian dilaksanakan selama 2 hari pada tanggal 17-18 Maret 2025 dan diikuti sebanyak 13 orang guru dan tenaga pendidik. Metode pelaksanaan pada pelatihan yang dilaksanakan mencakup beberapa tahapan yaitu:

1. Melakukan identifikasi masalah dengan survei ke lokasi sekolah.
2. Pemaparan materi, pemateri memperkenalkan diri, membagian kuesioner pre-test dan menyampaikan materi terkait teori dasar-dasar *branding*, teori dasar pengeditan video, teori dasar desain grafis dan teknik praktis dalam membuat konten.

⁹ Bintang Pradiva Isnawan and Hendra Riofita, "Pemanfaatan Sosial Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 3 (2024): 43139–44, <https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/23251/16011/39926>.

¹⁰ Richa Kartika Kristin Dain Yunitasari and Rizky Fauzan, "Pegaruh Efektivitas Pelatihan dalam Meningkatkan Kompetensi Karyawan pada PT XYZ Kalimantan Barat," 2019, 516–27.

3. Melakukan sesi tanya jawab, setelah dilakukan penyampaian materi, peserta diberi kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi terkait materi yang telah disampaikan.
4. Melaksanakan sesi praktik, peserta diberikan kesempatan untuk secara langsung mengedit video menggunakan aplikasi CapCut serta membuat desain grafis dengan aplikasi Canva.
5. Tahap evaluasi dan penutupan, peserta mengumpulkan hasil karya berupa video dan poster untuk dilakukan penilaian dan saran yang membangun. kegiatan ditutup dengan ucapan terima kasih dari pihak penyelenggara kepada seluruh peserta dan mitra yang berpartisipasi, disertai dengan pembagian kuesioner post-test pada akhir kegiatan.

A. Identifikasi Permasalahan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai melakukan survei awal ke SMPN 8 Sambas dengan melihat situasi sekolah dan melakukan diskusi bersama guru-guru dan kepala sekolah maka didapatkan beberapa permasalahan yang menyebabkan SMPN 8 Sambas menjadi kurang populer di mata masyarakat salah satunya adalah kurang dikenalnya sekolah dimata masyarakat. Sehingga diputuskan untuk melaksanakan pelatihan pembuatan konten dengan aplikasi Canva dan CapCut.

B. Pemaparan Materi terkait Teori Dasar-Dasar *Branding*

Hari pertama dilaksanakan pada tanggal 17 Maret 2024 dimulai dari pukul 08.00-12.00 WIB. Peralatan yang disiapkan berupa laptop, proyektor, pointer, handphone, dan aplikasi powerpoint. Sesi pertama diawali dengan menyebar kuesioner pre-test dan pemaparan materi terkait dasar-dasar *branding*. Pada Gambar 1 menunjukkan kegiatan penyampaian materi dasar-dasar *branding* seperti pengertian *branding*, tujuan *branding*, elemen-elemen yang diperlukan dalam melakukan *branding*, langkah dasar dalam melakukan *branding*, dan konsistensi dalam melakukan *branding* sekolah. Pemberian materi awal ini bertujuan untuk meningkatnya kesadaran dan pemahaman peserta mengenai pentingnya *branding* dalam membentuk citra positif sekolah di mata publik. Materi yang disampaikan membantu peserta memahami bahwa reputasi sekolah tidak hanya dibangun dari sisi akademik, tetapi juga dari cara sekolah menampilkan diri melalui media visual dan digital.

Gambar 1. Menunjukan penyampaian materi dasar-dasar *branding*



C. Melakukan Sesi Tanya Jawab terkait *Branding* Sekolah

Tahapan berikutnya yaitu sesi tanya jawab dimana peserta diberikan kesempatan untuk bertanya terkait paparan materi yang telah disampaikan, di sesi ini terdapat beberapa pertanyaan dari peserta terkait dengan materi yang dipaparkan dengan situasi yang terjadi di sekolah terkait *branding* sekolah dan seluruh pertanyaan yang disampaikan mampu dijawab dengan baik oleh tim.

Gambar 2. Sesi tanya jawab peserta pelatihan



D. Pelaksanaan Praktik Pembuatan Konten

Pada hari kedua sesi pelatihan keterampilan teknis, peserta dibimbing untuk menggunakan Canva dalam merancang berbagai materi visual seperti poster kegiatan, infografis sekolah, dan konten untuk media sosial. Mereka juga diberi kesempatan untuk membuat desain berdasarkan kebutuhan nyata SMPN 8 Sambas. Hasil pekerjaan menunjukkan meningkatnya pemahaman peserta

terhadap elemen dasar desain grafis dan kreativitas yang baik. Sementara itu, pelatihan CapCut ditujukan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam mengedit video dengan perangkat seluler.¹¹ Meskipun sebagian besar menggunakan versi gratis aplikasi, peserta tetap dapat menghasilkan video pendek, seperti profil sekolah, dokumentasi kegiatan, hingga konten informatif. Video yang dibuat menunjukkan bahwa peserta mampu memahami alur penyusunan cerita visual, serta penggunaan teks, efek, dan transisi dalam video.

Gambar 3. Pemberian materi teknis penggunaan aplikasi Canva dan CapCut



Gambar 4. Praktik pembuatan konten dengan Canva



¹¹ Romi Mesra, Erning Ertami Anton, and Dwi Kesuma Sari, “Pelatihan CapCut Video Editing Untuk Meningkatkan Skill dan Daya Saing Mahasiswa Pendidikan Di Dunia Kerja,” *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 3 (2024): 5381–91.

Gambar 5. Proses pendampingan peserta

E. Evaluasi dan penutupan kegiatan

Pada sesi evaluasi, tim pengabdian meminta kepada seluruh peserta untuk mengumpulkan hasil karya yang baik dalam bentuk poster dan video yang telah dihasilkan oleh peserta agar dapat dinilai dan diberikan masukan agar karya yang dibuat nanti dapat lebih baik. Berdasarkan penilaian yang dilakukan tim pengabdian, menunjukkan bahwa karya-karya yang telah dihasilkan oleh para peserta sudah cukup baik meskipun masih terdapat sedikit kekurangan terkait pemilihan warna, penempatan gambar serta pemilihan transisi pada video.

Sesi terakhir kegiatan pengabdian ini peserta pelatihan mengisi kuesioner post-test. Kuesioner tersebut digunakan sebagai indikator keberhasilan pelaksanaan kegiatan pelatihan, yang bertujuan untuk menilai sejauh mana pemahaman, keterampilan, serta kepuasan peserta setelah mengikuti pelatihan ini.

Tabel 1. Rata-Rata Hasil Pre dan Post Test Pelatihan

Indikator Penilaian	Rata-Rata Pre-Test	Rata-Rata Post-Test	Persentase Peningkatan
Pemahaman melakukan <i>branding</i>	6,38	8,77	37,4%
Pemahaman penggunaan aplikasi Canva	6,15	8,61	40%
Pemahaman penggunaan aplikasi CapCut	5,69	8,15	43,2%

Berdasarkan hasil kuesioner menunjukkan terjadi peningkatan kemampuan dalam hal pemahaman tentang *branding* peserta kegiatan dengan rata-rata 6,38 menjadi 8,77 atau terjadi peningkatan sebesar 37,4%; rata-rata pemahaman

penggunaan aplikasi Canva dari 6,15 menjadi 8,61 atau terjadi peningkatan sebesar 40%; dan rata-rata pemahaman penggunaan aplikasi CapCut dari 5,69 menjadi 8,15 atau terjadi peningkatan sebesar 43,2%. Tingkat kepuasan peserta pelatihan mencapai 84,6% yang berarti guru-guru dan tenaga pendidik di SMPN 8 Sambas merasa puas terhadap diselenggarakannya kegiatan pelatihan ini.

Tabel 2. Tingkat Kepuasan Pelatihan

Indikator	Puas	Kurang Puas
Kepuasan mengikuti pelatihan	84,6%	13,4%

Penutup

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan didasari oleh permasalahan yang terjadi di lingkungan SMPN 8 Sambas dimana setiap tahunnya sering kesulitan dalam mendapatkan peserta didik baru yang dikarenakan masih kurang terkenalnya SMPN 8 Sambas dimata masyarakat Kabupaten Sambas. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dalam lima tahapan yaitu identifikasi masalah, pemaparan materi, sesi diskusi, praktik pembuatan konten, dan sesi evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi, menunjukan 84,6% peserta pelatihan puas atas adanya kegiatan pelatihan ini. Hal ini menunjukan bahwa pelatihan yang telah dilaksanakan mampu meningkatkan kemampuan peserta pelatihan dalam hal membuat konten kreatif dengan bantuan aplikasi kreatif digital (Canva dan CapCut). Saran yang dapat diberikan adalah perlu untuk dilakukan pengabdian lanjutan yang terkhusus membahas dalam hal manajemen sosial media dan pembuatan website agar dapat mendukung penyebaran konten kreatif yang telah dibuat oleh peserta pelatihan serta tujuan untuk *branding* SMPN 8 Sambas dapat tercapai.

Daftar Pustaka

- Azizah, Yekti, and Umi Halwati. “Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat.” *DIRASAH: Jurnal Study Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 2 (2023): 1–6. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/dirasah>.
- Chairunnisa, Chairunnisa, Deliana Ardhani, Ririn Zarastri, and Sudawan Supriadi. “Strategi Branding Dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah : Studi Kasus Di Sma Negeri 3 Kota Jambi.” *Journal of Economic Education* 3, no. 2 (2024): 43–47. <https://doi.org/10.22437/jeec.v3i2.39146>.

- Fadli, Muhammad Ulfî, and Usman Mafrukhin. "Strategi Branding Pendidikan Ma 'Arif NU (Studi Kasus MI Ma 'Arif NU Manbaul Huda Purwodadi Tembarak)." *Asna* 2, no. 1 (2020): 19–27.
- Fajarini, Sri Dwi, Mukhlizar Mukhlizar, and Imam Turmudi. "Peningkatan Keterampilan Editing Video Sinematik Melalui Pelatihan Aplikasi CapCut Pada Siswa SMPN 06 Bengkulu Tengah" 8, no. 1 (2025): 47–56.
- Isnawan, Bintang Pradiva, and Hendra Riofita. "Pemanfaatan Sosial Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 3 (2024): 43139–44. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/23251/16011/39926>.
- Meritasari, Dini Putri Ratna, Firdausi Dhulhijjahyani, Abdul Rahman, and Sri Untari. "Analisis Implementasi Dan Kualitas Pendidikan Pada Kebijakan Zonasi Di Kota Blitar." *Journal of Education Research* 5, no. 2 (2024): 2129–37. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i2.1094>.
- Mesra, Romi, Erning Ertami Anton, and Dwi Kesuma Sari. "Pelatihan CapCut Video Editing Untuk Meningkatkan Skill Dan Daya Saing Mahasiswa Pendidikan Di Dunia Kerja." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 3 (2024): 5381–91.
- Pujowati, Suminar, and Muhammad Farel Haidar. *Seni Editing Video Dengan CapCut: Teknik Kreatif Untuk Konten Yang Viral*. Bumi Marina Emas VII 43. Surabaya: Smart Global Nusantara, 2024.
- Putro, Hijrah Eko, Indiati Indiati, Ayu Intan Aprilia, Galuh Ratna Kusumaningrum, Nidha Ghaida Shalekha, Ardia Febrianasari, and Ines Dida Angelina. "Meningkatkan Literasi Siswa Dengan Pojok Baca Dan Branding Sekolah Sdn Soronalan 2." *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)* 5, no. 1 (2024): 128–35. <https://doi.org/10.52060/jppm.v5i1.1845>.
- Sholeh, Muhammad, Rr. Yuliana Rachmawati, and Erma Susanti. "Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm." *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 4, no. 1 (2020): 430. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>.
- Yunitasari, Richa Kartika Kristin Dain, and Rizky Fauzan. "Pegaruh Efektivitas Pelatihan Dalam Meningkatkan Kompetensi Karyawan Pada PT XYZ Kalimantan Barat," 2019, 516–27.