



VIDEO PROFIL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL SD MUHAMMADIYAH 1 CANDI LABSCHOOL UMSIDA

Asmaul Khusna Tri Wulan Juli¹, Rayhan Rizq Iskandar², Moch. Nur Faizin³, Ainur Rochmaniah⁴

^{1, 2, 3, 4}Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

E-mail: ainur@umsida.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received :23-12-2025

Revised :05-01-2026

Accepted: 15-01-2026

Key words: School identity,
Digital promotion, Profile
video

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

The development of digital technology encourages educational institutions to optimize visual-based promotional media in building the image of the institution and reaching the wider community. SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool UMSIDA (SD Mica) has used social media as a means of information, but it does not have a conceptual promotional media to display the school's identity in its entirety. Therefore, this community service activity aims to strengthen the school's digital promotion through the creation of profile videos that represent the vision and mission, superior programs, facilities, and inclusion education system. The implementation method includes the stages of video production consisting of pre-production, production, and post-production. The results of the service activities are in the form of school profile videos that are ready to be published through digital media and used as a means of promotion, especially in new student admission activities.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong lembaga pendidikan untuk mengoptimalkan media promosi berbasis visual dalam membangun citra institusi dan menjangkau masyarakat luas. SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool UMSIDA (SD Mica) telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana informasi, namun belum memiliki media promosi yang terkonsep untuk menampilkan identitas sekolah secara utuh.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat promosi digital sekolah melalui pembuatan video profil yang merepresentasikan visi misi, program unggulan, fasilitas, serta sistem pendidikan inklusi. Metode pelaksanaan meliputi tahapan produksi video yang terdiri dari praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Hasil kegiatan pengabdian berupa video profil sekolah yang siap dipublikasikan melalui media digital dan dimanfaatkan sebagai sarana promosi, khususnya dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara lembaga pendidikan dalam berkomunikasi, mempromosikan diri, dan menarik perhatian publik. Di era digital saat ini, masyarakat cenderung memperoleh informasi melalui kanal digital, sehingga strategi promosi tradisional mulai kurang relevan untuk menjangkau khalayak luas (Suandita et al., 2025). Sama halnya dengan promosi sekolah yang sebelumnya mengandalkan media cetak dan komunikasi langsung kini semakin bergeser ke arah pemanfaatan media digital yang lebih luas jangkauannya dan mudah diakses.

Teknologi digital tidak hanya berdampak pada proses pembelajaran, tetapi juga pada bagaimana sekolah membangun brand identity mereka di tengah persaingan yang semakin ketat (Setiawan & Yulistian, 2025). Identitas sekolah mencakup nilai, visi-misi, fasilitas, dan pengalaman belajar yang ditawarkan kepada calon peserta didik dan orang tua. Dalam konteks pendidikan modern, media digital menjadi sarana strategis untuk menyampaikan identitas sekolah secara lebih menarik, informatif, dan persuasif (Bahruddin et al., 2024). Strategi digital marketing juga dianggap efektif dalam membentuk school branding melalui pengelolaan konten digital yang terencana dan relevan terhadap karakteristik audiens (Imanda et al., 2024).

Video sebagai salah satu bentuk media audiovisual dinilai efektif dalam membangun persepsi, citra, serta daya tarik suatu institusi karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, dan narasi secara terpadu dalam satu bentuk penyampaian pesan (Meidariani et al., 2024). Media semacam ini memiliki kekuatan untuk memengaruhi persepsi dan keputusan khalayak karena mampu membangun hubungan emosional dan pemahaman visual yang lebih kuat terhadap konten yang disajikan dibandingkan teks atau gambar statis saja. Video profil sekolah juga terbukti sebagai salah satu bentuk strategi digital untuk memperkuat citra lembaga pendidikan dan menjangkau khalayak luas secara lebih efektif (Kanada et al., 2025).

SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool UMSIDA (SD Mica) merupakan sekolah dasar berbasis Islam dan inklusi yang terletak di Desa Sidodadi, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo. Sekolah ini mengusung visi menjadi sekolah inklusi yang unggul dan berkarakter dalam penyiapan calon pemimpin berdasarkan nilai-nilai

Islam, serta menerapkan enam nilai karakter Profil Pelajar Pancasila, yaitu beriman dan berakhlak mulia sesuai syariat Islam dan as-sunnah, mandiri, bergotong royong, berkebinekaan global, bernalar kritis, dan kreatif.

Sebagai sekolah inklusi yang menjunjung tinggi nilai keberagaman dan pendidikan karakter, SD Mica memiliki komitmen untuk memberikan pengalaman belajar berkualitas serta lingkungan yang ramah dan beragam. Nilai-nilai ini menjadi modal penting dalam membentuk citra sekolah yang kuat di masyarakat luas.

SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool UMSIDA telah aktif mempublikasikan berbagai dokumentasi kegiatan pembelajaran dan aktivitas siswa melalui platform media sosial sebagai bentuk komunikasi dan kesadaran sekolah terhadap pentingnya eksistensi di ruang digital. Namun, konten yang ditampilkan saat ini masih bersifat dokumentatif dan kurang terstruktur untuk menampilkan identitas sekolah secara utuh sehingga belum mampu merepresentasikan karakter institusional secara strategis (Yekti Eriani et al., 2025).

Dalam konteks branding sekolah, promosi tidak hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dikemas sehingga dapat menarik perhatian dan membentuk citra positif di benak audiens. Penelitian menunjukkan bahwa strategi branding sekolah yang memanfaatkan media digital secara efektif dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah, serta memperkuat citra dan daya tarik lembaga pendidikan di era digital (Riswanto, 2025).

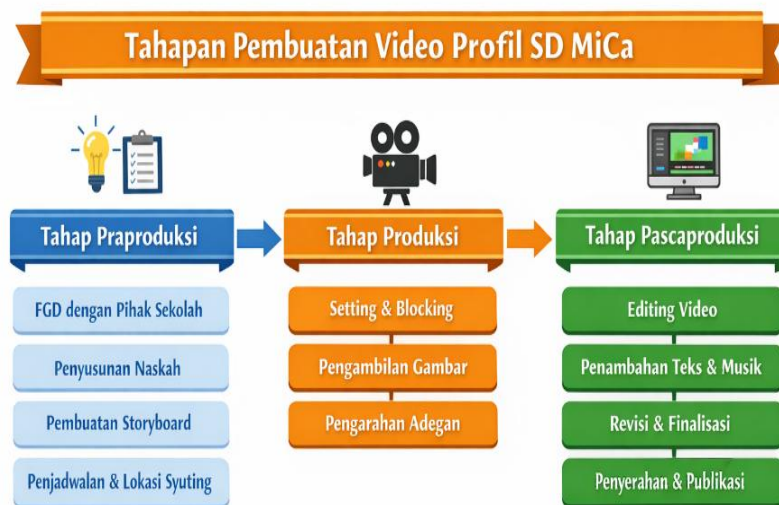
Meskipun SD Mica telah aktif di ruang digital, konten visual yang ada belum sepenuhnya mampu memberikan representasi komprehensif tentang visi, program unggulan, fasilitas, serta budaya sekolah. Hal ini berdampak pada informasi tentang sekolah yang belum tersampaikan secara optimal kepada masyarakat, khususnya kepada calon wali murid yang mengandalkan media digital dalam pengambilan keputusan memilih sekolah. Promosi yang kurang efektif dapat mengurangi daya tarik sekolah dalam proses penerimaan peserta didik baru, terlebih di tengah persaingan antar sekolah yang semakin meningkat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan upaya penguatan strategi promosi digital melalui pengembangan media yang mampu menampilkan identitas sekolah secara utuh, salah satunya melalui pembuatan video profil sekolah. Video profil dipandang sebagai solusi strategis karena mampu menyampaikan informasi institusional secara visual, naratif, dan persuasif, sekaligus memperkuat citra serta brand awareness sekolah di ruang digital (Utami & Sumbar, 2025).

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk membantu SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool UMSIDA dalam membuat video profil sekolah sebagai media promosi digital yang efektif, menarik, dan representatif. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk mengenalkan identitas sekolah kepada masyarakat secara lebih luas melalui media audiovisual yang terkonsep termasuk visi-misi, nilai karakter, fasilitas sekolah, program unggulan, serta penerapan sistem pendidikan inklusi yang menjadi ciri khas SD Mica. Dengan demikian, informasi tentang lingkungan belajar yang ramah anak, layanan pendidikan yang inklusif, serta keunggulan fasilitas dan program sekolah dapat tersampaikan secara lebih jelas, utuh, dan mudah dipahami oleh masyarakat umum.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pembuatan video profil SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool UMSIDA (SD Mica) dilaksanakan di lingkungan sekolah yang berlokasi di Desa Sidodadi, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh potensi sekolah dalam bidang pendidikan karakter, pembelajaran inklusif, serta berbagai program unggulan dan fasilitas yang dimiliki, yang perlu diperkenalkan kepada masyarakat secara lebih luas melalui media digital. Oleh karena itu, metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini disusun secara sistematis agar proses produksi video profil dapat berjalan terencana dan menghasilkan media promosi yang sesuai dengan identitas sekolah.



Gambar 1. Tahap Pembuatan Video Profil

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui tiga tahap, yaitu pra produksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahap pra produksi meliputi observasi dan wawancara dengan pihak sekolah untuk menggali informasi mengenai visi, program unggulan, fasilitas, serta sistem pendidikan yang diterapkan. Selanjutnya dilakukan FGD untuk menyusun konsep video, dilanjutkan dengan penyusunan naskah, pembuatan storyboard, serta penjadwalan pengambilan gambar.

Tahap produksi dilakukan dengan pengambilan gambar sesuai storyboard yang terdiri dari pengaturan setting dan blocking, pengarah adegan, serta perekaman aktivitas sekolah. Pada tahap pascaproduksi dilakukan proses editing video, penambahan teks, musik, dan voice over. Setelah video disusun, hasil sementara ditunjukkan kepada pihak SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool UMSIDA untuk mendapatkan masukan. Apabila terdapat kekurangan, perubahan, atau penambahan adegan, maka dilakukan revisi hingga video difinalisasi. Video yang telah disetujui kemudian diserahkan kepada pihak sekolah dan dipublikasikan melalui media digital sebagai sarana promosi sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil utama dari kegiatan pengabdian ini adalah sebuah video profil SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool UMSIDA yang menampilkan identitas sekolah secara baik. Video tersebut memuat gambaran lingkungan sekolah, fasilitas, proses pembelajaran, kegiatan siswa, serta nilai-nilai yang diterapkan di sekolah.

Video profil ini dirancang dengan pendekatan storytelling sehingga mampu menyampaikan pesan tidak hanya secara informatif tetapi juga persuasif. Hal ini penting untuk membangun kedekatan emosional dengan khalayak umum. Proses pembuatan video profil dilaksanakan melalui tiga tahap utama, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.









1. Pra Produksi

Tahap praproduksi merupakan tahap awal yang bertujuan untuk merancang konsep video profil yang sesuai dengan identitas dan kebutuhan sekolah. Pada tahap ini, tim melakukan observasi dengan mengamati kondisi lingkungan sekolah, sarana dan prasarana, serta aktivitas pembelajaran yang dapat dijadikan materi visual dalam video. Selain itu, wawancara dilakukan dengan pihak sekolah, khususnya kepala sekolah serta tim humas dan publikasi untuk memperoleh informasi mengenai profil sekolah, visi dan misi, program unggulan, sistem pembelajaran inklusi, serta nilai-nilai karakter yang ingin ditampilkan kepada masyarakat dalam video profil.

Informasi yang diperoleh dari observasi dan wawancara kemudian digunakan sebagai dasar dalam menentukan konten dan arah pengemasan video agar sesuai dengan karakter sekolah. Selanjutnya, tim melakukan Focus Group Discussion (FGD) bersama pihak SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool UMSIDA untuk menyusun konsep dan alur cerita video profil. Tahap ini dilanjutkan dengan penyusunan naskah serta perancangan storyboard sebagai panduan visual dalam proses pengambilan gambar pada tahap produksi.



Gambar 2. Diskusi Dengan Pihak SD Mica
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

SCENE	AUDIO	VISUAL	BOARDS
1	Musik lembut pagi hari	(S') DRONE SHOT GEDUNG SD – PAGI XLS: Pemandangan sekolah SD Muhammadiyah 1 Candi dari atas saat pagi hari.	
2	EXT: GERBANG SD – PAGI 	MS: Anak-anak datang ke sekolah menyapa guru di pagi hari.	
SCENE 2 – PROFIL SEKOLAH & VISI MISI			
5)	INT-KELAS PAGI	(S') EXT-KELAS PAGI MS: Guru mengajar di kelas interaktif, siswa-siswa menyimak. MLS TO PAN: Teks visi & misi SD MICA di dinding kelas.	
5)	EXT-GEDUNG SD 	DRONE SHOT: Gedung tiga lantai SD Muhammadiyah 1 Candi. MLS: Ruang kelas modern yang aktif dengan LCD & natis bejar.	
SCENE 3 – FASILITAS SEKOLAH			
	 TOP DOWN: LAB komputer modern, anak-anak sedang mengetik atau coding.	(S') EXT-GEDUNG SD DRONE Shot: Gedung tiga lantai SD Muhammadiyah 1 Candi. MLS: Ruang kelas modern yang aktif dengan LCD & fasilitas belajar yang nyaman.	 LS: Lapangan pasir dan basket, anak-anak berlari bermain futsal.

Gambar 3. Penyusunan Storyboard
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. Produksi

Tahap berikutnya adalah produksi, yaitu pelaksanaan pengambilan gambar sesuai dengan konsep dan storyboard yang telah disepakati. Sebelum proses pengambilan gambar dimulai, dilakukan kegiatan blocking yang meliputi pengaturan lokasi, penempatan subjek di dalam frame, penyesuaian sudut kamera, pengaturan pencahayaan, dan aktivitas yang akan direkam agar proses syuting berjalan efektif.



Gambar 4. Proses Pengambilan Footage Video
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. Pasca Produksi

Setelah seluruh materi visual terkumpul, kegiatan dilanjutkan pada tahap pascaproduksi berupa proses pengolahan seluruh hasil rekaman menjadi video profil yang siap dipublikasikan. Pada tahap ini dilakukan proses penyuntingan (editing) yang meliputi pemilihan gambar terbaik, penyusunan alur visual, penambahan teks, musik latar, serta penyesuaian warna dan suara (voice over) agar video tampil lebih menarik dan profesional.



Gambar 5. Tahap Editing Video Profil
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 6. Tahap Editing Video Profil
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Setelah proses editing awal selesai, hasil video sementara dikonsultasikan kembali kepada pihak sekolah untuk memperoleh masukan dan penyesuaian sesuai dengan identitas sekolah. Revisi dilakukan apabila diperlukan hingga diperoleh hasil akhir video profil yang sesuai dengan konsep awal, representatif terhadap karakter sekolah, serta siap digunakan sebagai media promosi digital melalui berbagai platform sekolah.

Video profil SD Mica disusun dalam beberapa adegan utama yang merepresentasikan identitas, nilai, serta keunggulan sekolah. Setiap adegan dirancang untuk menyampaikan pesan tertentu kepada audiens, khususnya calon wali murid dan masyarakat umum.



Gambar 7. Intro Pembuka
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 8. Suasana Pagi Di SD Mica
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 9. Sambutan Kepala Sekolah SD Mica
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 10. Ciri Khas SD Mica Kegiatan Satu Jam Mengaji
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 11. Fasilitas Penunjang Pembelajaran
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 12. Aktivitas Pembelajaran Siswa Inklusi
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



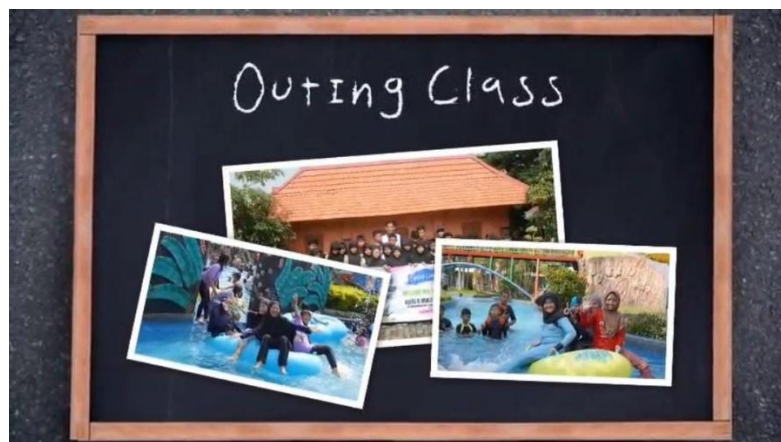
Gambar 13. Program Khusus (S-TRAKS Camp, Visiting Program, Dan Program Internasional)
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 14. Program Pengembangan Bakat Anak (PBA) Dan Ekstrakurikuler
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 15. Pembiasaan Sholat Berjamaah
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 16. Dokumentasi Foto Kegiatan dan Interaksi Siswa
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Tahap akhir pembuatan video profil adalah penyerahan hasil video kepada pihak SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool UMSIDA untuk kemudian dipublikasikan melalui media digital sekolah sebagai sarana informasi yang dapat diakses oleh masyarakat luas dan dimanfaatkan sebagai media promosi dalam berbagai kegiatan sekolah, termasuk dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru. Melalui tahap ini, video profil tidak hanya menjadi produk dokumentasi, tetapi juga berfungsi sebagai media komunikasi yang aktif digunakan dalam strategi promosi sekolah.

Dengan adanya media promosi yang representatif dan mudah diperbarui, sekolah memiliki dasar yang kuat untuk mengembangkan konten lanjutan yang sejalan dengan identitas dan program unggulan yang dimiliki, sehingga dapat mendukung penguatan citra institusi di media sosial dan platform digital lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa hasil kegiatan pengabdian tidak berhenti pada pembuatan produk, tetapi juga membuka peluang keberlanjutan dalam pengelolaan komunikasi dan promosi sekolah di era digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pembuatan video profil di SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool UMSIDA menghasilkan media promosi digital yang mampu menampilkan identitas sekolah secara lebih terstruktur, informatif, dan menarik. Melalui tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi yang sistematis, video profil dirancang untuk merepresentasikan visi-misi sekolah, nilai karakter, sistem pendidikan inklusi, fasilitas, serta berbagai program unggulan yang menjadi ciri khas SD Mica. Hasil ini menunjukkan bahwa media audiovisual memiliki peran penting dalam mendukung strategi komunikasi dan branding sekolah di era digital.

Video profil yang telah diserahkan dan dipublikasikan menjadi media yang dapat digunakan secara berkelanjutan dalam berbagai kegiatan promosi sekolah, termasuk penerimaan peserta didik baru. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berfokus pada penyediaan media promosi, tetapi juga mendukung penguatan citra sekolah serta membuka peluang pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih berkelanjutan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahrudin, M., Sutikno, & Saputra, H. D. (2024). Pembuatan Video Profile sebagai Saluran Branding SD Antawirya Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo. *Ekobis Abdimas*, 5.
- Imanda, R., Setiawaty, S., Bariah, C., Miranda, H., & Matondang, H. R. (2024). Pendampingan Desain Media Digital Promosi Sebagai Strategi Peningkatan School Branding Pada Kelompok Guru Tk Dan Paud Pusat Kegiatan Gugus (PKG) Delima Kabupaten Bireuen. *Mejuajua : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4, 225–230. <https://doi.org/10.52622/mejuajujabdimas.v4i2.175>
- Kanada, R., Sakinah, N. S., Imelda, O., & Meilinda, N. (2025). Pendampingan Pembuatan Video Profil Sekolah Sebagai Media Promosi SMA Negeri 1 Palembang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 5(3). <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i3.1499>
- Meidariani, N. W., Henra, M., & Sudipa, D. (2024). Efektivitas Video Profil Sekolah Sebagai Sarana Promosi. *Lokatara Saraswati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 49–56.
- Riswanto. (2025). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan School Branding di Lembaga Pendidikan Swasta (Studi Kasus di Sekolah Dasar Islam Terpadu Bina Insani Tanjungpandan Belitung). *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 3(03), 172–185. <https://doi.org/10.58812/smb.v3i02>
- Setiawan, A., & Yulistian, S. (2025). Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi di Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi ' in Kabupaten Tebo. *Jurnal Komputer Teknologi Informasi Sistem Komputer*, 4(2), 942–954.
- Suandita, A., Maharani, A. R. P., & Kholik, A. (2025). Edu-Marketing: “Inovasi Promosi Sekolah melalui Konten Edukatif di Media Sosial.” *Karimah Tauhid*, 4, 6940–6949.
- Utami, N. R., & Sumbar, D. U. (2025). Efektivitas Pembuatan Konten Video Digital Di Media Sosial Untuk Promosi Peningkatan Branding Marketing Universitas Bina Darma. *Education, Language, and Arts: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 55–61.

Yekti Eriani, Khamidi, A., Amalia, K., & Nursalim, M. (2025). Social Media Branding Strategies that Strengthen School Image Among Stakeholders. *Academia Open*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.10953>