

**Pemberdayaan Guru TK di PKG Markisa melalui Literasi Digital untuk
Branding dan Peningkatan Reputasi Sekolah**
*Empowering Kindergarten Teachers at PKG Markisa through Digital Literacy for
School Branding and Reputation Enhancement*

**Eka Prasetyaningrum^{1*}, Serika Zai¹, Sari Hayati², Nurahman¹, Muhammad Riansyahputra¹,
Muhammad David Rahadian¹**

¹ Program Studi Sistem Informasi, FIKOM, Universitas Darwan Ali, Sampit

² Program Studi Manajemen, FAKBIS, Universitas Darwan Ali, Sampit

eka.tya94@unda.ac.id¹, serika@unda.ac.id², sarihayati.sh70@gmail.com³, nurahman@unda.ac.id⁴,
riankynn@gmail.com⁵, davidrahadian2023@gmail.com

*Corresponding Author: eka.tya94@unda.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh pentingnya literasi digital bagi guru taman kanak-kanak dalam menghadapi perkembangan teknologi dan kebutuhan sekolah untuk memperkuat branding serta reputasi di tengah masyarakat. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan kompetensi guru dalam memanfaatkan media digital untuk promosi sekolah, mencakup pengelolaan media sosial, desain grafis, penulisan copywriting, serta pembuatan video promosi. Metode pelaksanaan dilakukan secara bertahap melalui sosialisasi, pelatihan, workshop, praktik langsung, dan pendampingan kepada 20 guru dari 10 sekolah mitra yang tergabung dalam PKG Markisa. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman dan keterampilan guru, dengan rata-rata kenaikan 43% pada enam aspek utama, serta terciptanya produk digital berupa akun media sosial aktif, foto kegiatan sekolah dan video promosi sekolah. Selain itu, kegiatan ini mampu menumbuhkan kepercayaan diri guru dalam mengelola branding sekolah secara mandiri. Kesimpulannya, program ini berhasil memberdayakan guru melalui literasi digital untuk mendukung branding dan peningkatan reputasi sekolah, serta berpotensi menjadi model yang dapat direplikasi di wilayah lain.

Kata Kunci: Literasi Digital, Branding Sekolah, Guru TK, Reputasi Sekolah, Media Sosial

ABSTRACT

This community service program was motivated by the importance of digital literacy for kindergarten teachers in responding to technological developments and the need for schools to strengthen branding and reputation within society. The aim of this program was to enhance teachers' competencies in utilizing digital media for school promotion, including social media management, graphic design, copywriting, and promotional video production. The program was carried out in several stages, including socialization, training, workshops, hands-on practice, and mentoring for 20 teachers from 10 partner schools under PKG Markisa. The results indicated a significant improvement in teachers' understanding and skills, with an average increase of 43% across six key aspects, as well as the creation of digital products such as active social media accounts, posters, brochures, and school promotional videos. Furthermore, the program successfully improved teachers' confidence in independently managing school branding. In conclusion, this program effectively empowered teachers through digital literacy to support school branding and reputation enhancement, and it has the potential to serve as a replicable model in other regions.

Keywords: Digital Literacy, School Branding, Kindergarten Teachers, School Reputation, Social Media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia pendidikan, baik dalam pembelajaran maupun manajemen sekolah. Internet, media sosial dan aplikasi digital kini tidak hanya menjadi sarana

komunikasi, tetapi juga media promosi lembaga pendidikan (Nasrullah, 2016). Sekolah dituntut mampu membangun citra positif (*branding*) dan reputasi terpercaya melalui pemanfaatan media digital seperti website dan media sosial yang lebih luas

jangkauannya serta efisien secara biaya (Parati, 2025; Wardhana, 2024).

Dalam konteks ini, guru TK memiliki peran strategis sebagai representasi sekolah di mata masyarakat. Interaksi langsung guru dengan orang tua menjadikan mereka aktor penting dalam membangun kepercayaan publik (Ike Junita Triwardhani, Wulan Trigartanti, Indri Rachmawati, 2020). Namun, masih banyak guru TK menghadapi keterbatasan literasi digital, mulai dari penggunaan aplikasi, pemanfaatan media sosial, hingga pembuatan konten kreatif (Amilia, 2019). Studi lain menunjukkan perlunya pelatihan sistematis agar guru mampu mengimplementasikan literasi digital secara optimal (Riska Wardani, 2023; Ulfah, 2024).

Berbagai penelitian menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan dapat meningkatkan kompetensi digital guru (Evi Nurhalimah & Moh. Amiruddin, 2024; Kustandi & Ibrahim, 2021; Ma'mun & Mariam, 2021). Namun, sebagian besar masih berfokus pada aspek pedagogis, sementara pemanfaatan literasi digital untuk branding sekolah belum banyak dikembangkan (Putri Isyara et al., 2024). Padahal, penggunaan media sosial seperti Instagram terbukti efektif membangun citra positif sekolah (Nurmalasari et al., 2024).

Branding sekolah menjadi strategi penting di era kompetitif karena mampu membangun identitas, meningkatkan kepercayaan publik, dan memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah (Kevin Lane Keller, 2020;

Rahardjo & Setiawan, 2019). Namun, masih terdapat kesenjangan antara kebutuhan dan kondisi di lapangan. Banyak sekolah TK belum memiliki kapasitas dalam literasi digital, produksi konten kreatif, maupun strategi pemasaran digital yang berkelanjutan (Sudarso et al., 2024).

Program pengabdian kepada masyarakat ini hadir untuk menjawab kebutuhan tersebut melalui pemberdayaan guru TK di PKG Markisa. Kegiatan dilaksanakan secara partisipatif dan berbasis praktik langsung (Miles & Huberman, 2014), mencakup pelatihan literasi digital, strategi media sosial, desain grafis, copywriting, pembuatan poster, brosur, video promosi, serta pendampingan implementasi.

Kebaruan program ini terletak pada integrasi literasi digital dengan strategi branding sekolah. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing sekolah TK sekaligus memperluas pemahaman guru mengenai literasi digital yang aplikatif (Rina Devi Romauli Siahaan, 2023).

Tujuan pengabdian ini adalah (1) meningkatkan pemahaman guru TK mengenai literasi digital yang meliputi kemampuan mengakses, menyeleksi, menggunakan dan mendistribusikan informasi digital; (2) melatih guru dalam produksi konten digital seperti desain

grafis, copywriting dan pembuatan video sebagai media promosi sekolah; (3) memfasilitasi penerapan strategi branding berbasis media sosial untuk memperkuat reputasi dan citra sekolah secara berkelanjutan; dan (4) mengukur perubahan persepsi publik terhadap citra sekolah setelah implementasi strategi digital yang dilakukan oleh guru.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pemberdayaan guru TK di PKG Markisa melalui literasi digital dilaksanakan secara intensif mulai tanggal 14 Agustus hingga 1 November 2025 secara terstruktur dalam bentuk sosialisasi, pelatihan, workshop dan pendampingan. Peserta kegiatan berjumlah 20 peserta dari 10 sekolah. Selama pelaksanaan, guru dilibatkan secara aktif melalui praktik langsung agar mampu menguasai keterampilan digital yang relevan dengan kebutuhan sekolah. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan transfer pengetahuan berjalan efektif dan dapat diterapkan secara berkelanjutan di sekolah masing-masing. Kegiatan dilaksanakan mulai bulan Agustus sampai bulan November 2025.

1. Lokasi dan Subjek Pengabdian

Pengabdian dilaksanakan di wilayah PKG Markisa yang menaungi sejumlah 10 TK/KB di Kabupaten Kotawaringin Timur. Subjek pengabdian adalah guru-guru TK yang tergabung dalam kelompok kerja tersebut, dengan total peserta sebanyak 20 orang.

2. Desain Pelaksanaan

Program menggunakan metode partisipatif yang melibatkan guru secara aktif sejak awal hingga akhir kegiatan. Pendekatan ini memungkinkan peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga terlibat langsung dalam praktik produksi konten digital sesuai kebutuhan sekolah. Kegiatan dilaksanakan melalui kombinasi penyampaian materi, praktik langsung (*hands-on*), studi kasus, diskusi dan tanya jawab. Guru berlatih menggunakan aplikasi desain grafis, menyusun copywriting, membuat poster dan brosur, serta mengedit video sederhana. Program juga dilengkapi pendampingan berkelanjutan untuk mendukung implementasi strategi branding digital di sekolah, sehingga pembelajaran lebih bermakna dan keterampilan dapat diterapkan secara efektif.

3. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan kegiatan dirancang mulai dari tahap sosialisasi hingga pendampingan implementasi, sehingga peserta memperoleh pemahaman konseptual sekaligus pengalaman praktis.



Gambar 1.Tahapan Alur Kegiatan

Diagram pada Gambar 1 menggambarkan tahapan sistematis dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat untuk mendukung kegiatan Literasi Digital. Berikut ini adalah penjelasan singkat untuk setiap tahapannya:

a. Sosialisasi Program ke Mitra

Kegiatan awal berupa penyampaian tujuan, manfaat, jadwal, dan rencana implementasi program kepada pihak mitra (PKG Markisa dan kepala sekolah).

b. Pelatihan Dasar Literasi Digital

Peserta diperkenalkan pada konsep literasi digital, termasuk penggunaan perangkat digital, keamanan digital, serta pemanfaatan media sosial dalam konteks pendidikan.

c. Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Branding Sekolah

Guru diberikan materi mengenai cara memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok untuk memperkuat identitas sekolah. Termasuk di dalamnya strategi konsistensi posting, storytelling, dan manajemen interaksi dengan audiens.

d. Workshop Desain Grafis dan Copywriting

Peserta berlatih membuat desain sederhana dengan aplikasi digital (misalnya Canva) serta menyusun teks promosi (copywriting) yang menarik, singkat, dan komunikatif.

e. Pelatihan Pembuatan Poster dan Brosur

Peserta membuat poster digital maupun brosur cetak/digital yang menampilkan

profil, program unggulan, dan fasilitas sekolah.

f. Pelatihan Pembuatan Video Promosi Sekolah

Guru dilatih membuat konten video sederhana menggunakan smartphone dan aplikasi editing dasar. Materi meliputi teknik pengambilan gambar, editing, hingga publikasi di media sosial.

g. Pendampingan Implementasi Strategi Digital

Setelah pelatihan, peserta didampingi dalam menerapkan strategi branding digital di sekolah masing-masing. Pendampingan dilakukan secara tatap muka maupun daring untuk memastikan keberlanjutan praktik yang sudah dipelajari.

h. Evaluasi Kegiatan

Dilakukan melalui pre-test dan post-test, observasi, serta analisis produk digital yang dihasilkan (poster, brosur, video, dan posting media sosial). Evaluasi bertujuan untuk mengukur peningkatan kompetensi guru sekaligus efektivitas program dalam mendukung branding dan reputasi sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dari kegiatan sebagai berikut:

1. Persiapan

Tahap persiapan merupakan fondasi utama dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat agar kegiatan dapat berjalan secara efektif dan tepat sasaran. Persiapan dilakukan melalui beberapa langkah strategis sebagai berikut:

a. Koordinasi dengan Mitra

Tim pengabdian melakukan komunikasi intensif dengan PKG Markisa selaku mitra sasaran. Koordinasi ini meliputi penyamaan persepsi terkait tujuan program, penyusunan jadwal kegiatan, penentuan jumlah peserta, serta penyediaan fasilitas pendukung. Dari hasil koordinasi disepakati bahwa peserta kegiatan terdiri dari 20 guru yang mewakili 10 TK/KB anggota PKG Markisa.

b. Identifikasi Kebutuhan dan Kondisi Awal

Untuk memperoleh gambaran nyata terkait kompetensi guru, tim melaksanakan pre-test. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar guru masih memiliki keterbatasan dalam pemahaman literasi digital, branding sekolah, serta keterampilan teknis desain dan pembuatan konten. Rincian kondisi awal adalah:

- Hanya sekitar 20% guru yang memahami konsep branding sekolah.
- 70% sekolah belum memiliki akun media sosial yang dikelola secara aktif.
- 100% peserta belum pernah mendapatkan pelatihan formal terkait desain grafis, copywriting, dan pembuatan video promosi.

c. Penyusunan Materi Pelatihan

Materi pelatihan dirancang berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan guru, meliputi:

- 1) Literasi digital dasar.
 - 2) Strategi branding sekolah melalui media sosial.
 - 3) Workshop desain grafis dan copywriting.
 - 4) Pembuatan poster dan brosur digital.
 - 5) Produksi video promosi sekolah.
- Materi ini disusun secara bertahap agar peserta dapat menguasai keterampilan mulai dari pemahaman dasar hingga praktik pembuatan konten digital.

d. Penyediaan Sarana dan Prasarana

Selain materi, tim juga menyiapkan sarana pendukung berupa perangkat teknologi yang relevan. Beberapa perangkat yang dipersiapkan antara lain: tripod, ring light, green screen, mic clip-on, serta akses aplikasi digital seperti Canva Pro dan CapCut Pro. Sarana ini dipilih karena mudah digunakan oleh guru dengan latar belakang non-teknis namun tetap mendukung kualitas produk digital.

e. Penyusunan Jadwal dan Pembagian Tugas

Tim menyusun jadwal kegiatan mulai dari sosialisasi, pelatihan, workshop,

hingga evaluasi. Selain itu, dilakukan pembagian peran antaranggota tim pengabdian, misalnya ada yang bertugas sebagai pemateri, fasilitator praktik, dan dokumentator kegiatan. Hal ini bertujuan agar pelaksanaan program lebih terstruktur.

2. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di PKG Markisa dilakukan sesuai jadwal yang telah ditentukan. Pelaksanaan program ini berlangsung selama kurang lebih 1,5 bulan dengan melibatkan 20 guru TK dari 10 sekolah anggota PKG Markisa. Setiap kegiatan dirancang berbasis praktik sehingga guru dapat langsung mengaplikasikan keterampilan yang dipelajari.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No	Tanggal	Kegiatan
1	14 Agustus 2025	Sosialisasi Pogram Ke Mitra
2	19 Agustus 2025	Pelatihan Dasar Literasi Digital
3	26 Agustus 2025	Workshop Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Branding Sekolah
4	16 September 2025	Workshop Desain Grafis dan Copywriting
5	18 September 2025	Pelatihan Pembuatan Poster & Brosur
6	27 September 2025	Pelatihan Pembuatan Video Promosi Sekolah
7	16-27 September 2025	Pendampingan Implementasi Strategi Digital
8	27 September 2025	Evaluasi & Rencana Keberlanjutan Program
9	Oktober – November	Monitoring dan evaluasi kegiatan

a. Sosialisasi Program (14 Agustus 2025)

Kegiatan dimulai dengan sosialisasi kepada mitra mengenai tujuan, manfaat, dan tahapan program. Pada tahap ini, tim pengabdian memaparkan pentingnya literasi digital dan branding sekolah sebagai strategi peningkatan reputasi lembaga. Sosialisasi juga menjadi forum untuk memperkuat komitmen guru agar terlibat aktif dalam seluruh rangkaian pelatihan.



Gambar 2. Sosialisasi Program ke Mitra

b. Pelatihan Dasar Literasi Digital (19 Agustus 2025)

Materi pelatihan mencakup pengenalan konsep literasi digital, pemanfaatan teknologi informasi, serta etika penggunaan media sosial. Guru diperkenalkan pada berbagai platform yang potensial untuk branding sekolah, seperti Instagram, Facebook, dan YouTube. Hasilnya, guru mulai memahami bagaimana teknologi digital dapat digunakan secara positif untuk promosi dan reputasi sekolah.



Gambar 3. Pelatihan Dasar Literasi Digital

c. Workshop Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Branding Sekolah (26 Agustus 2025)

Pada tahap ini guru dilatih membuat dan mengelola akun media sosial sekolah. Mereka diajarkan strategi branding, seperti konsistensi unggahan, pemilihan warna dan logo, serta storytelling yang sesuai dengan identitas sekolah. Output kegiatan adalah setiap sekolah memiliki akun media sosial aktif dengan profil yang jelas dan menarik.



Gambar 4. Workshop Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Branding Sekolah

d. Workshop Desain Grafis dan Copywriting (16 September 2025)

Guru dilatih menggunakan Canva Pro untuk membuat poster digital, brosur sekolah, dan konten visual lainnya. Selain desain, guru juga

diberikan keterampilan copywriting agar mampu menulis teks promosi yang menarik, singkat, dan persuasif. Produk yang dihasilkan berupa poster edukatif dan promosi yang siap diunggah di media sosial.



Gambar 5. Workshop Desain Grafis dan Copywriting

e. Pelatihan Pembuatan Poster & Brosur (18 September 2025)

Pada sesi ini guru fokus membuat media cetak maupun digital berupa poster dan brosur sekolah. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kreativitas guru dalam menyusun informasi sekolah dengan bahasa yang sederhana namun tetap komunikatif. Brosur yang dibuat kemudian dijadikan prototipe untuk promosi penerimaan siswa baru.



Gambar 6. Pelatihan Pembuatan Poster dan Brosur

f. Pelatihan Pembuatan Video Promosi Sekolah (27 September 2025)

Guru dikenalkan aplikasi CapCut Pro untuk mengedit video sederhana. Mereka mempraktikkan teknik dasar pengambilan gambar, penyuntingan, serta penambahan musik dan teks. Setiap kelompok guru menghasilkan video singkat berdurasi 1–3 menit yang menampilkan keunggulan sekolah masing-masing.



Gambar 7. Pelatihan Pembuatan Video Promosi Sekolah

g. Pendampingan Implementasi Strategi Digital (16-27 September 2025)

Setelah pelatihan, tim pengabdian mendampingi guru dalam mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh. Guru dibimbing mengunggah poster, brosur, dan video ke akun media sosial sekolah. Pendampingan ini juga memberikan umpan balik langsung terhadap kualitas konten.



Gambar 8. Pendampingan Implementasi Strategi Digital

h. Evaluasi & Rencana Keberlanjutan Program (27 September 2025)

Tahap akhir berupa evaluasi menyeluruh. Guru diminta mengisi post-test, memberikan umpan balik, serta merumuskan rencana keberlanjutan kegiatan. Salah satu tindak lanjut yang disepakati adalah pembentukan **Komunitas Digital PKG Markisa** sebagai forum berbagi konten dan praktik baik antar sekolah.



Gambar 9. Evaluasi dan Rencana Keberlanjutan Program

3. Evaluasi

Berdasarkan hasil evaluasi maka diperoleh hasil post-test peserta yang menunjukkan peningkatan signifikan kompetensi guru dibandingkan pre-test. Rata-rata kenaikan pada enam aspek yang diukur adalah +43%. Rincian peningkatan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Perbandingan Hasil Pre Test dan Post Test Peserta

Aspek	Pre Test	Post Test	Peningkatan
Pemahaman Branding & Literasi Digital	50%	94%	44%
Kemampuan Media Sosial	46%	96%	50%

Desain Grafis & Copywriting	40%	84%	44%
Pembuatan Video Promosi	36%	80%	44%
Manfaat Pelatihan	54%	96%	42%
Kepuasan Peserta	58%	94%	36%

a. Produk Nyata yang Dihasilkan

Berdasarkan hasil kegiatan maka diperoleh hasil akhir yaitu, Setiap sekolah menghasilkan minimal:

- 1 akun media sosial aktif yaitu Instagram,
- Minimal 2 konten digital baik itu foto kegiatan atau video promosi sekolah.

b. Umpan Balik Peserta

Sebagian besar guru menilai kegiatan ini sangat bermanfaat untuk meningkatkan profesionalisme dan memperluas keterampilan digital. Guru merasa lebih percaya diri dalam mengelola konten promosi sekolah. Namun, ada juga masukan terkait:

- Waktu pelatihan yang relatif singkat, sehingga peserta menginginkan sesi tambahan.
- Keterbatasan perangkat di sekolah tertentu yang menghambat praktik rutin.

c. Faktor Pendukung

Keberhasilan program didukung oleh antusiasme dan partisipasi aktif guru, sehingga setiap sesi berjalan dinamis dan produktif. Dukungan penuh PKG Markisa dan kepala sekolah turut memperkuat pelaksanaan serta keberlanjutan kegiatan. Selain itu, materi yang disusun sesuai kebutuhan lapangan dan perangkat pelatihan yang relevan membantu peserta memahami serta

mempraktikkan keterampilan baru secara optimal.

d. Faktor Penghambat

Terdapat faktor penghambat ketika melaksanakan kegiatan yaitu keterbatasan waktu karena guru tetap menjalankan tugas mengajar, perbedaan kemampuan awal peserta yang memerlukan pendampingan lebih intensif, serta keterbatasan infrastruktur digital di sebagian sekolah, baik perangkat maupun akses internet, yang memengaruhi implementasi hasil pelatihan secara berkelanjutan.

e. Solusi dan Tindak Lanjut

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim pengabdian bersama PKG Markisa menyepakati beberapa langkah tindak lanjut:

1. Membentuk Komunitas Digital PKG Markisa sebagai wadah berbagi konten, diskusi, dan mentoring antar guru.
2. Menyusun modul panduan digital yang dapat digunakan guru secara mandiri setelah program berakhir.
3. Mendorong guru untuk membuat jadwal rutin publikasi konten di media sosial sekolah agar keberlanjutan branding tetap terjaga

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Kegiatan ini meningkatkan kompetensi guru dalam literasi digital, pengelolaan media sosial,

desain grafis, copywriting, dan pembuatan video promosi. Guru mampu mengimplementasikan keterampilan tersebut untuk mendukung branding sekolah. Sekolah mitra kini memiliki akun media sosial aktif dan menghasilkan konten promosi secara mandiri.

Keberhasilan program didukung oleh antusiasme peserta, dukungan PKG dan kepala sekolah, serta materi pelatihan yang sesuai kebutuhan. Kendala seperti keterbatasan waktu dan infrastruktur dapat diatasi melalui pendampingan intensif. Secara keseluruhan, program ini berdampak pada peningkatan reputasi sekolah dan menunjukkan bahwa literasi digital merupakan strategi efektif dalam memperkuat citra lembaga. Kegiatan ini didukung pendanaan KemendiktiSaintek DPPM Tahun 2025 dan Universitas Darwan Ali.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, F. (2019). Kompetensi Literasi Infomasi Guru Paud di Era 4 . 0 : Antara Tuntutan dan Realitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*, 5(2), 124–129.
- Evi Nurhalimah, & Moh. Amiruddin. (2024). Pelatihan Penggunaan Media Pembelajaran Online bagi Guru TK/RA. *Ngabekti: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 127–135. <https://doi.org/10.32478/6z4s7a84>
- Ike Junita Triwardhani, Wulan Trigartanti, Indri Rachmawati, R. P. putra. (2020). Strategi Guru Dalam Membangun Komunikasi dengan Orang Tua Siswa di Sekolah. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 99–113. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23620>
- Kevin Lane Keller, V. S. (2020). *Strategic Brand Management (Building, Measuring and Managing Brand Equity)*. Pearson.
- Kustandi, C., & Ibrahim, N. (2021). Pendampingan Pembuatan Bahan Ajar Elektronik bagi Guru di Sekolah Dasar untuk Meningkatkan Literasi Digital. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5, 415–422. <https://online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/view/16233%0Ahttps://online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/download/16233/12285>
- Ma'mun, N., & Mariam, S. (2021). Pelatihan kompetensi literasi digital bagi guru bahasa inggris berbasis e-learning moodle. *Rengganis Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 69–79. <https://doi.org/10.29303/rengganis.v1i1.15>
- Nasrullah, R. (2016). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cet. kedua. In *Simbiosis Rekatama Media*.
- Nurmalasari, P., Yusmawati, Y., & Novianita, R. (2024). Pemanfaatan Instagram SMK Sejahtera Sebagai Media Promosi Sekolah. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 4(2), 67–73. <https://doi.org/10.31294/jpr.v4i2.2718>

- Parati, E. D. (2025). Peran Media Sosial Dalam Strategi Public Relations untuk Membangun Brand Image di Lembaga Pendidikan. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(03), 223–235.
- Putri Isyara, L., Karoma, & Fajri Ismail. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Inovasi dalam Pembelajaran di Era Globalisasi. *Jurnal BELAINDIKA (Pembelajaran Dan Inovasi Pendidikan)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.52005/belaindika.v6i2.165>
- Rina Devi Romauli Siahaan, G. S. (2023). The Importance of Digital Literacy in The Era of Society 5.0. *Indo MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3), 1734–1742. <https://doi.org/10.54373/imeij.v4i3.417>
- Riska Wardani, H. B. (2023). Strategi Guru dalam Menerapkan Kegiatan Literasi Digital di Sekolah Dasar Negeri 47/IV Kota Jambi. *Jurnal Tonggal Pendidikan Dasar: Jurnal Kajian Teori Dan Hasil Pendidikan Dasar*, 2(1), 74–82.
- Sudarso, S., Wardana, M. D. K., Zaenha, M. A. R., Masfufah, H., & Yulianti, M. (2024). Transformasi Pendidikan Usia Dini: Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Citra Sekolah dan Profesionalisme Guru PAUD. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 5(3), 243–270. <https://doi.org/10.22219/janayu.v5i3.34856>
- Ulfah, F. (2024). Pemahaman Literasi Digital Guru PAUD Sekolah Bukan Sekolah Penggerak. *Jurnal Latihan PPIAUD*, 5(2).
- Wardhana, A. (2024). *Digital Branding Strategy* (Ash Shadiq Egim (ed.)). Eureka Media Aksara.