Abdimas
Volume 3, Nomor , Maret 2026, 1-11

PEMBUATAN DAN IMPLEMENTASI E-GUIDEBOOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI SEKOLAH DI SD MUHAMMADIYAH SATU CANDI LABSCHOOL UMSIDA

CREATION AND IMPLEMENTATION OF E-GUIDEBOOK AS A SCHOOL PROMOTION MEDIA AT ELEMENTARY SCHOOL MUHAMMADIYAH SATU CANDI LABSCHOOL UMSIDA

Nuris Shofa UsaiFani[1*], Madinatul Munawaroh[2], Ainur Rochmaniah[3] ,
Titin Ariska Sirnayatin[4]

[1,2,3]Univeristas Muhammadiyah Sidoarjo
[4]Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

*ainur@umsida.ac.id

ABSTRAK

signifikan dalam strategi promosi lembaga pendidikan. Masyarakat, khususnya orang tua calon siswa, kini lebih banyak mencari informasi sekolah melalui media digital sebelum menentukan pilihan pendidikan bagi anaknya. SD Muhammadiyah 1 Candi (SD MICA) sebelumnya menggunakan guide book cetak sebagai media promosi sekolah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan e-guidebook sebagai media promosi digital yang lebih efektif, informatif, dan mudah diakses. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahapan utama, yaitu analisis kebutuhan melalui wawancara dengan admin pelayanan dan tim branding sekolah, perancangan dan pembuatan eguidebook, pelatihan penggunaan kepada admin sekolah, serta evaluasi efektivitas media. E-guidebook dikembangkan menggunakan platform Canva dengan mengintegrasikan teks, foto, dan video agar informasi sekolah tersaji secara komprehensif dan menarik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa e-guidebook mampu meningkatkan kualitas penyampaian informasi sekolah, memperluas jangkauan promosi, serta memudahkan akses informasi bagi orang tua calon siswa. Selain itu, pelatihan yang diberikan meningkatkan kemampuan digital admin sekolah dalam mengelola media promosi secara mandiri. Secara keseluruhan, penerapan eguidebook terbukti efektif sebagai media promosi digital yang mendukung transformasi promosi sekolah dan memperkuat citra positif SD Muhammadiyah 1 Candi di era digital.

Kata kunci: buku panduan, media promosi digital

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has brought significant changes to promotional strategies in educational institutions. The public, particularly prospective students' parents, increasingly seek schoolrelated information through digital media before making educational decisions for their children. Previously, SD Muhammadiyah 1 Candi (SD MICA) utilized printed guidebooks as its primary promotional medium. This community service activity aims to develop and implement an e-guidebook as a more effective, informative, and easily accessible digital promotional medium. The implementation method was carried out through four main stages: needs analysis through interviews with service administrators and the school branding team, design and development of the e-guidebook, training for school administrators on its use, and evaluation of the media's effectiveness. The e-guidebook was developed using the Canva platform by integrating text, photographs, and videos to present school information in a comprehensive and engaging

manner. The results indicate that the e-guidebook improves the quality of school information delivery, expands promotional reach, and facilitates easier access to information for prospective parents. In addition, the training provided enhances the digital skills of school administrators in managing promotional media independently. Overall, the implementation of the e-guidebook has proven to be effective as a digital promotional medium that supports the transformation of school promotion and strengthens the positive image of SD Muhammadiyah 1 Candi in the digital era.

Keywords: E-guidebook, Digital Promotional Media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan besar dalam cara lembaga pendidikan mempromosikan diri kepada masyarakat, untuk itu sangat diperlukan suatu terobosan dalam dunia pendidikan yang harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada, khususnya dalam bidang penerimaan peserta didik baru yang bertujuan untuk memperkuat daya tarik maupun peningkatan jumlah pendaftar disekitar kawasan maupun di luar kawasan sekolah (Laurentinus et al., 2023). Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi di era transformasi digital, penggunaan media promosi digital juga semakin meningkat. Media berperan sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi mengenai identitas dan aktivitas sebuah sekolah. Oleh karena itu, pengelolaan media promosi baik yang bersifat konvensional maupun digital menjadi aspek yang sangat penting agar sekolah dapat dikenal dan dipahami oleh masyarakat secara lebih luas (Yudie et al., 2016).

Optimalisasi media promosi tersebut diharapkan dapat memaksimalkan penyampaian pesan komunikasi sehingga lebih efektif dan tepat sasaran (Fitri Wulan et al., 2021). Promosi sekolah tidak lagi cukup dilakukan melalui media cetak atau sosialisasi langsung, melainkan harus beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang memungkinkan penyampaian informasi secara lebih cepat, menarik, dan interaktif. Lembaga pendidikan kini menggunakan beragam media pemasaran, seperti brosur, pamflet, hingga iklan di media sosial sebagai sarana promosi. Pada perkembangan terbaru, aktivitas promosi mulai bertransformasi ke platform digital, ditandai dengan hadirnya berbagai aplikasi yang memudahkan guru, staf pemasaran sekolah, dan tenaga kependidikan dalam menjalankan kegiatan promosi (Andhi et al., 2023).

Di era sekarang, kegiatan promosi bisnis menuntut tingkat kreativitas yang tinggi agar mampu menarik minat pelanggan. Kreativitas tersebut dapat diwujudkan melalui pemanfaatan teknologi yang terus berkembang dengan cepat, sehingga turut mengubah cara para pelaku usaha dalam mengelola dan menjalankan bisnis mereka (Alif Muzaki et al., 2024). Orang tua calon siswa kini lebih sering mencari informasi sekolah melalui internet sebelum menentukan pilihan pendidikan bagi anaknya. Oleh karena itu, sekolah perlu

memiliki media promosi yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu menampilkan identitas, suasana, dan aktivitas sekolah secara visual. Media digital seperti *e-guide book* menjadi solusi yang efektif karena dapat menampilkan teks, foto, serta video yang menggambarkan keunggulan dan karakteristik sekolah secara lebih nyata.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Kepala Urusan Brand Marketing dan Admin bahwa sebelum adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, SD Muhammadiyah 1 Candi (SD MICA) telah memiliki *guide book* atau buku panduan profil sekolah sebagai salah satu media promosi. Namun, *guide book* tersebut masih berbasis cetak. Walaupun cukup informatif, media cetak memiliki banyak keterbatasan, salah satunya tidak dapat menampilkan dokumentasi kegiatan sekolah secara detail dalam bentuk foto dan video. Akibatnya, orang tua calon siswa belum bisa mendapatkan gambaran yang utuh mengenai suasana belajar, kegiatan ekstrakurikuler, maupun prestasi siswa di sekolah. Selain itu, penyebaran *guide book* cetak juga terbatas dan memerlukan biaya lebih besar.

Seiring berkembangnya teknologi digital dan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi yang mudah diakses, SD MICA memutuskan untuk berinovasi dengan mengganti *guide book* berbasis cetak menjadi *e-guidebook*. *E-Guidebook* dipilih sebagai media yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai SD Muhammadiyah 1 Candi secara lebih jelas dan komprehensif. Selain mampu memuat informasi secara lengkap, media ini juga menawarkan kemudahan akses. Hanya dengan memindai QR Code atau mengklik tautan yang tersedia, pengguna dapat langsung diarahkan ke halaman *e-guidebook* tanpa proses yang rumit (Rochlian et al., 2022). Media ini akan memuat berbagai dokumentasi foto dan video kegiatan siswa agar orang tua dapat melihat langsung bentuk aktivitas dan kehidupan belajar di sekolah.

Permasalahan utama yang dihadapi sekolah sebelumnya adalah keterbatasan media promosi yang kurang menarik dan tidak interaktif. *Guide book* cetak hanya menyajikan informasi dalam bentuk teks dan gambar statis, sehingga tidak mampu menampilkan dinamika kegiatan siswa secara mendetail. Di sisi lain, masyarakat kini lebih tertarik pada media visual dan interaktif yang mudah diakses melalui perangkat digital. Oleh karena itu, diperlukan strategi baru dalam promosi sekolah yang mampu menjawab kebutuhan tersebut. Penerapan strategi pemasaran yang sesuai dapat membantu membangun citra lembaga sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap mutu pendidikan yang disediakan (Nurul et al., 2025).

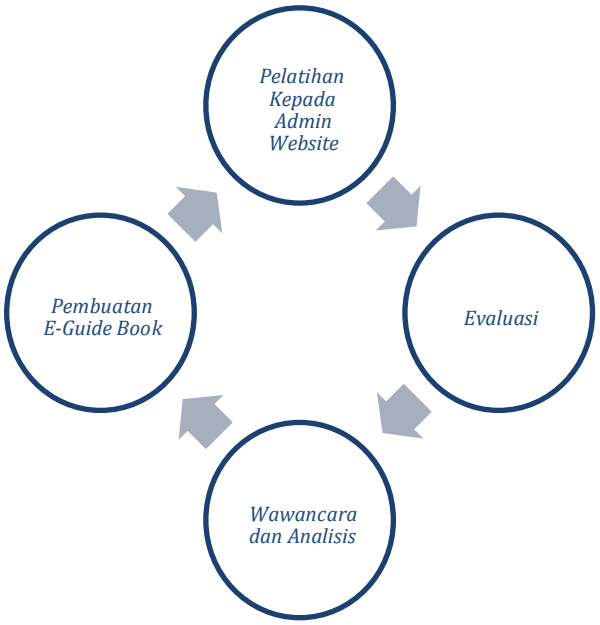
Sebagai solusi, tim pengabdian masyarakat dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) bekerja sama dengan pihak sekolah untuk mengembangkan *e-guidebook* sebagai

media promosi digital. *E-guidebook* ini memuat informasi lengkap mengenai profil sekolah, visi dan misi, program unggulan, kegiatan siswa, prestasi, serta fasilitas sekolah yang disajikan dalam format menarik dengan tambahan dokumentasi foto dan video. Pengembangan E-Guidebook oleh (Aylin et al., 2021) sebagai panduan wisata di Jawa Barat Selatan. Buku digital ini berisi rute perjalanan, objek wisata, dan informasi pendukung yang dikemas dalam format visual yang mudah diakses. E-Guidebook terbukti membantu penyediaan informasi wisata secara lebih praktis serta mendukung promosi destinasi melalui media digital. Selain mudah diakses melalui ponsel maupun komputer, media ini juga dapat dibagikan secara luas melalui media sosial, sehingga jangkauan promosi sekolah menjadi lebih luas dan efisien.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah membantu SD Muhammadiyah 1 Candi dalam bertransformasi menuju sistem promosi yang lebih modern dan efektif. Melalui pembuatan *e-guidebook*, sekolah diharapkan dapat menyampaikan informasi secara lengkap, interaktif, dan menarik, sekaligus memperkuat citra positif sekolah di mata masyarakat. Dengan adanya media ini, orang tua calon siswa dapat memperoleh gambaran menyeluruh tentang kegiatan dan suasana sekolah tanpa harus datang langsung, sementara pihak sekolah dapat mempromosikan keunggulannya secara berkelanjutan di era digital.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang berdasarkan hasil pengamatan awal di lapangan dan disesuaikan dengan perencanaan kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan. Metode ini bertujuan untuk menghasilkan media promosi digital berupa e-guide book yang relevan, informatif, dan efektif dalam mendukung kegiatan promosi SD Muhammadiyah 1 Candi Sidoarjo. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada 16 Juli–8 Agustus 2025 dan bertempat di SD Muhammadiyah 1 Candi (SD MICA), Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Adapun alur pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

Berdasarkan Gambar 1 diatas, maka uraian pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Tahap pertama adalah wawancara dan analisis kebutuhan, yaitu melakukan wawancara dengan admin pelayanan SPMB, kepala urusan brand marketing, dan admin sekolah untuk menggali kebutuhan promosi serta menentukan konten yang relevan untuk e-guide book.
2. Tahap kedua adalah pembuatan e-guide book, yang diawali dengan perancangan konsep desain, penyusunan struktur konten, pengambilan dokumentasi foto dan video, serta pengolahan seluruh materi menggunakan aplikasi Canva hingga menghasilkan e-guide book yang informatif dan menarik. Proses ini disertai dengan konfirmasi dan revisi bersama tim humas sekolah hingga memperoleh persetujuan akhir.
3. Tahap ketiga adalah pelatihan kepada admin pelayanan SPMB, yang dilaksanakan untuk memberikan pemahaman terkait penggunaan dan pemanfaatan e-guide book sebagai media pendukung pelayanan dan promosi sekolah.
4. Tahap terakhir adalah evaluasi, yang dilakukan dengan mengumpulkan umpan balik dari admin pelayanan SPMB guna mengetahui efektivitas penggunaan e-guide book serta melakukan perbaikan jika diperlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa *Pembuatan dan Implementasi Guide Book Online sebagai Media Promosi Sekolah di SD M1CA* telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang direncanakan. Hasil yang dicapai dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pemilihan Talent



Gambar 2. Pemilihan Talent

Mahasiswa berhasil memilih beberapa siswa SD M1CA sebagai model untuk ditampilkan dalam *guide book online*. Kehadiran siswa sebagai talent membuat tampilan *guide book* menjadi lebih hidup, natural, dan representatif sebagai identitas sekolah.

2. Penyusunan Konsep dan Struktur Halaman



Gambar 3. Penyusunan Konsep

Mahasiswa menyusun konsep isi *guide book* yang meliputi profil sekolah, visi-misi, kurikulum, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi siswa, hingga tata cara pendaftaran. Struktur menu ini disusun secara sistematis agar mudah dipahami oleh pembaca.

3. Hunting Foto



Gambar 4. Foto

Dokumentasi visual berupa foto kegiatan belajar mengajar, fasilitas sekolah, serta potret siswa dan guru berhasil dikumpulkan. Foto-foto ini menjadi elemen visual utama dalam mendukung daya tarik *guide book online*.

4. Desain Visual (Warna, Layout, dan Font)



Gambar 5. Desain Visual

Desain *guide book* dibuat menggunakan aplikasi Canva dengan menyesuaikan warna sekolah, tata letak yang rapi, serta pemilihan font yang mudah dibaca namun tetap menarik. Hal ini menjadikan tampilan *guide book* lebih profesional dan modern.

5. Penyusunana dan Editing



Gambar 6. Penyusunan dan Editing

Konten teks dan visual digabungkan menggunakan Canva hingga menghasilkan draft awal *guide book online*. Draft ini kemudian dikonfirmasi kepada tim humas/ editing media sosial SD M1CA untuk mendapatkan masukan

6. Evaluasi



Gambar 7. Evaluasi

Mahasiswa melakukan beberapa kali revisi sesuai saran guru dan tim humas. Revisi meliputi penyempurnaan susunan halaman, perbaikan tata bahasa, penyesuaian foto, serta penyesuaian warna agar sesuai dengan karakter sekolah. Setiap masukan yang diberikan kemudian dianalisis dan digunakan untuk melakukan perbaikan pada e-guidebook agar hasil akhirnya sesuai dengan kebutuhan mitra dan dapat digunakan secara optimal dalam kegiatan pelayanan dan promosi sekolah.

7. Revisi



Gambar 8. Proses Revisi

Tahap revisi dilakukan berdasarkan hasil evaluasi dan masukan dari Admin SPMB SD Muhammadiyah 1 Candi. Revisi meliputi perbaikan penyesuaian foto, serta penyelarasan font, warna dan desain agar sesuai dengan identitas sekolah. Proses ini bertujuan memastikan e-guidebook lebih informatif, menarik, dan siap digunakan sebagai media promosi sekolah.Finalisasi dan Implementasi

8. Finalisasi dan Implementasi



Gambar 9. Finalisasi dan Implemetasi

Setelah melalui tahap revisi, *guide book online* akhirnya disetujui (ACC) oleh pihak sekolah. Produk akhir diserahkan kepada SD M1CA dan mulai digunakan sebagai media promosi sekolah, terutama untuk memperkenalkan profil sekolah kepada calon siswa dan orang tua.

Penggunaan e-guidebook sebagai media promosi digital terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas penyampaian informasi sekolah kepada wali murid atau orang tua calon siswa. Melalui integrasi teks, gambar, dan video, e-guidebook mampu memberikan gambaran yang lebih jelas dan nyata mengenai profil sekolah, suasana pembelajaran, program unggulan, kegiatan siswa, serta fasilitas yang dimiliki. Kemudahan akses melalui tautan atau QR Code memungkinkan wali murid calon siswa memperoleh informasi secara cepat dan praktis tanpa harus datang langsung ke sekolah. Hal ini menjadikan e-guidebook sebagai media yang relevan dengan kebutuhan orang tua calon siswa yang cenderung mencari informasi pendidikan melalui perangkat digital.

Keefektifan e-guidebook juga terlihat dari aspek efisiensi dan keberlanjutan media promosi sekolah. Konten yang disajikan dapat diperbarui secara berkala tanpa memerlukan biaya cetak ulang, sehingga informasi yang diterima wali murid calon siswa selalu aktual. Selain itu, penggunaan platform digital seperti Canva meningkatkan kemampuan guru dan tim humas sekolah dalam mengelola media promosi secara mandiri. Dengan demikian, eguidebook tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi yang efektif bagi wali murid calon siswa, tetapi juga sebagai strategi promosi sekolah yang mampu memperkuat citra lembaga dan meningkatkan daya tarik dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pembuatan dan implementasi guide book online sebagai media promosi sekolah di SD M1CA telah terlaksana sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Program ini dilaksanakan sebagai upaya adaptasi sekolah terhadap perkembangan teknologi digital serta untuk mengatasi keterbatasan media promosi sebelumnya yang masih berbasis buku panduan cetak. Kehadiran guide book online berbasis Canva menjadi solusi inovatif yang mampu mendukung transformasi promosi sekolah ke arah yang lebih modern dan efektif.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa guide book online memungkinkan penyajian informasi sekolah secara lebih fleksibel, interaktif, dan menarik. Konten yang mencakup profil sekolah, visi dan misi, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi siswa, hingga tata cara pendaftaran disajikan dalam tampilan visual yang modern, mudah dipahami, serta dapat diakses kapan saja dan di mana saja oleh calon siswa dan orang tua.

Selain menghasilkan media promosi digital, kegiatan ini juga memberikan kontribusi dalam bentuk transfer keterampilan digital kepada guru dan tim humas sekolah melalui proses pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa. Pihak sekolah memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola dan memperbarui konten guide book online secara mandiri, sehingga mendukung keberlanjutan penggunaan media promosi digital di lingkungan sekolah.

Secara keseluruhan, implementasi guide book online terbukti lebih efektif dibandingkan buku panduan cetak karena mampu memperluas jangkauan promosi, meningkatkan daya tarik visual, serta memperkuat citra positif sekolah. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya menghasilkan produk media promosi, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang berupa peningkatan daya saing, profesionalisme citra sekolah, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi komunikasi yang adaptif dan relevan dengan kebutuhan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

Alif Muzaki Nur Arifin, A. R. (2024, 03). Pelatihan dan Pendampingan Digital Branding Usaha Mikro Kecil dan Menengah Katering Makanan di Desa Ngampel Sari. *Abdimas Galuh, 4*.

Andhi Sukma, R. S. (2023). The Influence of Electronic Word of Mouth and Digital marketing on Decision to Purchase Hotel Tickets Through Traveloka Applications (Case Study of Consumers in The City of Bandung). *Jurnal Abdimas Umtas, 6*.

Aylin Yumna Arief, A. S. (2021). E-Guidebook Automotive Tourism South West Java: Guide Special Riding Solo Pro-Environmental . *ABDIMAS TALENTA 6*.

Fitri Wulan Ningsih, T. D. (2021, 11). Pengembangan Potensi Sumber Daya Manusia Melalui Teknologi Komunikasi Media Sosial di Era Milenial Desa Kampil. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia), 2*.

Laurentinus, O. R. (2023, Januari). PENDAMPINGAN DIGITALISASI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PPDB SEKOLAH PAUD KABUPATEN BANGKA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2*.

Nurul Chairany, A. D. (2025, Oktober). Pelatihan Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Digital untuk Menarik Minat Calon Orang Tua Murid di TK Islam Al-Hidayah Makassar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4*.

Rochlian Ta'wamaludin, R. W. (2022, 07 14). Perancangan E-Guidebook sebagai Media Promosi Wisata Kuliner di Kabupaten Garut. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar*.

Yudie Irawan, N. S. (2016, April). ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI SEKOLAH BERBASIS WEBSITE UNTUK PENYAMPAIAN INFORMASI SEKOLAH DAN MEDIA PROMOSI KEPADA MASYARAKAT. *Jurnal SIMETRIS, 7*.