

Pengembangan Keterampilan Manajemen melalui Digital Marketing, Komunikasi Efektif, dan Kolaborasi untuk Guru dan Staff di Perguruan Advent XIV Bekasi

Apriani Simatupang¹, Moses L. P. Hutabarat², Radityo Fajar Arianto³, Tanggor Sihombing⁴

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis/Manajemen, Universitas Pelita Harapan, Jalan M.H. Thamrin Boulevard No.1100 Karawaci Tangerang

⁴Fakultas Ekonomi Dan Bisnis/Akuntansi, Universitas Pelita Harapan, Jalan M.H. Thamrin Boulevard No.1100 Karawaci Tangerang

apriani.simatupang@uph.edu; moses.hutabarat@uph.edu; radityo.arianto@uph.edu; tanggor.sihombing@uph.edu

Email Korespondensi: *apriani,simatupang@uph.edu*

ABSTRAK

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Perguruan Advent XIV Bekasi, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan guru dan staf dalam digital marketing, komunikasi efektif, dan kolaborasi. Program ini berfokus pada pengembangan kapasitas sumber daya manusia dalam menghadapi tantangan era digital, khususnya dalam penyampaian informasi dan publikasi yang efektif. Pelatihan ini meliputi sesi tentang dasar-dasar digital marketing, strategi komunikasi yang tepat sasaran, serta model kerja kolaboratif antar tim. Melalui kegiatan ini, diharapkan guru dan staf dapat lebih kompeten dalam mempromosikan keunggulan institusi secara online, menyampaikan informasi dengan jelas, dan bekerja sama secara efektif. Hasil dari pelatihan ini diukur melalui survei pasca-pelatihan serta dokumentasi yang dipublikasikan di media sosial sekolah, dengan luaran yang diharapkan berupa peningkatan visibilitas sekolah dan citra institusi sebagai lembaga pendidikan yang responsif terhadap perkembangan teknologi.

Kata kunci: manajemen, marketing, digital, komunikasi, kolaborasi

ABSTRACT

This program aims to enhance the skills of teachers and staff in the areas of digital marketing, effective communication, and collaboration. It focuses on developing human resource capacity to address the challenges of the digital era, particularly in delivering information and promoting the institution effectively. The training sessions include foundational topics on digital marketing, targeted communication strategies, and collaborative work models. Through this initiative, teachers and staff are expected to become more competent in promoting the school's strengths online, conveying information clearly, and working together efficiently. The outcomes of this training are measured through post-training surveys and documentation published on the school's social media platforms. The expected output includes increased school visibility and the improvement of the institution's image as a responsive and tech-savvy educational establishment.

Keywords: *management, marketing, digital, communication, collaboration*

A. PENDAHULUAN

Era digital yang semakin berkembang pesat, kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi informasi dan komunikasi menjadi kebutuhan yang mendesak bagi setiap lembaga, termasuk lembaga pendidikan. Perguruan Advent XIV Bekasi, sebagai institusi pendidikan yang berkomitmen untuk terus berkembang, menyadari pentingnya peningkatan kapasitas sumber daya manusia, khususnya para guru dan staf, dalam bidang komunikasi dan pemasaran digital. Keterampilan ini diperlukan untuk menghadapi tantangan dalam penyampaian informasi serta pengelolaan publikasi yang efektif di era digital, terutama dalam menyosialisasikan kegiatan dan keunggulan institusi kepada masyarakat.

Sejalan dengan visi ini, Perguruan Advent XIV Bekasi telah merencanakan program pengembangan kompetensi melalui pelatihan dan seminar bagi para guru dan staf. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi yang efektif serta penerapan digital marketing dalam konteks pendidikan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan keahlian dan narasumber yang berpengalaman di bidang tersebut.

Menyikapi hal ini, Perguruan Advent XIV Bekasi mengajukan permohonan kepada Universitas Pelita Harapan (UPH) untuk berpartisipasi dalam kegiatan ini melalui penyediaan narasumber yang kompeten dalam bidang komunikasi dan digital marketing. Dengan adanya dukungan dari UPH, diharapkan kegiatan pelatihan ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas guru dan staf Perguruan Advent XIV Bekasi, sehingga mampu menghadapi tantangan era digital dengan lebih baik.

Melalui program ini, Perguruan Advent XIV Bekasi berharap dapat terus meningkatkan mutu pendidikan yang diberikan kepada para siswa, serta memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan yang mampu bersaing dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Permasalahan mitra dalam kasus Perguruan Advent XIV Bekasi berkaitan dengan kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, khususnya para guru dan staf, dalam bidang komunikasi dan pemasaran digital.

Dalam era digital yang berkembang pesat, Perguruan Advent XIV Bekasi menghadapi tantangan berikut:

1. Kurangnya Kemampuan dalam Penerapan Teknologi Digital

Guru dan staf belum memiliki keterampilan yang memadai dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mempromosikan keunggulan institusi serta mengelola publikasi yang efektif.

2. Tantangan dalam Menyampaikan Informasi secara Efektif

Lembaga ini membutuhkan strategi komunikasi yang lebih baik untuk memastikan bahwa informasi tentang kegiatan dan keunggulan sekolah dapat disampaikan dengan jelas kepada masyarakat dan audiens yang lebih luas.

3. Keterbatasan Pemahaman tentang Digital Marketing dalam Konteks Pendidikan

Para guru dan staf belum sepenuhnya memahami bagaimana menerapkan konsep digital marketing yang relevan dalam lingkungan pendidikan, baik dalam menyampaikan materi pembelajaran secara online maupun mempromosikan lembaga ke masyarakat.

4. Kebutuhan untuk Beradaptasi dengan Perkembangan Teknologi

Perguruan Advent XIV Bekasi menyadari perlunya beradaptasi dengan perubahan teknologi untuk mempertahankan daya saing dan meningkatkan mutu pendidikan.

Dalam rangka mengatasi permasalahan ini, pihak sekolah berupaya untuk menyelenggarakan pelatihan dan seminar dengan melibatkan narasumber yang berkompeten dari Universitas Pelita Harapan (UPH) untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis mengenai strategi komunikasi dan pemasaran digital.

B. METODE PELAKSANAAN

Tahap Persiapan

Pelaksanaan program dimulai dengan identifikasi kebutuhan peserta melalui survei awal yang dilakukan kepada para guru dan staf. Survei ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman mereka terkait digital marketing, komunikasi, dan kolaborasi. Hasil dari survei tersebut akan digunakan untuk menyesuaikan materi pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan spesifik para peserta. Selanjutnya, dilakukan penyusunan materi pelatihan yang mencakup pengenalan konsep dasar digital marketing, strategi komunikasi efektif di era digital, serta teknik kolaborasi tim. Materi

disusun secara komprehensif dan disesuaikan dengan konteks pendidikan di Perguruan Advent XIV Bekasi agar lebih relevan dan aplikatif. Tahap persiapan terakhir melibatkan penyediaan logistik dan teknologi pendukung, seperti laptop, proyektor, dan jaringan internet, guna memastikan kelancaran selama sesi pelatihan berlangsung.

Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Sesi pertama difokuskan pada pemahaman dasar mengenai digital marketing, termasuk penjelasan konsep dasar, peran penting media sosial dalam promosi, cara membuat konten yang menarik, serta pengenalan alat-alat digital yang dapat mendukung publikasi sekolah. Materi ini disampaikan dengan pendekatan berbasis studi kasus, diambil dari sekolah atau institusi pendidikan lain yang telah berhasil meningkatkan visibilitas dan partisipasi publik melalui digital marketing. Selain itu, sesi ini juga dilengkapi dengan diskusi interaktif yang mengajak peserta untuk berbagi pengalaman dan tantangan dalam mengelola konten digital di lingkungan kerja masing-masing.

Sesi kedua membahas strategi komunikasi internal dan eksternal yang relevan di era digital. Materi mencakup teknik menyusun pesan yang efektif serta pemanfaatan media digital untuk berkomunikasi dengan berbagai pihak seperti orang tua, siswa, dan masyarakat umum. Dalam sesi ini, peserta juga mengikuti simulasi penyusunan dan penyampaian informasi penting terkait kegiatan sekolah, yang disesuaikan dengan karakteristik audiens yang berbeda. Tujuannya adalah agar peserta mampu menyampaikan pesan secara jelas, tepat sasaran, dan profesional.

Sesi terakhir membahas konsep kerja kolaboratif, pentingnya sinergi antar guru dan staf, serta pengenalan alat digital yang mendukung kolaborasi seperti Google Workspace atau aplikasi manajemen proyek seperti Trello. Peserta diajak untuk mengikuti aktivitas kelompok, di mana mereka dibagi menjadi tim-tim kecil untuk merancang sebuah proyek kolaboratif yang berfokus pada promosi sekolah atau peningkatan kualitas layanan pendidikan. Setiap tim kemudian mempresentasikan hasil rancangan proyek mereka di depan peserta lain untuk mendapat umpan balik dan inspirasi bersama.

Aktivitas Pendukung

Sebagai bagian dari pendekatan yang interaktif dan aplikatif, pelatihan ini juga

menyertakan games dan aktivitas praktis yang dirancang untuk merangsang kreativitas peserta. Melalui permainan yang menyenangkan namun edukatif, peserta diajak menyusun ide kampanye digital marketing, merancang strategi komunikasi yang efektif, serta mengeksplorasi cara-cara inovatif dalam menyampaikan pesan kepada publik. Aktivitas ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan peserta, tetapi juga membantu mereka memahami penerapan materi secara langsung.

Selain itu, peserta juga diarahkan untuk merancang business plan sederhana yang mengintegrasikan aspek digital marketing, komunikasi, dan kolaborasi dalam satu proyek nyata yang mendukung kegiatan sekolah. Rencana ini menjadi wadah bagi peserta untuk menuangkan ide dan menerapkan keterampilan yang telah dipelajari selama pelatihan, sekaligus menjadi langkah awal dalam pengembangan program atau strategi promosi sekolah secara berkelanjutan.

Tahap Evaluasi dan Umpan Balik

Tahap evaluasi dan umpan balik dilakukan untuk mengukur efektivitas pelatihan serta menilai sejauh mana tujuan program tercapai. Evaluasi kinerja peserta dilakukan melalui presentasi dan diskusi kelompok, di mana setiap tim memaparkan hasil proyek atau rencana yang telah mereka susun. Narasumber memberikan umpan balik secara langsung guna memperkuat pemahaman dan memberikan saran perbaikan yang konstruktif. Selain itu, dilakukan survei pasca pelatihan untuk menilai dampak pelatihan terhadap peserta, baik dalam aspek peningkatan pengetahuan maupun keterampilan praktis yang dapat diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari. Hasil survei ini juga menjadi bahan evaluasi untuk perbaikan program di masa mendatang.

Tahap Diseminasi dan Seminar Hasil PKM

Tahap diseminasi dan seminar hasil PKM menjadi langkah penting dalam menyebarluaskan manfaat dan dampak dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Tahapan ini dimulai dengan penyusunan laporan hasil kegiatan, yang mencakup seluruh proses pelaksanaan, hasil yang dicapai, serta rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut. Laporan ini disusun secara sistematis dan akan dipublikasikan sebagai bentuk pertanggungjawaban sekaligus bahan diseminasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Selanjutnya, dilakukan seminar hasil pelatihan yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait, termasuk pimpinan sekolah, guru, dan staf lainnya. Seminar ini bertujuan untuk membagikan hasil, praktik baik, dan pembelajaran dari pelatihan, agar dapat diintegrasikan ke dalam kegiatan dan praktik sehari-hari di lingkungan sekolah. Melalui seminar ini, diharapkan tercipta kesadaran kolektif untuk terus mengembangkan kompetensi dalam menghadapi tantangan era digital.

Sustainability dan Monitoring

Sustainability dan monitoring merupakan bagian penting untuk memastikan bahwa dampak dari pelatihan tidak berhenti setelah kegiatan selesai, melainkan terus berlanjut dan berkembang. Tindak lanjut dilakukan melalui pemantauan implementasi hasil pelatihan di lingkungan sekolah, baik dengan kunjungan berkala maupun melalui mentoring online. Hal ini bertujuan untuk mendampingi guru dan staf dalam menerapkan keterampilan digital marketing, komunikasi, dan kolaborasi secara konsisten. Selain itu, dilakukan juga pengembangan berkelanjutan dengan merancang program pelatihan lanjutan yang lebih mendalam. Fokus pengembangan ini mencakup peningkatan kompetensi seperti penggunaan alat analitik digital, pemahaman tren digital terkini, dan strategi pemasaran digital yang lebih kompleks, sehingga para peserta dapat terus bertumbuh dan beradaptasi dalam menghadapi tantangan di era digital.

C. PEMBAHASAN

1. Pengenalan Digital Marketing

Penerapan digital marketing di Yayasan Advent Bekasi dimulai dengan peningkatan pemahaman guru dan staf terhadap konsep dasar pemasaran digital melalui program pelatihan yang dirancang secara kontekstual dan aplikatif. Fokus utama diarahkan pada bagaimana memanfaatkan platform digital seperti media sosial, situs web sekolah, dan email untuk mempromosikan kegiatan, prestasi, serta nilai-nilai pendidikan Advent kepada masyarakat luas (Robby et al., 2024).

Melalui pelatihan ini, para peserta dibekali kemampuan untuk membuat konten promosi yang menarik dan relevan, seperti poster digital, video pendek, dan testimoni siswa/alumni. Media sosial seperti Instagram dan Facebook mulai dioptimalkan sebagai sarana utama publikasi sekolah, tidak hanya untuk menyampaikan informasi

internal, tetapi juga sebagai alat komunikasi eksternal yang aktif dan responsif (Novriyansah & Afgani, 2024).

Selain itu, situs web sekolah diperkuat dengan prinsip dasar Search Engine Optimization (SEO) agar informasi tentang sekolah lebih mudah ditemukan oleh calon orang tua siswa melalui pencarian online. Tim komunikasi juga didorong untuk menggunakan email marketing secara berkala, misalnya untuk menyampaikan newsletter, undangan acara, atau laporan kegiatan kepada orang tua dan mitra kerja (Ridaryanthi & Priyono, 2021; Yulianingsih, 2016).

Penerapan digital marketing ini tidak berdiri sendiri, melainkan dipadukan dengan kerja kolaboratif antar tim, di mana guru, staf administrasi, dan tim IT bekerja sama dalam menyusun strategi, membuat konten, serta menjadwalkan publikasi secara teratur. Dengan sinergi tersebut, Yayasan Advent Bekasi dapat membangun citra sebagai lembaga pendidikan yang aktif, adaptif, dan profesional di era digital.

Secara keseluruhan, penerapan digital marketing ini membawa perubahan positif dalam cara sekolah berkomunikasi dan membangun hubungan dengan publik. Dengan strategi yang tepat dan pelaksanaan yang berkelanjutan, diharapkan visibilitas sekolah meningkat dan semakin banyak masyarakat yang percaya serta tertarik untuk menjadi bagian dari komunitas pendidikan di Yayasan Advent Bekasi.



Sumber: Dokumentasi LPPM - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2024)

Gambar 1. Pelatihan Strategi Digital Marketing

2. Strategi Komunikasi Efektif

Komunikasi di tempat kerja merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan yang sehat antar rekan kerja. Kemampuan menyampaikan informasi secara jelas, empatik, dan tepat waktu sangat berpengaruh terhadap efektivitas kerja tim dan keberhasilan organisasi. Komunikasi yang baik mendorong kolaborasi, mengurangi miskomunikasi, dan membentuk budaya kerja yang positif. Setiap individu di lingkungan kerja harus mampu menjadi komunikator yang aktif dan terbuka agar dapat menciptakan sinergi yang solid. Di lingkungan SMA Yayasan Advent Bekasi, penerapan komunikasi efektif dimulai dengan membangun budaya saling menghargai dan keterbukaan antar guru, staf, dan pimpinan sekolah. Para pendidik diajak untuk menyampaikan pendapat secara asertif namun tetap santun, mendengarkan secara aktif, dan menghindari komunikasi yang menyinggung atau menghakimi. Ini dilakukan melalui pelatihan dan praktik langsung dalam forum-forum kerja seperti rapat, koordinasi kegiatan, serta komunikasi informal sehari-hari.

Guru dan staf mulai menerapkan berbagai bentuk komunikasi, baik verbal maupun non-verbal, secara lebih sadar dan terstruktur. Dalam forum formal, mereka menyampaikan ide secara lugas dan sistematis, sementara dalam situasi informal mereka menerapkan komunikasi empatik untuk membangun keakraban. Komunikasi tertulis seperti WhatsApp grup atau email juga dikelola dengan penggunaan bahasa yang profesional dan jelas, mengurangi potensi miskomunikasi antar tim (Wicaksono et al., 2024).

Penerapan teknologi digital seperti Google Chat, Google Docs, dan Zoom digunakan untuk memperlancar komunikasi antar guru, khususnya dalam kegiatan perencanaan pelajaran, proyek sekolah, dan pembagian tugas kepanitiaan. Ini memungkinkan kolaborasi lintas divisi berlangsung lebih efisien dan transparan. Dengan komunikasi yang terbuka melalui platform ini, semua pihak merasa lebih terlibat dalam pengambilan keputusan dan perencanaan bersama.

Dalam situasi konflik atau ketidaksepahaman, guru dan staf didorong untuk menerapkan prinsip komunikasi empatik, seperti mendengarkan tanpa menyela, menunda reaksi emosional, dan memberikan respons yang membangun. Beberapa guru mulai menerapkan teknik *I-message* (misalnya: “Saya merasa... ketika...”) untuk menyampaikan keluhan tanpa menyalahkan. Pendekatan ini membuat penyelesaian

konflik menjadi lebih damai dan produktif.

Penerapan komunikasi yang baik dan kolaboratif telah meningkatkan kualitas kerja tim dan hubungan antar personal di SMA Yayasan Advent Bekasi. Guru merasa lebih nyaman dalam berdiskusi, saling mendukung saat menghadapi tekanan pekerjaan, serta lebih efektif dalam menjalankan program-program sekolah. Hal ini menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis dan profesional, sekaligus meningkatkan pelayanan pendidikan kepada siswa secara keseluruhan (Christianto & Henky, 2021).



Sumber: Dokumentasi LPPM - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2024)

Gambar 2. Diskusi Komunikasi Efektif

3. Kerja dengan Model Kolaborasi

Di SMA Yayasan Advent Bekasi, kolaborasi diterapkan sebagai nilai inti dalam kehidupan kerja sehari-hari. Melalui pelatihan dan pembinaan yang diberikan dalam program PKM, guru dan staf didorong untuk melihat tujuan kerja bukan hanya sekadar kewajiban individu, tetapi sebagai bagian dari misi bersama untuk mendukung pimpinan dalam mencapai tujuan lembaga. Prinsip "three-in-one" seperti indah, cepat, kuat menjadi filosofi kerja tim yang menekankan bahwa keberhasilan sekolah adalah hasil dari kerja bersama, bukan kerja sendiri-sendiri (Ahmad et al., 2023).

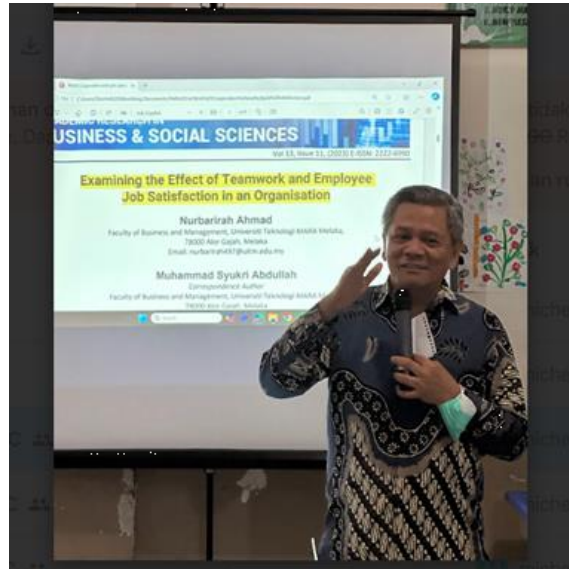
Dalam praktiknya, kolaborasi di sekolah terlihat melalui pembagian tugas dalam

perencanaan kurikulum, pelaksanaan kegiatan sekolah, serta pengelolaan media sosial dan digital marketing. Guru dan staf saling melengkapi dalam hal ide, keterampilan teknologi, dan strategi komunikasi. Masing-masing tim bekerja dengan kesadaran akan peran kolektif dan saling mendukung satu sama lain. Model kerja ini meminimalisir miskomunikasi, mempercepat proses kerja, serta meningkatkan kualitas hasil.

Semangat kolaboratif diperkuat dengan pendekatan pendidikan holistik yang menjadi ciri khas institusi Advent. Kolaborasi tidak hanya dilihat dari hasil kerja, tetapi juga sebagai pembentukan karakter dan integritas kerja. Setiap guru dan staf diajak untuk menumbuhkan kepekaan sosial, spiritualitas dalam pelayanan, dan rasa tanggung jawab yang kuat terhadap visi lembaga. Nilai-nilai seperti tolong-menolong (Galatia 6:2) dan kerja dengan sepenuh hati (Kolose 3:23) menjadi dasar spiritual dalam membangun kerja sama yang sehat.

Komunikasi yang terbuka, empatik, dan efektif menjadi elemen utama yang mendukung keberhasilan kolaborasi. Dengan memanfaatkan teknologi seperti Google Workspace, WhatsApp Group, dan platform lainnya, guru dan staf dapat melakukan koordinasi lintas bidang secara efisien. Mereka juga dilatih untuk memberikan umpan balik secara konstruktif, menghindari konflik interpersonal, serta mengutamakan transparansi dalam setiap proses kerja. Komunikasi yang baik terbukti meningkatkan motivasi kerja dan kepuasan kerja sebagaimana dibuktikan dalam studi internasional.

Penerapan kolaborasi yang konsisten telah memberikan dampak positif terhadap produktivitas dan kebahagiaan kerja di lingkungan SMA Yayasan Advent Bekasi. Guru merasa lebih dihargai, ide-ide baru muncul lebih sering, dan penyelesaian tugas berlangsung lebih cepat dan efektif. Ke depannya, sekolah merencanakan untuk terus mengembangkan budaya kerja kolaboratif ini melalui pelatihan lanjutan, mentoring antar staf, dan penguatan sistem kerja berbasis tim. Dengan demikian, sekolah mampu menjadi lembaga pendidikan yang adaptif, profesional, dan sejalan dengan nilai-nilai Kristiani yang mendalam.



Sumber: Dokumentasi LPPM - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2024)

Gambar 3. Pelatihan Kolaborasi dan Kerjasama

D. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh tim dari Universitas Pelita Harapan (UPH) di SMA Perguruan Advent XIV Bekasi telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas guru dan staf dalam menghadapi tantangan era digital. Melalui pelatihan intensif yang mencakup tiga fokus utama—digital marketing, komunikasi efektif, dan kolaborasi tim—peserta dibekali dengan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan institusi pendidikan masa kini.

Selama pelatihan, para peserta tidak hanya mendapatkan teori, tetapi juga terlibat dalam simulasi, diskusi kelompok, permainan kreatif, serta penyusunan rencana aksi yang aplikatif. Pendekatan ini terbukti meningkatkan keterlibatan dan pemahaman peserta secara signifikan. Dalam sesi kolaboratif, guru dan staf berhasil merancang proyek promosi sekolah berbasis digital sebagai hasil nyata dari pembelajaran mereka.

Evaluasi dilakukan melalui presentasi hasil kerja tim dan survei pasca pelatihan. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa pelatihan memberikan peningkatan dalam kemampuan mereka menggunakan media digital untuk promosi, menyusun pesan yang efektif kepada orang tua dan masyarakat, serta bekerja lebih sinergis dalam tim. Selain itu, dokumentasi kegiatan dan publikasi di media sosial

sekolah turut memperkuat branding institusi sebagai lembaga yang adaptif dan visioner.

Diseminasi hasil pelatihan melalui seminar bersama pimpinan sekolah juga menunjukkan dukungan penuh terhadap integrasi hasil pelatihan ke dalam kegiatan operasional sekolah. Keberlanjutan program dijaga melalui rencana pelatihan lanjutan serta mentoring online, yang memungkinkan peningkatan kompetensi guru dan staf secara bertahap.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini tidak hanya berhasil menjawab kebutuhan mitra dalam hal peningkatan keterampilan digital dan komunikasi, tetapi juga memperkuat budaya kerja kolaboratif yang profesional dan selaras dengan nilai-nilai pendidikan Advent. Program ini menjadi langkah konkret menuju transformasi digital dalam manajemen pendidikan di SMA Yayasan Advent Bekasi..

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di SMA Perguruan Advent XIV Bekasi. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada pimpinan sekolah, para guru, dan staf atas partisipasi aktif dan semangat belajar yang luar biasa. Kami juga menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pelita Harapan (UPH) atas dukungan dan fasilitasi yang memungkinkan kegiatan ini terlaksana dengan baik. Semoga kolaborasi ini membawa dampak positif yang berkelanjutan bagi pengembangan institusi pendidikan di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, N., Syukri Abdullah, M., & Rosnita Sakarji, S. (2023). Examining the Effect of Teamwork and Employee Job Satisfaction in an Organisation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(11). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i11/19418>
- Christianto, D., & Henky, A. W. (2021). Analisis Kerjasama Tim Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Serta Dampaknya Pada Kinerja Karyawan Pt. Sariadi Wahana Jasa. *Performa*, 4(4), 579–589. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i4.1670>
- Novriyansah, M. A. D., & Afgani, M. W. (2024). *Media sosial sebagai alat promosi*

- terhadap minat peserta didik.* 5(4), 437–447.
<https://doi.org/10.32832/idarah.v5i4.16950>
- Ridaryanthi, M., & Priyono, B. J. (2021). Penyuluhan Daring: Etika Komunikasi Menggunakan Email Untuk Menunjang Efektivitas Komunikasi Dalam Bisnis. *Jurnal Praksis Dan Dedikasi Sosial (JPDS)*, 4(2), 62.
<https://doi.org/10.17977/um032v4i2p62-68>
- Robby, Khoiry, D. K. S., Ash-Shiddiqy, M. T., Sugiarto, A. R., Sutomo, & Suhendar. (2024). *DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA BRANDING SEKOLAH DI PERGURUAN MUHAMMADIYAH RAWAMANGUN*. 4, 107–117.
- Wicaksono, L., Waruwu, M., Pendidikan, M. A., & History, A. (2024). *Komunikasi Efektif: Kunci Meningkatkan Kinerja Organisasi Pendidikan*. 6(1), 51–60.
- Yulianingsih, E. (2016). Penerapan Metode Search Engine Optimization (SEO) Sistem Informasi Akademik (Studi Kasus: SMA Muhammadiyah 3 Palembang). *Jurnal Ilmiah MATRIK*, 10(2), 1–94.