

PENERAPAN SCHOOL SUCCESS STORY MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRAND PERCEPTION DI SMK RAUDHATUL MU'AWANAH

Muhammad Rangga Pangestu¹, Rizki Zidan², Supri Ansori³

Manajemen, Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

rnggapngst04@gmail.com¹, ikikihzydan@gmail.com², supriansori0805@gmail.com³

ABSTRAK

Para mahasiswa Manajemen dari Universitas Pamulang (UNPAM) PSDKU Serang mengadakan seminar pengabdian masyarakat di SMK Raudhatul Mu'awanah, Rabu, 15 Oktober 2025. Seminar ini fokus membahas bagaimana sekolah bisa memanfaatkan School Success Story Marketing untuk membangun reputasi yang baik di kalangan masyarakat, khususnya lewat platform digital. Mengapa ini penting? Karena saat ini persaingan antar sekolah kejuruan sangat ketat. Belum lagi tuntutan dunia industri yang makin tinggi terhadap kualitas lulusan. Sekolah perlu strategi promosi yang lebih segar dan menarik—bukan sekadar brosur atau spanduk, tapi lewat cerita nyata yang menginspirasi. Salah satu cara paling efektif adalah dengan mengangkat kisah sukses siswa atau alumni. Strategi semacam ini punya dua manfaat sekaligus: membantu sekolah tampil lebih menonjol, sekaligus memberikan motivasi buat siswa lain bahwa mereka pun bisa berprestasi. Makanya, dalam seminar ini peserta diajak memahami secara lengkap tentang konsep success story marketing—mulai dari cara membuat konten yang menarik, sampai teknik publikasinya di media sosial. Materi yang disampaikan cukup variatif. Mulai dari teknik bercerita (storytelling) yang enak dibaca, cara bikin konten digital yang eye-catching, hingga tips mendokumentasikan prestasi siswa supaya terlihat profesional. Semua ini dikemas lewat pemaparan dan juga praktik langsung, jadi peserta nggak cuma dengar teori doang. Harapannya, setelah kegiatan ini SMK Raudhatul Mu'awanah bisa makin dikenal luas dengan citra positif yang kuat. Lebih dari itu, sekolah juga diharapkan mampu menjawab kebutuhan industri sekaligus mengikuti perkembangan zaman yang serba digital.

Kata Kunci: Pemasaran Berbasis Kisah Sukses, Persepsi Merek, Digital Branding

ABSTRACT

Management students from Pamulang University (UNPAM) PSDKU Serang conducted a community service seminar at SMK Raudhatul Mu'awanah on Wednesday, October 15, 2025. The seminar focused on discussing how schools can leverage School Success Story Marketing to build a strong reputation among the community, particularly through digital platforms. Why is this important? Because competition among vocational schools is extremely tight right now. Not to mention the increasingly high demands from industry regarding graduate quality. Schools need

Article History

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: November 2025

Plagiarism Checker No
234.KK.443

Prefix DOI :
10.9765/Krepa.V218.3784

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Krepa.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

fresher and more engaging promotional strategies—not just brochures or banners, but through inspiring real-life stories. One of the most effective approaches is highlighting success stories of students or alumni. This kind of strategy offers two benefits at once: helping schools stand out more prominently, while also providing motivation for other students that they too can achieve success. That's why in this seminar participants were invited to comprehensively understand the concept of success story marketing—from creating engaging content to techniques for publishing it on social media. The materials presented were quite varied. Starting from storytelling techniques that are pleasant to read, ways to create eye-catching digital content, to tips for documenting student achievements so they look professional. All of this was packaged through presentations as well as hands-on practice, so participants didn't just listen to theory alone. The hope is that after this activity, SMK Raudhatul Mu'awanah can become more widely known with a strong positive image. Beyond that, the school is also expected to be able to meet industry needs while keeping up with the increasingly digital times.

Keywords: *Success Story Marketing, Brand Perception, Digital Branding*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital sudah mengubah banyak hal dalam kehidupan, termasuk dunia pendidikan. Sekarang, lembaga pendidikan harus punya citra yang baik agar bisa menarik perhatian masyarakat dan bersaing dengan sekolah lain. Citra sekolah sangat penting karena membantu orang tua dan calon siswa percaya pada kualitas sekolah itu. SMK Raudhatul Mu'awanah adalah salah satu sekolah yang memiliki potensi bagus untuk berkembang, tetapi promosinya masih menggunakan cara lama dan belum memanfaatkan strategi pemasaran digital, khususnya melalui penceritaan kisah sukses.

Pemasaran kisah sukses adalah cara promosi yang mengandalkan kisah nyata para siswa atau alumni. Cara ini bisa membangun emosi dan membentuk opini masyarakat tentang kualitas lembaga. Di era digital, strategi ini sangat relevan karena masyarakat lebih suka konten yang autentik daripada promosi yang terang-terangan. Namun, banyak sekolah belum tahu bagaimana mengubah kisah sukses siswa menjadi konten menarik dan bermanfaat untuk promosi.

Karena itu, kegiatan ini diadakan untuk membantu sekolah memahami dan menerapkan strategi pemasaran kisah sukses. Seminar ini menjelaskan pentingnya citra sekolah, cara mengangkat prestasi siswa menjadi konten digital yang inspiratif, serta langkah-langkah untuk membagikan konten tersebut kepada masyarakat luas. Dengan menerapkan strategi ini, sekolah diharapkan bisa meningkatkan citra mereka dan lebih siap menghadapi persaingan di masa depan.

METODE

Pengabdian ini menggunakan jenis penelitian survey. Eksplanasi pada penelitian ini tergolong penelitian deskriptif.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : SMK Raudhatul Mu'awanah
Jln. Tambak Pamarayan Km.04. Ds Nagara. Kec Kibin. Serang - Banten

Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Selasa & Rabu, 14 s/d 15 Oktober 2025.

1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dimaksudkan untuk menggali informasi mengenai kondisi sekolah, fasilitas yang tersedia, serta pemahaman awal siswa terhadap media sosial dan promosi sekolah. Informasi yang dikumpulkan meliputi kondisi lingkungan sekolah, aktivitas digital yang sudah dilakukan, serta tantangan yang dihadapi dalam upaya meningkatkan citra sekolah melalui konten success story. Hasil survei ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam penyusunan materi seminar dan pelatihan.

2. Persiapan Sarana dan Prasarana

Tahap ini bertujuan untuk menyiapkan kebutuhan teknis yang akan digunakan dalam kegiatan, seperti laptop, LCD proyektor, materi presentasi, contoh konten success story, serta perangkat dokumentasi. Persiapan dilakukan dengan tetap memperhatikan kebutuhan siswa SMK Raudhatul Mu'awanah agar kegiatan pengabdian masyarakat dapat berjalan efektif. Sarana dan prasarana tersebut digunakan untuk mendukung proses penyampaian materi, menampilkan contoh konten digital, serta praktik pembuatan success story oleh peserta.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Setelah tahap survei dan persiapan sarana prasarana selesai dilakukan, kegiatan dilaksanakan oleh tim pengusul beserta anggota dan mahasiswa. Pelaksanaan kegiatan berupa seminar dan penyuluhan yang dilakukan secara tatap muka di SMK Raudhatul Mu'awanah Jln. Tambak Pamarayan Km.04, Desa Nagara, Kecamatan Kibin, Serang - Banten. Kegiatan ini berfokus pada pengenalan konsep School Success Story Marketing, fungsi brand perception, serta implementasinya melalui media sosial sekolah. Selain seminar, peserta juga diberikan praktik langsung dalam menyusun ide konten success story dan cara menampilkan prestasi siswa dengan cara yang menarik dan informatif.

4. Materi Pembinaan dan Penyuluhan Kegiatan

Materi pembinaan dan penyuluhan mencakup penjelasan mengenai pentingnya penerapan School Success Story Marketing sebagai strategi untuk meningkatkan brand perception sekolah. Materi yang diberikan meliputi:

- konsep dasar success story marketing,
- teknik menggali cerita sukses siswa/alumni,
- cara menyusun narasi yang inspiratif,
- strategi publikasi konten di media sosial sekolah,
- dampak citra positif sekolah terhadap minat calon siswa dan masyarakat.

Materi ini diberikan untuk membekali peserta agar mampu memahami bagaimana sebuah kisah sukses dapat diolah menjadi konten yang dapat memperkuat citra sekolah di mata publik.

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan selama 2 hari, yaitu pada tanggal 14-15 Oktober, dengan melibatkan pengelola sekolah dan siswa SMK Raudhatul Mu'awanah. Kegiatan ini berupa seminar dan pelatihan yang berfokus pada Penerapan School Success Story Marketing dalam Meningkatkan Brand Perception Sekolah.

Berdasarkan pelaksanaan seminar, diskusi, dan tanya jawab selama kegiatan berlangsung, kegiatan PKM ini memberikan beberapa hasil sebagai berikut:

1) Meningkatkan Kesadaran Peserta

Peserta mampu memahami bahwa penerapan success story marketing sangat penting dalam membangun citra positif sekolah. Peserta menyadari bahwa prestasi siswa maupun alumni, apabila dikemas secara menarik, dapat menjadi nilai jual bagi sekolah. Selain itu, siswa memahami bahwa konten digital memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi publik terhadap kualitas sekolah.

2) Peningkatan Motivasi dan Minat dalam Pembuatan Konten

Banyak peserta menunjukkan motivasi untuk mulai membuat konten success story dan terlibat aktif dalam kegiatan branding sekolah. Peserta berminat untuk mengikuti pelatihan lanjutan yang berkaitan dengan storytelling, editing video, dan manajemen media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan seminar berhasil membuka wawasan siswa mengenai potensi mereka dalam mendukung branding sekolah.

3) Perubahan Pola Pikir tentang Citra Sekolah

Peserta menjadi lebih sadar bahwa citra sekolah tidak hanya dibentuk melalui fasilitas fisik atau nilai akademik saja, tetapi juga melalui kisah-kisah sukses yang ditampilkan kepada publik. Peserta memahami bahwa brand perception merupakan aspek penting bagi sekolah untuk menarik minat calon siswa baru dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Selain itu, siswa menyadari bahwa konten positif di media sosial dapat menciptakan persepsi yang baik sehingga memberikan manfaat jangka panjang bagi sekolah.



Gambar 1,2,3; Foto kegiatan PKM

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan di SMK Raudhatul Mu'awanah, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi School Success Story Marketing memiliki dampak yang cukup besar dalam meningkatkan citra sekolah. Kegiatan yang dilakukan oleh tim Program Studi Manajemen Universitas Pamulang (UNPAM) PSDKU Serang berjalan lancar dan mendapat sambutan yang sangat positif dari pihak sekolah, baik dari pengelola maupun siswanya. Hal ini menunjukkan bahwa penyuluhan tentang cara promosi

sekolah dengan memanfaatkan kisah sukses siswa dan alumni sangat dibutuhkan, terutama dalam menghadapi perubahan dunia pendidikan di era digital.

Melalui kegiatan ini, siswa SMK Raudhatul Mu'awanah memahami bahwa prestasi dan pengalaman sukses mereka bisa dijadikan aset penting dalam membangun citra sekolah.

Penggunaan strategi marketing berbasis kisah sukses membuktikan bahwa media sosial dan konten digital bisa menjadi alat yang efektif untuk menarik perhatian masyarakat, meningkatkan daya saing sekolah, dan memperkuat identitas sekolah di mata publik. Dengan demikian, siswa tidak hanya memahami pentingnya citra sekolah tetapi juga mampu berkontribusi dalam membangun citra tersebut melalui penyusunan dan penerbitan konten yang positif.

Kegiatan penyuluhan ini juga menunjukkan bahwa perkembangan teknologi yang cepat mengharuskan sekolah terus beradaptasi dalam mengelola informasi dan promosi.

Memahami cara mengelola konten digital berbasis kisah sukses menjadi keterampilan yang sangat penting dalam pemasaran sekolah modern. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan siswa dalam bercerita, meng dokumentasikan prestasi, serta membagikan konten digital merupakan bagian penting dalam menciptakan citra sekolah yang kuat.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan manfaat besar bagi siswa dalam meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan motivasi mereka untuk mendukung promosi sekolah melalui media digital.

Meskipun demikian, masih diperlukan pengembangan kegiatan lanjutan untuk memperkuat kemampuan digital siswa dan menjaga konsistensi dalam penerapan strategi marketing berbasis kisah sukses di sekolah. Dengan dukungan dari sekolah, guru, serta program kerja sama yang berkelanjutan, diharapkan SMK Raudhatul Mu'awanah dapat terus meningkatkan citra sekolah secara profesional dan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press.
- Dewi, S. (2021). Strategi Storytelling Marketing dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *Jurnal Pendidikan*, 9(2), 112-120.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laksmi, M. (2020). Digital Branding di Lembaga Pendidikan: Strategi, Implementasi, dan Tantangan. Jakarta: Pustaka Ilmu.
- Pradana, A. (2022). Pemanfaatan Konten Success Story dalam Meningkatkan Brand Image Sekolah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 5(1), 22-31.
- Putri, R. A. (2023). Pengaruh Publikasi di Media Sosial terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal Manajemen Digital*, 4(3), 45-53.
- Ramadhan, F. (2022). Media Sosial dan Perannya dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 7(2), 98-107.
- Sallo, A. K. M., Rais, R., Suryana Jamin, N., & Aripa, L. (2021). Pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan sampah rumah tangga melalui metode 3R (Reduce, Reuse, Recycle).

- Sahabat Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3).
<https://doi.org/10.59585/sosisabdimas.v3i3.697>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Triana, H. (2025). Turnover Intention and Work-life Balance as Predictors of Employee Performance Satisfaction at Springhill Group. *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 16(2), 191-195. <https://doi.org/10.62398/PROBISNIS.V16I2>.
- Triana, H., & Yofi, Y. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Omnitech Global Indonesia. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 1(2), 113-124. <https://doi.org/10.32493/jism.v1i2.25615>.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2017). *Education for Sustainable Development Goals: Learning Objectives*. UNESCO.
- Yusuf, M. (2019). *Branding Sekolah di Era Digital*. Bandung: Alfabeta.