

## Model Project-Based Visual Campaign Learning untuk Meningkatkan Literasi Media Promosi Digital Siswa SMK Grafika

Aliyah<sup>1</sup>, Heri Wijayanto<sup>2</sup>, Dewi Intan Kurnia<sup>3</sup>, Zulfah Hasanah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Muhammadiyah Tangerang

E-mail: [Aliyah@umt.ac.id](mailto:Aliyah@umt.ac.id)

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4881>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 23 Dec 2025

Revised: 28 Dec 2025

Accepted: 9 Jan 2025

#### Kata Kunci:

project-based learning, kampanye visual, literasi media digital, SMK grafika, pengabdian kepada masyarakat

#### Keywords:

project-based learning, visual campaigns, digital media literacy, vocational school of graphics, community service



### ABSTRACT

Perkembangan media digital telah mengubah paradigma strategi promosi, menuntut sumber daya manusia yang memiliki literasi visual, kemampuan berpikir strategis, serta keterampilan produksi konten kreatif yang adaptif. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) bidang grafika dan desain komunikasi visual memiliki peran strategis dalam menyiapkan lulusan yang siap menghadapi kebutuhan industri kreatif dan media digital. Namun, proses pembelajaran yang masih berorientasi pada teknis perangkat lunak sering kali belum terintegrasi dengan pemahaman strategi kampanye promosi secara komprehensif. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan literasi media promosi digital siswa SMK Grafika melalui penerapan Model Project-Based Visual Campaign Learning. Model ini mengintegrasikan pembelajaran berbasis proyek dengan perancangan kampanye visual yang menekankan ilustrasi, identitas visual, dan pesan komunikasi yang strategis. Metode pelaksanaan meliputi tahap analisis kebutuhan, perancangan modul, pelaksanaan workshop berbasis proyek, pendampingan, serta evaluasi hasil karya siswa. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep kampanye promosi digital, kemampuan merancang ilustrasi yang komunikatif, serta konsistensi identitas visual dalam media sosial. Model ini dinilai efektif sebagai pendekatan pembelajaran aplikatif yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif dan dapat direplikasi pada konteks pendidikan vokasional lainnya.

*The development of digital media has changed the paradigm of promotional strategies, demanding human resources with visual literacy, strategic thinking skills, and adaptive creative content production abilities. Vocational High Schools (SMKs) in the field of graphics and visual communication design play a strategic role in preparing graduates who are ready to meet the needs of the creative industry and digital media. However, the learning process, which is still oriented towards software technicalities, is often not yet integrated with a comprehensive understanding of promotional campaign strategies. This Community Service Program (PKM) aims to improve the digital promotional media literacy of SMK Grafika students through the implementation of the Project-Based Visual Campaign Learning Model. This model integrates project-based learning with the design of visual campaigns that emphasize illustration, visual identity, and strategic communication messaging. The implementation method includes stages of needs analysis, module design, project-based workshop execution, mentoring, and evaluation of students' work. The results of the activities show an improvement in students' understanding of digital promotion campaign concepts, the ability to design communicative illustrations, as well as consistency in visual identity on social media. This model is considered effective as an applied learning approach that is relevant to the needs of the creative industry and can be replicated in other vocational education contexts.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** Aliyah et al (2026). Model Project-Based Visual Campaign Learning untuk Meningkatkan Literasi Media Promosi Digital Siswa SMK Grafika. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4881>

## PENDAHULUAN

Transformasi digital yang berlangsung secara masif dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan pada cara individu, organisasi, dan institusi memproduksi serta mendistribusikan informasi. Media digital tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang strategis untuk membangun citra, mempengaruhi persepsi publik, serta mendorong tindakan audiens melalui strategi promosi yang terencana. Dalam konteks ini, literasi media promosi digital menjadi kompetensi penting yang harus dimiliki oleh generasi muda, khususnya siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang dipersiapkan untuk langsung terjun ke dunia kerja.

SMK Grafika, khususnya yang memiliki kompetensi keahlian Desain Komunikasi Visual (DKV), memegang peran penting dalam menyiapkan sumber daya manusia kreatif yang mampu merespons kebutuhan industri kreatif dan media digital. Lulusan SMK diharapkan tidak hanya menguasai keterampilan teknis seperti penggunaan perangkat lunak desain, tetapi juga memiliki pemahaman konseptual mengenai strategi komunikasi visual, branding, dan kampanye promosi digital. Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran desain di tingkat vokasional masih cenderung menitikberatkan pada aspek teknis produksi, sementara aspek strategis dan konseptual sering kali belum terintegrasi secara optimal (Sari & Nugroho, 2022).

Perkembangan media sosial sebagai platform utama promosi digital menuntut pendekatan komunikasi visual yang berbeda dibandingkan media konvensional. Kampanye promosi digital harus mampu menarik perhatian audiens dalam waktu singkat, menyampaikan pesan secara jelas, serta membangun identitas visual yang konsisten agar mudah dikenali. Ilustrasi, tipografi, warna, dan komposisi visual tidak lagi sekadar elemen estetis, tetapi berfungsi sebagai perangkat komunikasi strategis yang harus dirancang berdasarkan pemahaman audiens dan tujuan kampanye (Kusmiati & Yang, 2022). Oleh karena itu, pembelajaran desain di SMK perlu diarahkan pada penguatan literasi media promosi digital yang mencakup kemampuan analisis, perencanaan, eksekusi, dan evaluasi kampanye visual.

Salah satu pendekatan pembelajaran yang dinilai relevan untuk menjawab tantangan tersebut adalah Project-Based Learning (PjBL). Model pembelajaran berbasis proyek menempatkan siswa sebagai subjek aktif yang belajar melalui pengalaman langsung dalam menyelesaikan permasalahan nyata. Dalam konteks pendidikan vokasional, PjBL terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan berpikir kritis, kreativitas, kolaborasi, serta kemampuan pemecahan masalah (Susanti et al., 2023). Ketika PjBL dikombinasikan dengan perancangan kampanye visual, siswa tidak hanya belajar membuat karya desain, tetapi juga memahami konteks penggunaan karya tersebut dalam strategi promosi digital.

Konsep Visual Campaign Learning dalam PKM ini merujuk pada proses pembelajaran yang mengintegrasikan perancangan ilustrasi, identitas visual, dan media promosi digital ke dalam satu kesatuan kampanye yang terstruktur. Kampanye visual dipahami sebagai rangkaian pesan komunikasi yang disampaikan secara konsisten melalui berbagai media visual untuk mencapai tujuan tertentu, baik komersial maupun sosial (Putra & Santosa, 2023). Dengan mengadopsi pendekatan berbasis proyek, siswa dilibatkan secara aktif dalam seluruh tahapan kampanye, mulai dari perumusan konsep, penentuan audiens, perancangan visual, hingga publikasi media sosial.

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di SMK Grafika Tangerang sebagai bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung peningkatan kualitas pendidikan vokasional. Kegiatan PKM dirancang tidak hanya sebagai pelatihan teknis, tetapi sebagai model pembelajaran alternatif yang aplikatif dan kontekstual. Melalui Model Project-Based Visual Campaign Learning, siswa didorong untuk mengembangkan literasi media promosi digital secara komprehensif, mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap profesional.

Permasalahan yang diidentifikasi pada mitra PKM meliputi: (1) keterbatasan pemahaman siswa mengenai strategi kampanye promosi digital; (2) kurangnya integrasi antara pembelajaran ilustrasi, identitas visual, dan media sosial; serta (3) minimnya pengalaman siswa dalam mengerjakan proyek kampanye yang mensimulasikan kebutuhan industri. Berdasarkan permasalahan tersebut, PKM ini bertujuan untuk menerapkan dan mengevaluasi efektivitas Model Project-Based Visual Campaign Learning dalam meningkatkan literasi media promosi digital siswa SMK Grafika.

Kontribusi utama artikel ini terletak pada penyajian model pembelajaran berbasis proyek yang terintegrasi dengan kampanye visual sebagai pendekatan PKM berbasis keilmuan Desain Komunikasi

Visual. Artikel ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pendidik, praktisi, dan peneliti dalam mengembangkan program pengabdian yang relevan dengan kebutuhan era digital, sekaligus mendukung peningkatan kualitas lulusan SMK di bidang kreatif.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang secara sistematis dengan mengadopsi pendekatan partisipatif, kolaboratif, dan berbasis keilmuan Desain Komunikasi Visual (DKV). Pendekatan partisipatif menempatkan siswa sebagai subjek utama kegiatan pengabdian yang terlibat secara aktif dalam seluruh proses pembelajaran, mulai dari identifikasi permasalahan, perancangan solusi visual, hingga evaluasi hasil karya. Pendekatan kolaboratif diwujudkan melalui kerja kelompok dan pendampingan intensif antara tim pengabdian, guru produktif, dan siswa, sehingga tercipta proses pembelajaran yang dialogis dan reflektif. Sementara itu, pendekatan berbasis keilmuan DKV memastikan bahwa seluruh aktivitas pengabdian berlandaskan pada prinsip, teori, dan praktik desain komunikasi visual yang relevan dengan konteks industri kreatif dan media promosi digital.

Pelaksanaan PKM ini mengintegrasikan model Project-Based Learning (PjBL) dengan konsep Visual Campaign Learning, yang menempatkan proyek kampanye visual digital sebagai inti kegiatan pembelajaran. Melalui model ini, siswa tidak hanya dilatih untuk menghasilkan karya desain, tetapi juga untuk memahami proses strategis dalam perancangan kampanye promosi digital, mencakup analisis audiens, perumusan tujuan komunikasi, pengembangan pesan visual, serta pemilihan media distribusi yang tepat. Pendekatan ini dipilih karena selaras dengan karakteristik pendidikan vokasional yang menekankan pembelajaran kontekstual dan berbasis praktik nyata.

Secara operasional, kegiatan PKM dilaksanakan melalui beberapa tahapan terstruktur. Tahap pertama adalah analisis kebutuhan mitra, yang dilakukan melalui observasi proses pembelajaran, wawancara dengan guru produktif, serta diskusi dengan siswa. Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat literasi media promosi digital siswa, pemahaman mereka terhadap konsep kampanye visual, serta kendala yang dihadapi dalam pembelajaran desain komunikasi visual. Hasil analisis kebutuhan menjadi dasar dalam perancangan materi dan strategi pelaksanaan PKM.

Tahap kedua adalah perancangan modul dan perangkat pembelajaran, yang disusun oleh tim PKM berdasarkan hasil analisis kebutuhan. Modul Project-Based Visual Campaign Learning memuat materi konseptual dan praktis, antara lain konsep kampanye promosi digital, strategi komunikasi visual, ilustrasi sebagai media penyampai pesan, prinsip identitas visual dan branding, serta perancangan konten media sosial. Modul disusun secara kontekstual dan aplikatif agar mudah dipahami oleh siswa SMK, serta dirancang untuk mendorong eksplorasi kreatif dan pemecahan masalah secara mandiri.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan workshop dan pembelajaran berbasis proyek, yang dilaksanakan melalui metode ceramah interaktif, studi kasus kampanye digital, diskusi kelompok, dan praktik langsung. Pada tahap ini, siswa dibagi ke dalam beberapa kelompok proyek dan diberikan tugas untuk merancang kampanye sosial digital dengan tema tertentu. Setiap kelompok diwajibkan menyusun konsep kampanye sebagai dasar perancangan visual, yang kemudian dikembangkan menjadi ilustrasi utama, identitas visual, dan konten media sosial.

Tahap keempat adalah pendampingan dan monitoring proyek, yang dilakukan secara intensif oleh tim PKM. Pendampingan difokuskan pada penguatan konsep kampanye, pemilihan gaya ilustrasi yang sesuai dengan karakter audiens, konsistensi identitas visual, serta kejelasan pesan visual. Monitoring dilakukan secara berkala untuk memastikan setiap kelompok mengalami perkembangan yang seimbang dan mampu menyelesaikan proyek sesuai dengan tujuan pembelajaran yang ditetapkan.

Tahap terakhir adalah presentasi, evaluasi, dan refleksi, di mana setiap kelompok mempresentasikan hasil proyek kampanye visual yang telah dirancang. Evaluasi dilakukan berdasarkan indikator capaian yang meliputi pemahaman konsep kampanye, kualitas ilustrasi, konsistensi identitas visual, dan kemampuan komunikasi visual. Selain itu, dilakukan refleksi bersama siswa dan guru untuk mengidentifikasi kelebihan, kendala, serta potensi pengembangan model pembelajaran di masa mendatang. Data yang diperoleh dari proses observasi, dokumentasi karya, dan diskusi reflektif dianalisis secara deskriptif-kualitatif untuk menilai efektivitas Model Project-Based Visual Campaign Learning dalam meningkatkan literasi media promosi digital siswa SMK Grafika.

## **Desain Pengabdian**

Desain pengabdian mengadaptasi kerangka *Project-Based Learning* (PjBL) yang diintegrasikan dengan konsep *Visual Campaign Learning*. Model ini menempatkan proyek kampanye visual digital sebagai inti pembelajaran, sehingga siswa tidak hanya menghasilkan karya desain, tetapi juga memahami proses strategis di balik perancangan media promosi digital (Bell, 2021).

## **Tahapan Pelaksanaan**

Pelaksanaan PKM dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis sebagai berikut:

### 1. Analisis Kebutuhan Mitra

Tahap awal dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan guru produktif DKV, serta diskusi kelompok terarah. Hasil analisis menunjukkan bahwa siswa telah menguasai dasar penggunaan perangkat lunak desain, namun masih mengalami kesulitan dalam menyusun konsep kampanye, menentukan target audiens, serta menjaga konsistensi identitas visual.

### 2. Perancangan Modul Pembelajaran

Modul *Project-Based Visual Campaign Learning* disusun oleh tim PKM dengan memuat materi: konsep kampanye sosial digital, strategi komunikasi visual, ilustrasi sebagai media pesan, identitas visual dan branding, serta produksi konten media sosial. Modul dirancang kontekstual dan aplikatif agar mudah dipahami oleh siswa SMK (Hidayat & Pramono, 2022).

### 3. Pelaksanaan Workshop Berbasis Proyek

Workshop dilaksanakan secara tatap muka dengan metode ceramah interaktif, studi kasus, dan praktik langsung. Siswa dibagi ke dalam beberapa kelompok dan diberikan tantangan untuk merancang kampanye sosial digital dengan tema yang relevan dengan kehidupan remaja.

### 4. Pendampingan dan Monitoring

Selama proses pengerjaan proyek, tim PKM melakukan pendampingan intensif. Pendampingan difokuskan pada penguatan konsep, pemilihan gaya ilustrasi, konsistensi visual, serta kesesuaian pesan dengan target audiens. Proses ini bertujuan menstimulasi *reflective learning* pada siswa (Kolmos & de Graaff, 2021).

### 5. Evaluasi dan Refleksi

Evaluasi dilakukan melalui penilaian karya akhir, presentasi kelompok, serta refleksi bersama siswa dan guru. Indikator evaluasi meliputi pemahaman konsep kampanye, kualitas visual ilustrasi, konsistensi identitas visual, dan kemampuan menyampaikan pesan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Peningkatan Literasi Media Promosi Digital**

Hasil pelaksanaan PKM menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada literasi media promosi digital siswa. Sebelum kegiatan, sebagian besar siswa memandang desain promosi hanya sebagai aktivitas visual tanpa perencanaan strategis. Setelah mengikuti Model *Project-Based Visual Campaign Learning*, siswa mulai memahami bahwa kampanye promosi digital memerlukan analisis audiens, tujuan komunikasi, serta pemilihan media yang tepat.

Pemahaman ini tercermin dari kemampuan siswa dalam menyusun *creative brief* sederhana yang memuat tujuan kampanye, target audiens, pesan utama, dan media distribusi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nugraha et al. (2023) yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis proyek efektif dalam meningkatkan literasi media digital melalui pengalaman langsung.

### **Hasil Proyek Kampanye Visual Siswa**

Proyek utama dalam PKM ini adalah perancangan kampanye sosial digital berbasis ilustrasi dan identitas visual. Setiap kelompok menghasilkan satu paket kampanye yang terdiri dari: (1) konsep kampanye dan pesan utama, (2) ilustrasi utama (*key visual*), (3) identitas visual kampanye (logo, warna, tipografi), serta (4) konten media sosial.

Untuk memudahkan evaluasi luaran proyek, hasil karya siswa dianalisis menggunakan beberapa indikator capaian yang disesuaikan dengan kompetensi literasi media promosi digital. Rekapitulasi hasil proyek siswa disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Proyek Kampanye Visual Siswa

No	Aspek Penilaian	Deskripsi Capaian	Hasil Umum
1	Konsep Kampanye	Kejelasan tujuan, pesan utama, dan relevansi tema	Baik – siswa mampu merumuskan pesan kampanye secara tematik
2	Ilustrasi Visual	Kesesuaian ilustrasi dengan pesan dan audiens	Baik – ilustrasi komunikatif dan kontekstual
3	Identitas Visual	Konsistensi logo, warna, dan tipografi	Cukup Baik – sebagian kelompok masih perlu penguatan konsistensi
4	Konten Media Sosial	Tata letak, keterbacaan, dan daya tarik visual	Baik – konten siap publikasi media sosial
5	Presentasi Proyek	Kemampuan menjelaskan konsep dan visual	Baik – siswa lebih percaya diri dan sistematis

Hasil pada Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar siswa telah mampu menghasilkan kampanye visual digital yang memenuhi prinsip dasar komunikasi visual yang efektif. Ilustrasi digunakan tidak hanya sebagai elemen estetis, tetapi sebagai alat penyampai pesan yang terarah. Temuan ini sejalan dengan pendapat Putri dan Ananda (2024) yang menyatakan bahwa integrasi ilustrasi dalam kampanye digital mampu meningkatkan daya tarik dan pemahaman audiens.

### Pengembangan Keterampilan Abad 21

Selain peningkatan kompetensi teknis dan konseptual, Model Project-Based Visual Campaign Learning juga berdampak pada pengembangan keterampilan abad 21 siswa, seperti kolaborasi, komunikasi, dan pemecahan masalah. Proses kerja kelompok mendorong siswa untuk berdiskusi, bernegosiasi ide, serta mengambil keputusan bersama.

Observasi selama pendampingan menunjukkan bahwa siswa menjadi lebih aktif menyampaikan pendapat dan menerima umpan balik. Hal ini mendukung temuan Wijaya et al. (2022) yang menegaskan bahwa pembelajaran berbasis proyek mampu meningkatkan *soft skills* siswa vokasional.

### Relevansi dengan Kebutuhan Industri Kreatif

Kegiatan PKM ini memberikan simulasi awal terhadap praktik kerja di industri kreatif. Alur kerja proyek yang diterapkan menyerupai proses perancangan kampanye di dunia profesional, mulai dari riset, perumusan konsep, produksi visual, hingga evaluasi.

Selain luaran proyek, pencapaian kegiatan PKM juga diukur melalui indikator capaian pembelajaran yang mencerminkan peningkatan literasi media promosi digital siswa. Indikator capaian tersebut disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Indikator Capaian Program PKM

Indikator	Kondisi Awal	Kondisi Setelah PKM
Pemahaman konsep kampanye digital	Rendah – fokus teknis desain	Meningkat – memahami strategi dan audiens
Kemampuan merancang ilustrasi komunikatif	Cukup	Baik – ilustrasi lebih terarah dan bermakna
Konsistensi identitas visual	Rendah	Cukup Baik – mulai menerapkan prinsip branding
Kerja sama dan komunikasi tim	Cukup	Baik – kolaborasi lebih aktif
Kepercayaan diri presentasi	Rendah	Meningkat signifikan

Berdasarkan Tabel 2, terlihat adanya peningkatan pada seluruh indikator capaian setelah penerapan Model Project-Based Visual Campaign Learning. Hal ini memperkuat temuan bahwa pembelajaran berbasis proyek yang kontekstual efektif dalam meningkatkan kesiapan kerja dan kompetensi siswa SMK di bidang industri kreatif digital (Fauzan & Lestari, 2021).

## KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menunjukkan bahwa penerapan Model Project-Based Visual Campaign Learning merupakan pendekatan yang efektif dalam meningkatkan literasi media promosi digital siswa SMK Grafika. Model ini tidak hanya berorientasi pada penguasaan keterampilan teknis desain, tetapi juga menekankan pemahaman konseptual dan strategis dalam merancang kampanye visual digital yang terintegrasi. Melalui pembelajaran berbasis proyek, siswa dilibatkan secara aktif dalam seluruh proses perancangan kampanye, mulai dari analisis permasalahan, perumusan konsep, produksi visual, hingga evaluasi hasil.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep kampanye promosi digital, khususnya dalam hal penentuan tujuan komunikasi, identifikasi target audiens, serta penyusunan pesan visual yang relevan. Siswa tidak lagi memandang desain sebagai aktivitas estetik semata, tetapi sebagai bagian dari strategi komunikasi yang memiliki tujuan dan dampak tertentu. Hal ini tercermin dari kemampuan siswa dalam menyusun konsep kampanye yang lebih terstruktur serta menghasilkan karya visual yang komunikatif dan kontekstual.

Selain itu, luaran proyek kampanye visual yang dihasilkan siswa menunjukkan peningkatan kualitas dari aspek ilustrasi dan identitas visual. Penggunaan ilustrasi sebagai media penyampai pesan menjadi lebih terarah, sementara penerapan prinsip identitas visual mulai menunjukkan konsistensi, meskipun masih memerlukan penguatan pada beberapa kelompok. Temuan ini mengindikasikan bahwa integrasi antara ilustrasi, identitas visual, dan media promosi digital dapat menjadi sarana pembelajaran yang efektif untuk mengasah kemampuan desain komunikasi visual siswa SMK.

Dari sisi pengembangan keterampilan abad ke-21, Model Project-Based Visual Campaign Learning juga memberikan dampak positif terhadap kemampuan kolaborasi, komunikasi, dan kepercayaan diri siswa. Proses kerja kelompok dan presentasi proyek mendorong siswa untuk aktif berdiskusi, mengemukakan ide, serta menerima umpan balik secara konstruktif. Pengalaman ini penting sebagai bekal awal bagi siswa dalam menghadapi dunia kerja industri kreatif yang menuntut kemampuan bekerja dalam tim dan berpikir adaptif.

Secara keseluruhan, hasil PKM ini menegaskan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis proyek yang kontekstual dan aplikatif sangat relevan diterapkan pada pendidikan vokasional, khususnya di bidang grafika dan desain komunikasi visual. Model Project-Based Visual Campaign Learning dapat menjadi alternatif strategi pembelajaran dan pengabdian yang menjembatani kesenjangan antara pembelajaran di sekolah dengan kebutuhan industri kreatif digital.

Sebagai rekomendasi, model ini dapat dikembangkan lebih lanjut melalui integrasi ke dalam kurikulum pembelajaran SMK serta pelaksanaan PKM berkelanjutan dengan cakupan tema kampanye yang lebih beragam. Selain itu, kolaborasi dengan pelaku industri kreatif juga disarankan untuk memperkuat relevansi dan keberlanjutan program. Dengan demikian, program pengabdian tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kualitas pendidikan vokasional dan kesiapan lulusan SMK dalam menghadapi tantangan era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kusmiati, R., & Yang, H. (2022). Illustration-Based Engagement in Social Media Campaigns. *International Journal of Communication Studies*, 16(3), 88–104.
- Putra, A., & Santosa, D. (2023). Identitas Visual dan Efektivitas Kampanye Sosial Digital. *Jurnal Komunikasi Visual*, 5(1), 45–57.
- Rahmawati, L. (2024). Strategi Media Promosi Digital di Era Gen Z. Jakarta: Penerbit Media Kreatif.
- Sari, M., & Nugroho, T. (2022). Pembelajaran Desain Komunikasi Visual di Pendidikan Vokasional. *Jurnal Pendidikan Kejuruan*, 12(2), 101–113.
- Susanti, E., Prasetyo, B., & Wibowo, A. (2023). Project-Based Learning dalam Pendidikan Vokasional. *Jurnal Pendidikan Teknologi*, 14(1), 22–34.