

**PENGEMBANGAN KONTEN KREATIF SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN DAYA TARIK SMPN 41 SURABAYA**

**Rizka Lailatul Fitria**

Prodi Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,  
[rizkalfitria@gmail.com](mailto:rizkalfitria@gmail.com);

**Selo Wibowo Eka Putra**

Prodi Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;

**Moh. Dey Prayogo**

Prodi Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;

**ABSTRACT**

*Social media has become an important tool in public communication and plays a strategic role in shaping the image and attracting attention to educational institutions. This activity aims to increase the attractiveness of SMPN 41 Surabaya through the optimization of creative content on the school's social media. This program is implemented in the form of community service by involving active participation from the school community. The implementation team provides training and guidance to teachers and students on how to design, produce, and manage attractive and informative digital content. The activity process includes stages of initial observation, technical skills training, direct practice, and evaluation. The results of the activity show an increase in participants' abilities in content creation and a growing sense of self-confidence in managing school social media. This positive impact is expected to strengthen the image of SMPN 41 Surabaya in front of the public and prospective students. Overall, this program proves that the development of creative content based on service is a strategic step to support the promotion of educational institutions in the digital era.*

**Keywords:** *Creative Content, Social Media, School Attractiveness, Community Service, SMPN 41 Surabaya*

**ABSTRAK**

Media sosial telah menjadi alat penting dalam komunikasi publik dan memainkan peran strategis dalam membentuk citra serta menarik perhatian terhadap lembaga pendidikan, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik SMPN 41 Surabaya melalui optimalisasi konten kreatif pada media sosial sekolah. Program ini dilaksanakan dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat dengan melibatkan partisipasi aktif dari warga sekolah. Tim pelaksana memberikan pelatihan dan

bimbingan kepada guru dan siswa mengenai merancang, memproduksi, dan mengelola konten digital yang menarik serta informatif. Proses kegiatan mencakup tahapan observasi awal, pelatihan keterampilan, praktik langsung hingga evaluasi. Hasil dari kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam pembuatan konten serta tumbuhnya rasa percaya diri dalam pengelolaan media sosial sekolah. Dampak positif ini diharapkan dapat memperkuat citra SMPN 41 Surabaya dihadapan publik dan calon peserta didik. Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa pengembangan konten kreatif berbasis pengabdian merupakan langkah strategis untuk menunjang promosi institusi pendidikan di era digital.

**Kata Kunci:** *Konten Kreatif, Media Sosial, Instagram, SMPN 41 Surabaya, Pengabdian Masyarakat.*

## **A. PENDAHULUAN**

Pendidikan merupakan bagian penting yang memiliki fundamental dalam kehidupan manusia, serta menjadi unsur yang tidak terpisahkan dari perkembangan individu maupun dinamika sosial masyarakat (Adrianto, 2019). Kualitas pendidikan yang diterima seseorang berperan besar dalam menentukan keberhasilannya di masa depan. Oleh karena itu, meningkatkan kualitas pendidikan menjadi fokus utama bagi sekolah guna memastikan peserta didik untuk memperoleh pembelajaran terbaik demi membentuk individu yang cerdas dan berintelektual (SoniaAzizahet al., 2022). Dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, upaya membangun branding sekolah menjadi sangat krusial. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan orang tua serta calon siswa untuk memperoleh informasi sekolah secara mudah melalui internet. Oleh karena itu, reputasi dan citra positif sekolah sangat memengaruhi pilihan mereka dalam menentukan institusi pendidikan yang tepat (M.U. Fadli& Mafrukhin, 2020).

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) mengalami pertumbuhan yang sangat cepat dan kondisi ini turut memberikan dampak signifikan terhadap sektor pendidikan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mendorong terjadinya perubahan yang signifikan dalam berbagai dimensi kehidupan manusia. Perubahan itu telah mengubah cara pandang dan pembelajaran dunia pendidikan. Pemanfaatan teknologi memungkinkan peserta didik mengakses informasi dan pengetahuan secara lebih luas, efisien, dan dalam waktu yang lebih singkat (Kristiawan, 2014). Media sosial merupakan wujud nyata dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat dalam era digital saat ini. Platform ini tidak hanya menjadi simbol dari transformasi teknologi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana interaksi sosial yang bersifat global. Melalui aplikasi yang berbasis internet, media sosial memungkinkan individu dari berbagai latar belakang dan lokasi geografis untuk terhubung, berbagi informasi, serta membangun relasi dalam ruang digital yang tidak dibatasi oleh waktu dan tempat. Dengan demikian, media sosial menjadi instrumen penting dalam membentuk pola komunikasi dan iteraksi sosial (Rusman dkk)

Internet dan media sosial tidak hanya dimanfaatkan untuk membantu berbagai aktivitas, sarana hiburan, menjadi media komunikasi, promosi yang sangat efektif tetapi juga dapat digunakan sebagai wadah edukasi dan menampung kreativitas. Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi khususnya media sosial dan aplikasi lainnya dapat membantu siswa dalam memperoleh kebutuhan pendidikan seperti mendapatkan literatur sebagai rujukan, mempermudah siswa memperoleh bahan pada saat kesulitan mengerjakan tugas dan menjadi media pembelajaran bagi siswa dalam memperoleh berbagai informasi yang berkaitan dengan pendidikan (Marmo, 2017: 31). Dunia IPTEK yang bergerak begitu cepat menuntut lembaga pendidikan untuk mampu beradaptasi dengan perubahan ini dan juga harus meningkatkan pengetahuannya untuk mengikuti perkembangan era digital ini. Salah satu strategi adaptasi yang dapat dilakukan oleh sekolah adalah dengan mengembangkan konten kreatif sebagai bagian dari komunikasi branding institusi. Konten kreatif berupa video, foto, artikel hingga kampanye digital dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan keunggulan dan keunikan suatu sekolah kepada masyarakat luas. Penggunaan media sosial secara tepat dapat meningkatkan citra sekolah serta membangun kedekatan dengan calon peserta didik dan orang tua.

SMPN 41 Surabaya sebagai institusi pendidikan negeri di Kota Surabaya, tidak terlepas dari tantangan yang semakin kompleks dalam dunia pendidikan, terutama dalam hal peningkatan jumlah pendaftar atau peserta didik baru setiap tahunnya. Persaingan antar sekolah, baik negeri maupun swasta semakin ketat seiring dengan meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap kualitas pendidikan dan penyediaan informasi yang mudah diakses. Salah satu pendekatan yang dinilai efektif adalah melalui pengembangan konten kreatif yang mampu menampilkan citra sekolah secara positif, informatif, dan autentik sesuai dengan identitas serta keunggulan yang dimiliki oleh SMPN 41 Surabaya. Konten tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media untuk membangun hubungan emosional dan kedekatan dengan calon siswa, orang tua, serta masyarakat luas. Dengan menghadirkan informasi dalam visual yang menarik, seperti infografis, video profil, dan dokumentasi kegiatan sekolah, maka citra sekolah dapat diperkuat, dan daya tariknya meningkat di tengah persaingan yang semakin terbuka dan berbasis digital.

## **B. METODE**

Pelaksanaan program pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang bertujuan untuk memetakan efisiensi pelaksanaan serta sebagai evaluasi dan pedoman keberhasilan pada tiap tahap yang telah dicapai. Berikut adalah penjelasan mengenai tahapan serta metode pelaksanaan yang telah dilakukan dalam rangka pengembangan pelatihan konten kreatif di SMPN 41 Surabaya.

Tahap pertama dalam program pengabdian ini adalah konsultasi, dimana tim pengusul bertindak sebagai konsultan yang menganalisis dan mengidentifikasi permasalahan yang ada di SMPN 41 Surabaya terkait pengelolaan media sosial dan promosi sekolah. Dalam hal ini, fokus utama adalah pada penggunaan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan keunggulan sekolah dan menarik minat calon siswa. Tim pengusul memberikan masukan mengenai bagaimana

strategi komunikasi melalui konten kreatif dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik sekolah. Selain itu, dilakukan juga screening terhadap konten yang sudah ada untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan dari konten yang telah dipublikasikan oleh murid ataupun guru di sekolah.

Setelah tahap konsultasi, tahap pelatihan diperlukan bagi pihak-pihak terkait di SMPN 41 Surabaya, terutama para pengelola media sosial sekolah, seperti guru dan siswa yang terlibat dalam pembuatan konten. Pada tahap ini tim pengusul bertindak sebagai narasumber sekaligus penyedia materi pelatihan mengenai pentingnya ilmu dasar seputar content creator dan pentingnya pembuatan konten kreatif yang menarik yang sesuai dengan karakter sekolah. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman para peserta tentang pentingnya pembuatan konten kreatif di media sosial secara optimal untuk tujuan branding dan promosi sekolah.

Pelatihan ini menggunakan konsep Open Class, karena metode ini efektif untuk menggali ide, permasalahan, serta solusi dalam pembuatan konten yang lebih kreatif dan inovatif. Open Class juga memberikan ruang bagi para peserta untuk berdiskusi secara interaktif, membahas tantangan yang mereka hadapi, dan merumuskan langkah-langkah dalam pengembangan konten media sosial. Diskusi ini difokuskan pada teknik pembuatan konten visual (seperti foto dan video), penulisan artikel yang informatif dan menarik, serta strategi penggunaan di beberapa platform media sosial.

Setelah pelatihan, tahap berikutnya adalah pendampingan yang dilakukan secara langsung untuk memastikan bahwa konsep-konsep yang telah diajarkan selama pelatihan diterapkan dengan baik dalam praktik sehari-hari. Pada tahap pendampingan, tim pengusul memantau langsung pembuatan dan publikasi konten kreatif yang telah dikembangkan oleh guru dan siswa di akun media sosial SMPN 41 Surabaya. Proses pendampingan ini dilakukan secara berkelanjutan untuk memberikan feedback dan saran agar konten yang dihasilkan lebih efektif dalam mencapai tujuan promosi dan komunikasi.

Selain itu, evaluasi juga diperlukan untuk menilai perkembangan yang terjadi setelah konten kreatif diterapkan. Evaluasi ini merujuk pada indikator-indikator yang telah disepakati sebelumnya, seperti peningkatan jumlah pengikut media sosial dan tingkat interaksi dengan audiens (seperti like, share, dan komentar). Hasil evaluasi ini akan menjadi acuan untuk menentukan keberhasilan program dan juga memberikan umpan balik untuk perbaikan lebih lanjut.



Gambar 1. Peta pelaksanaan program

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring dengan perkembangan peningkatan penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Banyak institusi pendidikan termasuk sekolah mulai menggunakan platform seperti Instagram dan Youtube sebagai sarana strategis untuk membangun citra positif serta menarik perhatian masyarakat. Melalui penyajian konten yang konsisten, relevan, dan berkualitas. Seperti dokumen kegiatan sekolah, pencapaian siswa, dan informasi akademik. Sekolah dapat memperluas jangkauan serta memperkuat daya tarik di mata publik. Dalam rangka mendukung tujuan tersebut di SMPN 41 Surabaya, dilakukan kegiatan pelatihan melalui program open class yang ditujukan kepada siswa. Pada tahap awal, pelatihan disampaikan menggunakan media PowerPoint yang difokuskan pada pengenalan dasar-dasar menjadi content creator serta teknik dasar dalam produksi konten yang efektif untuk media sosial.



Gambar 2. Pemaparan materi teknik pembuatan konten di media sosial

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan selama sesi diskusi dalam kegiatan open class, tim pengabdian mengidentifikasi bahwa hampir seluruh peserta didik telah mencoba membuat konten video secara mandiri. Namun, kualitas hasil yang diperoleh masih belum memuaskan karena banyak siswa menghadapi kendala dalam menemukan ide-ide kreatif yang menarik dan relevan untuk dipublikasikan di media sosial. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi siswa dalam pembuatan konten dengan kualitas dan efektivitas konten yang dihasilkan. Selain itu, proses editing yang dijalankan siswa juga masih dianggap kurang menarik dan kurang mendukung daya tarik visual konten sehingga menjadi salah satu alasan utama mengapa pelatihan ini sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan mereka. Selama pelaksanaan pelatihan yang dilakukan secara rutin setiap hari Juma'at melalui kegiatan open class, tim pengabdian memberikan berbagai materi edukatif yang disusun secara bertahap. Materi tersebut mencakup pengenalan berbagai platform media sosial populer sebagai media distribusi konten, pemahaman dasar-dasar profesi content creator serta teknik-teknik dasar dalam pengambilan gambar dan video yang efektif dan menarik. Tidak hanya itu, pelatihan juga mengajarkan penggunaan

aplikasi editing video CapCut yang dipilih karena mempermudah penggunaannya dan memiliki fitur yang lengkap dapat membantu siswa meningkatkan kualitas hasil editing konten mereka. Dengan pendekatan pembelajaran yang praktis dan aplikatif ini, diharapkan peserta didik dapat mengembangkan kemampuan teknis sekaligus kreativitas mereka dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga sesuai dengan karakter dan kebutuhan media sosial saat ini.

Selain pelatihan berupa penyampaian materi secara teoritis kepada para siswa, pelaksanaan sesi pendampingan secara langsung menjadi komponen penting dalam program ini. Pendampingan tersebut difokuskan pada proses bimbingan yang diberikan kepada guru maupun siswa yang aktif membuat konten digital terkait berbagai kegiatan sekolah. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa konten yang diproduksi memiliki kualitas yang baik, sesuai dengan standar dan mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens di media sosial. Melalui pendampingan ini, peserta mendapatkan arahan teknis maupun kreatif mulai dari pemilihan tema, pengambilan gambar atau video hingga proses editing dan penjadwalan unggahan. Dengan adanya pendamping diharapkan konten yang dihasilkan tidak hanya menarik dan informatif tetapi juga mampu memperkuat citra positif SMPN 41 Surabaya di platform media sosial resmi seperti Instagram dan Youtube. Pendekatan ini juga membantu meningkatkan kepercayaan diri siswa dan guru dalam mengelola konten digital serta mendorong keterlibatan aktif mereka dalam proses branding sekolah secara digital.



Gambar 3. Pendampingan pengambilan konten Youtube Idul Fitri bersama guru dan murid

Pada tahap ini, peserta didik memperoleh pendampingan langsung dari mahasiswa dan guru dalam proses pembuatan konten bertema Hari Raya Idul Fitri yang akan dipublikasikan melalui media sosial resmi sekolah. Kegiatan pendampingan ini dirancang untuk memastikan bahwa siswa mampu menerapkan pengetahuan yang telah mereka peroleh selama pelatihan secara praktis, serta menghasilkan konten yang berkualitas dan sesuai dengan identitas sekolah peran pendamping dalam kegiatan ini bersifat sebagai fasilitator yang memberikan arahan, masukan, dan bimbingan teknik mulai dari tahap perencanaan ide konten,

pengambilan gambar atau video yang tepat hingga proses pengeditan dan publikasi akhir. Dengan adanya bimbingan yang menyeluruh diharapkan siswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu memproduksi konten digital yang menarik, relevan, dan efektif dalam mendukung strategi komunikasi sekolah melalui media sosial.

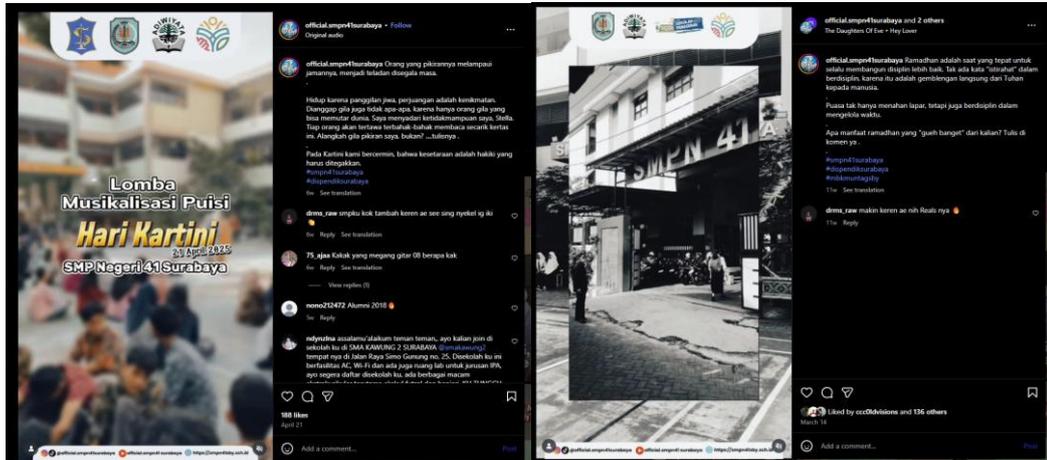


Gambar 4. Hasil konten kreatif hari raya Idul Fitri yang diupload di akun Youtube SMPN 41 Surabaya

Pelaksanaan program pengembangan konten kreatif yang diterapkan di SMPN 41 Surabaya menunjukkan hasil yang menggembirakan. Salah satu indikator keberhasilannya terlihat dari meningkatnya interaksi pengguna pada akun media sosial sekolah, seperti jumlah suka, komentar, berbagi, serta meningkatkan jumlah pengikut dalam periode tertentu. Respons positif ini mencerminkan ketertarikan masyarakat terhadap konten-konten yang disajikan, baik dalam bentuk dokumentasi kegiatan sekolah, informasi akademik, maupun pencapaian siswa. Peningkatan keterlibatan audiens digital ini tidak hanya menunjukkan efektivitas strategi komunikasi digital yang diterapkan, tetapi juga memperkuat citra institusi sebagai sekolah yang aktif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Dalam konteks persaingan antar sekolah untuk menarik peserta didik baru, citra yang positif dan konsisten dapat menjadi alat yang strategis dalam mendukung branding sekolah serta memperluas jangkauan informasi kepada publik secara lebih cepat dan efisien.

Program MBKM yang dilaksanakan di SMPN 41 Surabaya bertujuan untuk mengembangkan konten kreatif sebagai strategi peningkatan daya tarik sekolah melalui media sosial, khususnya Instagram. Dari observasi dan wawancara dengan pihak yang terlibat, ditemukan bahwa akun Instagram @official.smpn41surabaya sebelumnya hanya digunakan sebagai sarana dokumentasi pasif. Konten yang diunggah bersifat informatif namun kurang memiliki daya tarik visual, tidak konsisten dalam jadwal posting, dan tidak disusun berdasarkan strategi komunikasi digital yang jelas. Hal ini menyebabkan keterlibatan audiens rendah, dan akun media sosial belum efektif sebagai alat branding sekolah. Selama kegiatan berlangsung ( $\pm 4$  bulan), akun Instagram sekolah menunjukkan peningkatan dari segi komentar dan kualitas konten. Jika sebelumnya unggahan

hanya berupa editing secara sederhana, kini konten sudah disusun dengan pendekatan visual yang menarik dan narasi yang komunikatif.



Gambar 5. Peningkatan reaksi audiens

Indikator keberhasilan konten digital juga dapat dilihat dari peningkatan interaksi publik terhadap akun instagram @official.smpn41surabaya. Program ini juga menghasilkan beberapa produk konten yang dapat digunakan sekolah secara berkelanjutan.

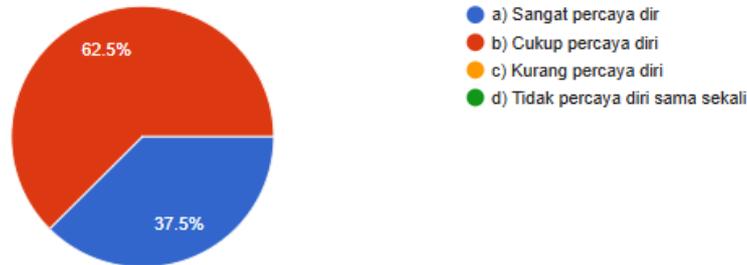


Gambar 6. Produk konten yang dapat digunakan secara berkelanjutan

Diagram ini menggambarkan alur dan strategi pengembangan konten kreatif yang diterapkan dalam pelatihan, dengan tujuan meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam membuat dan mengedit konten untuk media sosial sekolah setelah mengikuti pelatihan.

Seberapa percaya diri Anda dalam membuat dan mengedit konten untuk media sosial sekolah setelah mengikuti pelatihan ini? [Copy chart](#)

8 responses



Gambar 7. Diagram Rekapitulasi Pengetahuan Peserta Pelatihan

Merujuk data gambar 7, sebanyak 62,5% responden mengaku “Cukup Percaya Diri” dalam membuat dan mengedit konten untuk media sosial sekolah setelah mengikuti pelatihan, sedangkan 37,5% lainnya merasa “Sangat Percaya Diri”. Diagram ini mengindikasikan bahwa pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan kepercayaan diri peserta. Kenaikan tingkat kepercayaan diri ini mencerminkan keberhasilan materi seperti metode pelatihan dalam memberikan keterampilan praktis yang sesuai, khususnya dalam pengelolaan media sosial sebagai alat komunikasi resmi sekolah.

#### D. PENUTUP

Program pengembangan konten kreatif di SMPN 41 Surabaya berjalan dengan lancar dan kondusif. Program ini membuktikan pentingnya pemanfaatan konsep konten kreatif di media sosial menjadi alat strategis dalam meningkatkan daya tarik dan citra positif sekolah. Melalui pelatihan dan pendampingan yang sistematis, siswa dan guru tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam pembuatan konten, tetapi juga pemahaman mendalam tentang etika digital dan tanggung jawab dalam bermedia sosial. Hasilnya, akun media sosial sekolah menunjukkan peningkatan signifikan dalam interaksi dan keterlibatan audiens, serta menghasilkan konten yang konsisten dan berkualitas. Keberhasilan ini menegaskan bahwa dengan pendekatan yang tepat, media sosial dapat menjadi sarana efektif dalam memperkenalkan keunggulan dan keunikan suatu sekolah kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi guna memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat komunikasi dan branding yang efektif.

Saran yang dapat penulis berikan adalah mempertahankan dan meningkatkan dampak positif dari program ini agar SMPN 41 Surabaya terus mengembangkan kreativitas dalam pembuatan konten dan meneruskan konsistensi dari generasi ke generasi berikutnya. Selain itu, mengikuti tren dan fitur terbaru di platform media sosial juga penting untuk menjaga relevansi dan daya tarik konten. Dengan strategi yang berkelanjutan dan adaptif, SMPN 41 Surabaya diharapkan

dapat terus membangun citra positif dan menarik minat calon peserta didik di masa depan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Susanti, A., & Fawzy, D. (2025). Optimalisasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah Melalui Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Di Lembaga Pendidikan Muhammadiyah Bondowoso. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 10-22.
- Zarastri, R., Ardhani, D., & Supriadi, S. (2024). Strategi Branding dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah: Studi Kasus di SMA Negeri 3 Kota Jambi. *Journal of Economic Education*, 3(2), 43-47.
- Ngongo, V. L., Hidayat, T., & Wiyanto, W. (2019, July). Pendidikan di era digital. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*.
- Aziz, A. (2022). Strategi Pendidikan Karakter di Era Media Sosial. *Jurnal Pendidikan*, 16(1), 65-76.
- Siregar, A. (2022). Efektivitas penggunaan media sosial sebagai media pendidikan. *EDU-RILIGIA: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam dan Keagamaan*, 5(4).
- Tokan, P. S., Bere, S. A., Law, W. I. M., & Dewa, E. (2025). Pendampingan Peserta Didik SMP dalam Program MBKM Mandiri Luar Kelas untuk Meningkatkan Karakter dan Soft Skills. *BERBAKTI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 342-350.
- Trisetiyanto, A. N., Widayati, S., & Pratama, A. (2024). Pelatihan Content Creator Youtube untuk Meningkatkan Kreativitas Guru dan Siswa SMK Muhammadiyah Satu Semarang. *TEMATIK*, 4(1), 105-114.
- Syahputra, H. R., Meriza, I., Arianda, I., Khairina, U., & Tisa, M. (2022). Optimalisasi Media Sosial Pada Generasi Z Melalui Pelatihan Content Creator. *MEUSEURAYA-Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 114-119.
- Oktarina, R. A., Sari, R. P., Suprihatin, S., Wulandari, E. R., & Rachmawati, A. A. (2023). Pendampingan Branding School dengan Keterampilan Video Content Creator Ibu-Ibu Guru TK Se-Kabupaten Sidoarjo. *Journal of Indonesian Society Empowerment*, 1(2), 46-54.