

Pemanfaatan Desain Komunikasi Visual dalam Mendorong Perekonomian Kreatif di SMK Techno Media Tangerang Selatan

Aat Sutihat¹, Alya Budiantini², Desi Jelanti³

Universitas Pamulang, Indonesia

dosen02762@unpam.ac.id¹, dosen02766@unpam.ac.id², dosen02467@unpam.ac.id³

Submitted: 17th April 2025 | **Edited:** 30th June 2025 | **Issued:** 01st July 2025

Cited on: Sutihat, A., Budiantini, A., & Jelanti, D. (2025). Pemanfaatan Desain Komunikasi Visual dalam Mendorong Perekonomian Kreatif di SMK Techno Media Tangerang Selatan. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 5(2), 706-714.

ABSTRACT

The development of the creative economy in Indonesia relies heavily on innovation and the ability to utilize digital tools, particularly in the field of Visual Communication Design (VCD). Recognizing the need to empower students with practical design knowledge, a community service activity was conducted at SMK Techno Media Tangerang Selatan. The aim of this PKM (Pengabdian kepada Masyarakat) was to introduce and apply Visual Communication Design as a strategy to support the students' entrepreneurial skills and foster the growth of the creative economy. The activity took place on April 16, 2025, involving three lecturers and four students from the Accounting Study Program at Universitas Pamulang. A total of 30 students from SMK Techno Media participated in the program. The methods used included presentations, hands-on practice, group discussions, and Q&A sessions. Materials covered included design principles, branding, and the use of digital design software. As a result, students demonstrated increased understanding of visual branding and showed enthusiasm in applying design to promote their products or services. This PKM initiative highlighted the importance of integrating visual literacy into vocational education to enhance students' creative potential and economic empowerment.

Keywords: Visual Communication Design, Creative Economy, Vocational Education, Community Service, Student Empowerment

PENDAHULUAN

Perekonomian kreatif Indonesia telah menjadi sektor fundamental dengan kontribusi signifikan terhadap PDB nasional dan penyerapan tenaga kerja muda. Sub-sektor Desain Komunikasi Visual (DKV) mencatat tren pertumbuhan positif, yang didukung oleh penetrasi teknologi digital dan era Society 5.0 (Syahputra, et al., 2025; Siladana & Sudira, 2022). Pendidikan vokasi, terutama di SMK, diharapkan dapat menjembatani peluang ekonomi ini dengan mengasah kreativitas dan keterampilan praktis siswa. Namun berdasarkan beberapa studi, implementasi DKV dalam kurikulum SMK masih sering bersifat teoritis dan kurang mendalam, sehingga tidak sepenuhnya menangkap dinamika industri riil yang membutuhkan kompetensi desain visual dan

branding (Nugrahani, et al., 2019; Creativani, 2019). Hal ini mendorong upaya untuk menyusun program intervensi yang konkret agar lulusan SMK siap terlibat dalam ekosistem ekonomi kreatif yang semakin kompetitif.

Kesenjangan antara kurikulum formal dan tuntutan pasar kreatif menjadi masalah utama. Banyak lulusan SMK yang telah melalui mata pelajaran desain, namun belum fasih menggunakan platform digital modern seperti aplikasi desain berbasis smartphone dan web. Penelitian tentang pengembangan media interaktif dan CTL (Contextual Teaching and Learning) dalam desain grafis menunjukkan peningkatan kreativitas siswa hingga 80 % (Rusilawati, et al., 2021). Selain itu, kajian di SMK Malang dan Surakarta berhasil memperkuat kompetensi siswa melalui media interaktif berbasis digital (Nopriyanti & Sudira, 2015; Indarsih, et al., 2023). Hal ini menunjukkan urgensi memasukkan praktik nyata berbasis teknologi dalam penyelenggaraan PKM untuk menjembatani kesenjangan kompetensi siswa SMK.

Integrasi DKV dalam pendidikan vokasi dapat memperkuat literasi visual siswa, yang mencakup kemampuan memahami, menginterpretasi, dan menghasilkan karya visual dengan tujuan komunikasi yang efektif (Wikipedia Visual Literacy, 2025). Literasi visual juga terbukti memicu keterampilan berpikir kritis dan kreatif generasi muda, termasuk dalam konteks wirausaha mikro dan UMKM (Ramdhani, et al., 2020). Arifianto (2019) juga menegaskan bahwa DKV menjadi instrumen penting dalam transisi menuju Society 5.0, karena dapat menjembatani limitasi ruang-waktu dalam memahami pesan visual multimedia yang semakin menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari (Putri, et al., 2024; DeKaVe, 2019). Oleh karena itu, pemberdayaan melalui media visual tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis, tetapi juga mental kewirausahaan siswa (Widikda, et al., 2018).

Berdasarkan uraian di atas, kolaborasi antara akademisi Perguruan Tinggi dengan lembaga vokasi, seperti SMK Techno Media, menjadi strategi efektif. Pendekatan Teaching Factory dan magang serta PKM terbukti *successful* dalam menjalin hubungan antara kurikulum dan dunia industri (Sultan, et al., 2022). Model ini menghasilkan transfer learning yang simultan: dosen dan mahasiswa sebagai fasilitator praktis, siswa SMK belajar langsung dari praktik industri (Hidayat & Supriyanto, 2021). Penelitian di Yogyakarta menggarisbawahi bahwa karakter kewirausahaan dan budaya inovasi dapat tumbuh pesat lewat kemitraan yang berkelanjutan (Siladana & Sudira, 2022). Oleh karena

itu, kegiatan PKM yang bersifat kolaboratif cukup relevan dalam meningkatkan kualitas siswa SMK untuk menghadapi persaingan ekonomi kreatif.

Teknologi digital seperti Canva, smartphone-based apps, dan platform interaktif lainnya telah terbukti mempercepat peningkatan kreativitas dan kemampuan komunikasi visual siswa vokasi (Roemintoyo & Budiarto, 2023). Sebuah riset di SMK menyatakan bahwa media interaktif smartphone berhasil meningkatkan kemampuan komunikasi praktis siswa dengan N-Gain tinggi (Roemintoyo & Budiarto, 2023). Sementara itu, penggunaan media interaktif berbasis CTL pada pelajaran grafis menghasilkan peningkatan kreativitas sebesar 63 % hingga 88 % dalam kelompok uji (Rusilawati, et al., 2021). Temuan tersebut mendukung gagasan bahwa pemanfaatan teknologi non-formal dapat memperkuat daya saing siswa SMK dalam dunia digital dan kreatif.

Model pembelajaran aktif yang mengadopsi prinsip problem-based dan project-based learning pada bidang desain visual memperlihatkan dampak nyata terhadap pengembangan kapasitas siswa (Creativani, 2019; Rusilawati, et al., 2021). Implementasi modul kontekstual dan interaktif mendorong siswa dapat langsung menghasilkan produk visual seperti poster, branding logo, atau desain kampanye digital. Peningkatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman teknis, tetapi memberi siswa mental wirausaha sekaligus soft skill penting seperti kolaborasi dan komunikasi yang menjadi kebutuhan utama dalam industri kreatif masa kini (Siladana & Sudira, 2022).

SMK Techno Media Tangerang Selatan, sebagai lembaga pendidikan vokasi berbasis media digital, memiliki potensi besar untuk menjadi pusat pengembangan talenta ekonomi kreatif bagi para siswa. Namun berdasarkan pengamatan awal, siswa masih memerlukan pendampingan intensif dalam mengintegrasikan elemen visual dengan strategi pemasaran digital. Sebanyak 30 siswa akan difasilitasi langsung melalui PKM yang diinisiasi oleh tiga dosen dan empat mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Pamulang. Pendekatan pemaparan materi, praktik langsung, diskusi, dan tanya jawab dipilih sebagai metode untuk memastikan transfer ilmu berjalan dua arah dan berkelanjutan, sesuai prinsip Teaching Factory.

Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa tidak hanya mampu menciptakan materi visual berkualitas, tetapi juga memahami konsep branding dan pemasaran kreatif. Jangka panjang, program ini mendorong penguatan peran Lembaga pendidikan dengan mencetak lulusan siap kerja, mandiri berkarya, atau wirausaha kreatif. Selain itu, peningkatan

literasi visual yang sistematis diharapkan memperkuat posisi SMK Techno Media sebagai pusat pengembangan ekonomi kreatif berbasis media digital di Tangerang Selatan. Dengan demikian, PKM ini tidak hanya memberi manfaat jangka pendek bagi siswa, namun juga menjadi model pendidikan vokasi adaptif terhadap industri kreatif masa depan.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan secara sistematis dan terstruktur dalam tiga tahapan utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan. Kegiatan ini diselenggarakan di SMK Techno Media Tangerang Selatan, yang beralamat di Jl. Kodiklat TNI Ampera No.1, Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310. Tahap perencanaan dilakukan oleh tim pelaksana yang terdiri atas tiga dosen dan empat mahasiswa dari Program Studi Akuntansi Universitas Pamulang. Pada tahap ini, tim merancang modul kegiatan, menyiapkan materi pemaparan tentang Desain Komunikasi Visual (DKV), serta menyusun alur kegiatan yang adaptif terhadap karakter peserta dan waktu pelaksanaan. Perencanaan juga melibatkan komunikasi awal dengan pihak sekolah untuk menyelaraskan kebutuhan siswa dan tujuan PKM.

Tahap pelaksanaan kegiatan PKM dilaksanakan pada tanggal 16 April 2025 dan diikuti oleh 30 siswa SMK Techno Media yang memiliki minat di bidang ekonomi kreatif dan desain digital. Kegiatan ini dibuka dengan sesi pemaparan materi oleh dosen, yang mencakup konsep dasar desain komunikasi visual, pentingnya branding dalam ekonomi kreatif, serta tren desain digital masa kini. Materi disampaikan menggunakan pendekatan interaktif melalui media visual yang menarik dan relevan dengan dunia usaha kreatif. Untuk memastikan pemahaman peserta, dilakukan pula studi kasus sederhana yang diambil dari konteks UMKM dan produk digital lokal, sebagai sarana analisis dan diskusi awal sebelum masuk ke tahap praktik.

Sesi praktik dilakukan dalam bentuk pelatihan pembuatan elemen visual seperti logo, poster promosi, dan konten media sosial menggunakan aplikasi desain yang mudah diakses oleh siswa, seperti Canva atau platform sejenis. Mahasiswa Universitas Pamulang berperan aktif dalam mendampingi peserta saat praktik berlangsung, guna memberikan bimbingan teknis maupun ide kreatif. Setelah praktik selesai, kegiatan dilanjutkan dengan

diskusi dan tanya jawab yang mendorong siswa untuk mengemukakan pengalaman, kesulitan, dan ide mereka terkait desain dan penerapannya dalam konteks kewirausahaan. Interaksi ini dirancang untuk mendorong partisipasi aktif siswa serta mengembangkan pola pikir kritis dan solutif.

Tahap akhir dari kegiatan ini adalah pelaporan dan evaluasi. Tim pelaksana menyusun laporan hasil kegiatan yang mencakup dokumentasi aktivitas, analisis hasil diskusi, serta rekomendasi tindak lanjut yang dapat diterapkan oleh sekolah maupun peserta. Laporan ini juga mencakup refleksi dari pelaksana PKM mengenai efektivitas metode yang digunakan serta potensi pengembangan kegiatan serupa di masa mendatang. Secara keseluruhan, metode kegiatan yang menggabungkan pendekatan partisipatif dan praktik langsung ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman siswa terhadap desain komunikasi visual dan mendorong mereka untuk mengembangkan potensi diri dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif.

PEMBAHASAN

Sosialisasi bertema “Pemanfaatan Desain Komunikasi Visual dalam Mendorong Perekonomian Kreatif di SMK Techno Media” merupakan upaya strategis untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman siswa, guru, serta seluruh warga sekolah tentang peran penting desain dalam sektor ekonomi kreatif. Dalam era digital saat ini, desain komunikasi visual (DKV) tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga menjadi elemen penting dalam membangun identitas, meningkatkan daya tarik produk, serta menciptakan nilai ekonomi bagi individu maupun pelaku usaha.

Melalui sosialisasi ini, siswa jurusan DKV diajak untuk melihat bahwa keterampilan desain yang mereka pelajari di bangku sekolah memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi sumber penghasilan. Desain logo, poster, kemasan produk, konten media sosial, hingga desain branding dapat menjadi komoditas kreatif yang bernilai jual tinggi. Oleh karena itu, kegiatan ini menekankan pentingnya mengasah kreativitas, berpikir inovatif, serta memiliki jiwa kewirausahaan dalam memanfaatkan keterampilan desain.



Gambar 1. Kegiatan Penyampaian Materi

Hasil dari kegiatan sosialisasi menunjukkan bahwa sebagian besar siswa masih memandang desain sebatas tugas sekolah atau hobi, belum menjadikannya sebagai peluang ekonomi. Hal ini menjadi dasar pentingnya transformasi pola pikir bahwa desain tidak hanya bernilai estetik, tetapi juga memiliki nilai ekonomis dan sosial. Siswa diperkenalkan pada berbagai contoh nyata pemanfaatan desain dalam bisnis digital, seperti jasa desain freelance, produksi merchandise, desain konten Instagram bisnis, hingga kolaborasi dengan UMKM untuk pengembangan visual branding.

Selain itu, pembahasan dalam sosialisasi juga menyoroti pentingnya kolaborasi antar jurusan di SMK Techno Media. Jurusan DKV dapat bersinergi dengan jurusan pemasaran, broadcasting, maupun multimedia untuk menciptakan proyek kreatif terpadu yang dapat dipasarkan secara nyata. Misalnya, membuat konten promosi untuk produk lokal, mengembangkan brand sekolah berbasis media digital, atau menyelenggarakan pameran karya digital yang bisa dijual ke masyarakat. Kolaborasi semacam ini diharapkan dapat melatih siswa untuk bekerja dalam tim, mengenali potensi pasar, dan menghadapi tantangan dunia kerja sejak dini.

Pembahasan juga menekankan pentingnya peran guru dalam membimbing siswa tidak hanya secara teknis, tetapi juga dalam aspek manajemen proyek, etika profesi, dan pengelolaan usaha desain. Guru diharapkan dapat menjadi fasilitator sekaligus mentor yang mendorong siswa untuk aktif menghasilkan karya dan membangun portofolio.

Dalam konteks ini, pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) menjadi metode yang relevan dan efektif diterapkan agar siswa dapat belajar dari pengalaman langsung.

Di sisi lain, pihak sekolah perlu berperan sebagai penghubung antara siswa dan dunia industri kreatif, misalnya melalui kerja sama dengan studio desain, pelaku UMKM, maupun pelatihan kewirausahaan berbasis desain. Dengan memfasilitasi kerja praktik, pameran karya, lomba desain, atau kegiatan inkubasi usaha kecil, sekolah tidak hanya meningkatkan mutu pendidikan vokasi tetapi juga ikut serta mendorong perekonomian kreatif di lingkungan sekitar.



Gambar 2. Foto Bersama Setelah Sosialisasi Selesai

Kegiatan sosialisasi ini menegaskan bahwa pemanfaatan desain komunikasi visual memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan di lingkungan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), terutama dalam mendukung pengembangan keterampilan siswa di bidang industri kreatif. Dengan dukungan yang tepat dari berbagai pihak seperti guru, pihak sekolah, dan dunia usaha maupun industri, kemampuan siswa dalam mendesain tidak hanya dapat ditingkatkan secara teknis, tetapi juga diarahkan untuk menghasilkan karya yang bernilai ekonomi. Hal ini menjadi peluang besar untuk menciptakan produk-produk ekonomi kreatif yang berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Melalui pendekatan ini, desain komunikasi visual tidak hanya dipandang sebagai media ekspresi, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan kemandirian ekonomi sejak dini. Diharapkan

setelah mengikuti sosialisasi ini, siswa menjadi lebih termotivasi dan terdorong untuk mengembangkan kreativitas mereka tidak hanya sebagai bagian dari kegiatan akademik, tetapi juga sebagai bekal dalam membangun masa depan yang mandiri, inovatif, serta produktif secara ekonomi. Dengan demikian, desain komunikasi visual dapat menjadi salah satu jalan strategis dalam mencetak generasi muda yang siap bersaing di dunia kerja dan industri kreatif nasional maupun global.

KESIMPULAN

Kegiatan ini berhasil menumbuhkan kesadaran bahwa keterampilan desain yang dimiliki siswa, khususnya dari jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV), dapat dimanfaatkan tidak hanya sebagai kemampuan teknis, tetapi juga sebagai peluang untuk menciptakan nilai ekonomi dan membuka usaha mandiri.

Melalui sosialisasi ini, siswa diarahkan untuk melihat desain sebagai bagian dari solusi kreatif dalam dunia bisnis, media, dan pemasaran digital. Mereka juga didorong untuk mulai membangun portofolio, berlatih kewirausahaan, dan menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk pelaku UMKM lokal. Guru dan pihak sekolah memiliki peran penting sebagai fasilitator dan penghubung antara dunia pendidikan dengan industri kreatif yang berkembang pesat.

Dengan dukungan pembelajaran berbasis proyek, peningkatan infrastruktur, dan kerja sama dengan dunia usaha, jurusan DKV di SMK Techno Media dapat menjadi motor penggerak ekonomi kreatif lokal. Sosialisasi ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membentuk ekosistem sekolah yang inovatif, mandiri, dan produktif secara ekonomi, serta mencetak lulusan yang tidak hanya siap kerja tetapi juga siap menciptakan lapangan kerja melalui kreativitas dan keahlian di bidang desain komunikasi visual.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, M. I. (2019). *Peran Desain Komunikasi Visual dalam Era Society 5.0*. Jakarta: Penerbit DKV Nusantara.
- Avgerinou, M. D., & Ericson, J. (1997). A Review of the Concept of Visual Literacy. *British Journal of Educational Technology*, 28(4), 280–291.
- Creativani. (2019). Pengembangan Model Pembelajaran Aktif Berbasis Proyek pada Mata Pelajaran Desain Grafis di SMK. *Jurnal Kreativitas dan Inovasi Pendidikan*, 3(1), 45–59.
- DeKaVe. (2019). *Multimedia dan DKV: Komunikasi Visual di Era Digital*. Bandung: Media Visual Nusantara.

- Hidayat, E. R., & Supriyanto, B. (2021). Validasi Pengembangan Media Pembelajaran Trainer Mikrokontroler Model Traffic Light Pada Mata Pelajaran Mikroprosesor Dan Mikrokontroler. *Jurnal Pendidikan Teknik Elektro*, 10(1), 9-16.
- Indarsih, S., Pratama, G., & Nugroho, A. (2023). Penguatan Kompetensi Siswa SMK Melalui Media Interaktif Digital. *Jurnal Pendidikan Vokasi Indonesia*, 11(2), 87–96.
- Nopriyanti, N., & Sudira, P. (2015). Pengembangan multimedia pembelajaran interaktif kompetensi dasar pemasangan sistem penerangan dan wiring kelistrikan di SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 5(2), 222-235.
- Nugrahani, F., Hartono, R., & Pratiwi, D. (2019). Kesesuaian Kurikulum DKV SMK dengan Kebutuhan Industri Kreatif. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 24(3), 301–310.
- Putri, T. R., Soleh, A., Putra, I. U., Wagini, W., & Rahman, A. (2024). Sosialisasi Menumbuhkan Semangat Wirausahawan Kreatif Dan Inovatif Diera Digitalisasi Pada Siswa Kelas X DKV SMK 1 Pembangunan Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 3(2), 217-222.
- Ramdhani, A., Hardian, R., & Priyono, D. (2020). Analisis Rekomendasi Program Pendidikan Desain Komunikasi Visual (DKV) Berbasis Potensi Industri Kreatif Di Kota Tegal. *Wacadesain*, 1(1), 34-47.
- Roemintoyo, & Budiarto, R. (2023). Efektivitas Media Interaktif Berbasis Smartphone terhadap Kemampuan Komunikasi Visual Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 15(1), 65–74.
- Rusilawati, R., Suryani, I., & Gunawan, A. (2021). Pengembangan Media Interaktif dan CTL dalam Pembelajaran Desain Grafis. *Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran*, 10(2), 134–145.
- Siladana, I. M., & Sudira, P. (2022). Teaching Factory sebagai Penguat Link and Match antara SMK dan Dunia Industri. *Jurnal Vokasi dan Kewirausahaan*, 7(1), 50–63.
- Sultan, S., Purnamawati, P., & Mandra, M. A. S. (2022). Pengembangan Model Problem Based Learning Berbasis Multimedia Interaktif Mata Pelajaran Sistem Rem Teknik Kendaraan Ringan di SMK. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(4), 376-386.
- Syahputra, A., Maulida, R., Thanri, Y. Y., & Situmeang, D. J. (2025). Peningkatan Kemampuan Desain Komunikasi Visual pada Siswa SMK melalui Pelatihan Desain Grafis dan Digital Marketing. *ORAHUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(02), 144-150.
- Widikda, A. P., Rukun, K., & Wakhinuddin, W. (2018). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Tutorial Pada Mata Pelajaran Kelistrikan Otomotif Di Kelas Xi Jurusan Teknik Kendaraan Ringan Smk N 1 Lahat. *Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan*, 1(3), 91-99.
- Wikipedia Visual Literacy. (2025). *Visual literacy*. Diakses pada 15 April 2025 dari https://en.wikipedia.org/wiki/Visual_literacy