DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i5.34673

GSM Training to Improve BNNP West Sumatra's Digital Visual Communication

Efektivitas Pelatihan GSM bagi Komunikasi Visual Digital BNNP Sumatera Barat

Riki Iskandar*[1], Silfia Andini[2]

[1]Desain Komunikasi Visual, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia
[2]Manajemen Informatika, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia
E-mail: 60rikiiskandar@gmail.com[1], silfiaandini68@upiyptk.ac.id[2]

Abstract

BNNP West Sumatra did not have a standardized visual identity guideline, resulting in inconsistent digital communication materials. This community service activity evaluated GSM-based training to improve the digital visual communication competence of 15 Public Relations and digital media staff. The program combined workshops and practical mentoring on visual identity, GSM development, social media templates, and digital content management. A one-group pretest–posttest design was used. Data were collected through questionnaires before and after training, supported by observation and brief interviews, and analyzed descriptively. The average competency score increased from 30% to 85%, a rise of 55 percentage points. The largest post-training score was in digital template adaptation (90%), while GSM-based design standardization reached 80%. The results indicate improved staff competence in applying a consistent visual identity to institutional digital communication.

Keywords: *Graphic Standard Manual, digital visual communication, competency, community service, public relations*

Abstrak

BNNP Sumatera Barat belum memiliki pedoman identitas visual yang baku sehingga materi komunikasi digital belum konsisten. Kegiatan pengabdian ini mengevaluasi pelatihan berbasis Graphic Standard Manual (GSM) untuk meningkatkan kompetensi komunikasi visual digital 15 staf Humas dan pengelola media digital. Pelatihan dilakukan melalui lokakarya dan pendampingan praktik mengenai identitas visual, penyusunan GSM, templat media sosial, dan pengelolaan konten digital. Evaluasi menggunakan desain one-group pretest–posttest. Data dikumpulkan melalui kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan, serta didukung observasi dan wawancara singkat, kemudian dianalisis secara deskriptif. Nilai rata-rata kompetensi meningkat dari 30% menjadi 85%, atau bertambah 55 poin persentase. Nilai posttest tertinggi terdapat pada keterampilan adaptasi templat digital (90%), sedangkan standardisasi desain berbasis GSM mencapai 80%. Hasil ini menunjukkan peningkatan kompetensi staf dalam menerapkan identitas visual yang konsisten pada komunikasi digital lembaga.

Kata kunci: *Graphic Standard Manual, komunikasi visual digital, kompetensi, pengabdian kepada masyarakat, hubungan Masyarakat*

1. PENDAHULUAN

Penyalahgunaan narkotika, khususnya di kalangan remaja, merupakan persoalan sosial yang memerlukan upaya pencegahan dan edukasi secara berkelanjutan. Remaja berada pada fase perkembangan yang rentan terhadap pengaruh lingkungan, pergaulan, dan informasi dari berbagai media (Aridho et al., 2024). Dampaknya tidak terbatas pada kesehatan fisik dan psikologis, tetapi juga berkaitan dengan persoalan sosial dan kualitas generasi muda (Mintawati & Budiman, 2021). Karena itu, pesan pencegahan perlu disampaikan melalui media yang mudah dipahami dan sesuai dengan karakteristik audiens muda (Purbanto & Hidayat, 2023).

Badan Narkotika Nasional Provinsi (BNNP) memiliki peran dalam menyebarluaskan informasi dan edukasi mengenai pencegahan penyalahgunaan serta peredaran gelap narkotika di tingkat daerah (Darmais et al., 2022). Pemanfaatan website dan media sosial memungkinkan

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i5.34673

informasi disampaikan secara cepat dan menjangkau masyarakat yang lebih luas. Namun, pemanfaatan media digital perlu didukung oleh materi komunikasi yang terencana, baik dari sisi pesan maupun penyajian visual (Padapi et al., 2022).

Efektivitas komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan informasi, tetapi juga oleh konsistensi penyajian visual. Perbedaan penggunaan warna, tipografi, tata letak, logo, dan ilustrasi dapat membuat identitas lembaga sulit dikenali. Identitas visual merepresentasikan karakter organisasi melalui penerapan elemen desain yang teratur pada berbagai media komunikasi. Konsistensi warna, misalnya, merupakan salah satu unsur yang membantu membentuk identitas merek pada media digital (Swasty & Utama, 2017).

Identifikasi awal di BNNP Sumatera Barat menunjukkan bahwa materi pada media sosial dan media digital lainnya belum sepenuhnya menggunakan standar warna, tipografi, tata letak, dan templat yang konsisten. Kemampuan staf Humas dalam menerapkan prinsip identitas visual dan mengadaptasi desain ke berbagai format digital juga belum merata. Akibatnya, proses produksi konten masih berpotensi bergantung pada preferensi masing-masing pengelola. Kondisi tersebut menjadi dasar perlunya pedoman visual yang dapat digunakan bersama.

Salah satu instrumen untuk menjaga konsistensi identitas visual adalah Graphic Standard Manual (GSM). GSM memuat ketentuan penggunaan logo, warna, tipografi, ilustrasi, tata letak, serta contoh penerapannya pada berbagai media. Dalam konteks komunikasi digital, pedoman tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk menyiapkan templat media sosial, infografis, materi kampanye, video, dan tampilan website. Penerapan identitas visual yang terencana juga menjadi bagian dari upaya membangun karakter komunikasi organisasi (Abdullah et al., 2024).

Ketersediaan dokumen GSM belum dengan sendirinya menjamin penerapan yang konsisten. Staf yang mengelola informasi perlu memahami isi pedoman dan mampu menggunakannya dalam produksi konten. Kompetensi komunikasi visual digital dalam kegiatan ini mencakup pemahaman identitas visual, penerapan standar desain, adaptasi templat, serta pengetahuan mengenai publikasi dan pengelolaan media sosial. Oleh karena itu, pelatihan perlu menggabungkan penjelasan konseptual dengan praktik dan pendampingan.

Pelatihan berbasis GSM dirancang untuk menghubungkan pemahaman identitas visual dengan penerapannya pada media digital. Peserta mempelajari penggunaan logo, warna, tipografi, dan tata letak, kemudian menerapkannya dalam adaptasi templat serta penyusunan materi kampanye. Praktik langsung memberi kesempatan kepada peserta untuk mencoba pedoman pada kebutuhan publikasi lembaga dan memperoleh umpan balik terhadap hasil desain.

Kajian terdahulu telah membahas identitas visual, pemanfaatan media sosial, dan standardisasi desain dalam komunikasi organisasi. Penerapan identitas visual yang konsisten dapat mendukung pengenalan karakter organisasi (Hidayat et al., 2016; Rosadi et al., 2022), sedangkan media sosial dapat digunakan sebagai saluran publikasi apabila didukung pengelolaan konten yang sesuai (Veranita et al., 2021). Artikel pengabdian dalam Dinamisia juga melaporkan pelatihan desain komunikasi visual, penyusunan guideline, dan produksi konten digital sebagai bagian dari penguatan kapasitas mitra (Stefvany et al., 2025). Meskipun demikian, evaluasi perubahan kompetensi staf lembaga pemerintah setelah pelatihan yang menggunakan GSM sebagai materi utama masih perlu didokumentasikan.

Kegiatan ini menempatkan GSM sebagai pedoman kerja sekaligus bahan pelatihan bagi staf pengelola komunikasi digital. Fokus evaluasi bukan hanya pada tersusunnya pedoman, tetapi juga pada perubahan kompetensi peserta dalam memahami identitas visual, menerapkan standardisasi desain, mengadaptasi templat, serta mengelola publikasi digital. Perubahan tersebut diamati melalui perbandingan hasil pengukuran sebelum dan sesudah pelatihan.

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i5.34673

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan ini bertujuan mengevaluasi pelatihan berbasis Graphic Standard Manual terhadap kompetensi komunikasi visual digital staf Humas BNNP Sumatera Barat. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil pretest dan posttest pada empat indikator kompetensi. Hasil kegiatan diharapkan menjadi bahan bagi mitra untuk memperbaiki konsistensi dan pengelolaan materi komunikasi digital, khususnya untuk kampanye pencegahan narkotika.

2. METODE

Kegiatan ini menggunakan pendekatan evaluatif kuantitatif dengan desain pre-experimental one-group pretest–posttest. Pengukuran dilakukan terhadap kelompok peserta yang sama sebelum dan sesudah pelatihan untuk mendeskripsikan perubahan kompetensi komunikasi visual digital setelah mengikuti pelatihan berbasis Graphic Standard Manual (GSM).

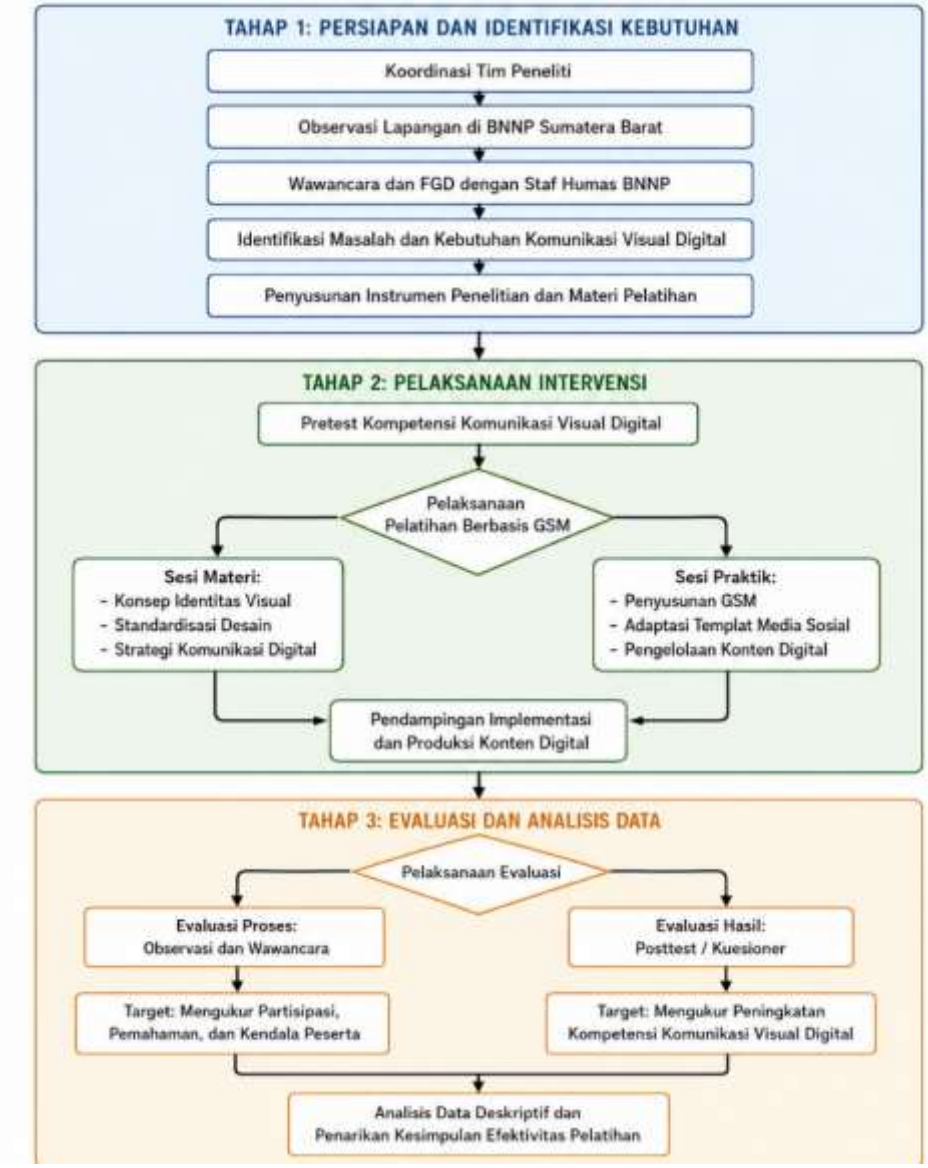
$$O_1 \rightarrow X \rightarrow O_2$$

Keterangan: O_1 merupakan pengukuran kompetensi sebelum pelatihan (pretest), X merupakan pelatihan berbasis GSM, dan O_2 merupakan pengukuran kompetensi setelah pelatihan (posttest).$O_1 X O_2$

Kegiatan dilaksanakan di Badan Narkotika Nasional Provinsi (BNNP) Sumatera Barat, Kota Padang. Peserta berjumlah 15 orang staf Hubungan Masyarakat dan pengelola media digital BNNP Sumatera Barat. Peserta ditentukan dengan teknik total sampling, yaitu seluruh staf yang terlibat dalam pengelolaan komunikasi dan media digital diikutsertakan. Intervensi berupa pelatihan berbasis GSM, sedangkan aspek yang dievaluasi adalah kompetensi komunikasi visual digital. Kompetensi tersebut dilihat melalui empat indikator: (1) pemahaman konsep dasar identitas visual institusi; (2) penguasaan standardisasi desain visual melalui GSM; (3) keterampilan mengadaptasi templat konten digital; dan (4) pengetahuan strategi publikasi dan pengelolaan media sosial.

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga tahap. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan melalui observasi, wawancara, dan Focus Group Discussion (FGD) dengan pihak BNNP Sumatera Barat. Identifikasi diarahkan pada kondisi awal kompetensi staf, konsistensi desain yang digunakan, kebutuhan pedoman visual, dan karakteristik media digital yang dikelola. Hasilnya menjadi dasar penyusunan materi pelatihan dan GSM. Tahap kedua adalah intervensi melalui lokakarya dan pendampingan praktik selama tiga hari. Materi mencakup identitas visual institusi, penyusunan GSM, strategi komunikasi digital, adaptasi templat media sosial, pembuatan konten, konsep video profil, dan penerapan elemen visual pada media publikasi. Metode yang digunakan meliputi pemaparan materi, demonstrasi, diskusi, praktik, penugasan, dan pendampingan individual.

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i5.34673



Gambar 1. Diagram Alir Kegiatan
(Sumber: Pengolahan Data Kegiatan)

Susunan kegiatan pelatihan yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Susunan Acara Kegiatan

No.	Waktu	Materi dan kegiatan
1	Hari ke-1, Sesi 1	Pemahaman dasar identitas visual dan relevansinya bagi institusi pemerintah
2	Hari ke-1, Sesi 2	Penyusunan *Graphic Standard Manual* BNNP Sumatera Barat
3	Hari ke-2, Sesi 1	Strategi komunikasi digital dan pengelolaan media yang interaktif
4	Hari ke-2, Sesi 2	Praktik adaptasi templat media sosial dan penyusunan konsep video profil
5	Hari ke-3	Pendampingan penerapan desain terstandarisasi dan produksi konten digital

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i5.34673

Pada tahap pelaksanaan, peserta mempraktikkan penggunaan logo, palet warna, tipografi, tata letak, ilustrasi, dan elemen grafis sesuai pedoman GSM. Peserta juga menyusun templat konten yang dapat digunakan kembali pada berbagai platform digital. Pendampingan individual diberikan untuk mengakomodasi perbedaan kemampuan teknis peserta. Perangkat lunak yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan praktik, antara lain Canva dan aplikasi pengolahan video. Tahap ketiga adalah evaluasi melalui kuesioner pretest dan posttest. Observasi dan wawancara singkat digunakan sebagai data pendukung untuk mencatat partisipasi, penerapan pedoman desain, kendala penggunaan perangkat lunak, dan kemandirian peserta dalam memproduksi konten.

Skor kuesioner dikonversi menjadi persentase dengan rumus berikut:

$$P = \frac{\text{Skor yang diperoleh}}{\text{Skor maksimum}} \times 100\%$$

Peningkatan kompetensi dihitung dengan membandingkan nilai rata-rata sebelum dan sesudah pelatihan menggunakan rumus berikut:

$$\Delta P = P_{\text{posttest}} - P_{\text{pretest}}$$

Data dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan persentase pada setiap indikator dan nilai rata-rata keseluruhan. Pelatihan dinilai menunjukkan peningkatan apabila nilai posttest lebih tinggi daripada nilai pretest. Hasil kuesioner disajikan dalam tabel, sedangkan observasi dan wawancara digunakan untuk menjelaskan proses pelaksanaan serta kendala yang ditemukan. Karena analisis yang digunakan bersifat deskriptif, hasil perbandingan tidak ditafsirkan sebagai bukti signifikansi statistik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Kebutuhan Komunikasi Visual Digital

Observasi, wawancara, dan Focus Group Discussion (FGD) bersama staf Humas BNNP Sumatera Barat menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi visual digital belum didukung pedoman identitas visual yang baku. Penggunaan logo, warna, tipografi, tata letak, dan elemen grafis pada konten media sosial serta website belum konsisten. Dalam kondisi tersebut, karakter visual lembaga belum diterapkan secara seragam dan produksi konten masih dipengaruhi oleh preferensi pengelola.

Identifikasi awal juga menemukan perbedaan kemampuan staf dalam menggunakan perangkat lunak desain. Sebagian peserta telah mampu mengoperasikan aplikasi desain dasar, sedangkan peserta lainnya masih memerlukan pendampingan dalam menyusun tata letak, memilih tipografi, menyesuaikan ukuran konten, dan menerapkan elemen visual. Temuan ini menjadi dasar pengembangan GSM dan penentuan materi pelatihan sesuai kebutuhan komunikasi digital BNNP Sumatera Barat.

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i5.34673



Gambar 2. Kegiatan observasi dan FGD bersama staf Humas BNNP Sumatera Barat

Dalam FGD, peserta dan tim pelaksana menelaah aset komunikasi digital yang telah digunakan. Pembahasan mengarah pada kebutuhan pedoman yang dapat diterapkan secara konsisten pada media sosial, website, infografis, materi kampanye, dan video profil. GSM kemudian disusun sebagai acuan penggunaan logo, warna utama dan pendukung, tipografi, tata letak, ilustrasi, serta contoh penerapannya. Kebutuhan tersebut sejalan dengan pembahasan mengenai peran konsistensi elemen visual dalam membangun pengenalan identitas organisasi (Swasty & Utama, 2017).

2. Pelaksanaan Pelatihan Berbasis *Graphic Standard Manual*

Pelatihan dilaksanakan melalui pemaparan materi, demonstrasi, diskusi, praktik langsung, dan pendampingan individual. Sebelum kegiatan inti, peserta mengerjakan pretest untuk menggambarkan kompetensi awal. Materi meliputi konsep identitas visual institusi, standardisasi desain, penggunaan GSM, strategi komunikasi digital, adaptasi templat media sosial, dan pengelolaan konten. Pada sesi praktik, peserta menerapkan pedoman GSM untuk membuat templat media sosial, materi edukasi anti-narkoba, konsep video profil, serta elemen visual untuk website. Peserta memperoleh arahan mengenai penggunaan logo secara proporsional, pemilihan warna, penerapan tipografi, dan penyesuaian tata letak berdasarkan kebutuhan media.



Gambar 3. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan berbasis GSM

Praktik langsung memberi kesempatan kepada peserta untuk menerapkan materi pada kebutuhan publikasi lembaga. Catatan pelaksanaan menunjukkan bahwa peserta terlibat dalam diskusi, mengajukan pertanyaan, dan memperbaiki desain berdasarkan masukan fasilitator.

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i5.34673

Luaran praktik berupa draf templat visual yang dapat digunakan kembali untuk publikasi BNNP Sumatera Barat. Penggunaan satu pedoman bersama membantu mengarahkan proses produksi agar lebih teratur, tanpa membatasi penyesuaian konten sesuai kebutuhan. Pola pelatihan yang menggabungkan pengenalan desain dan praktik penggunaan aplikasi juga dilaporkan dalam kegiatan pengabdian lain di Dinamisia (Stefvany et al., 2025).

3. Peningkatan Kompetensi Komunikasi Visual Digital

Perubahan kompetensi dievaluasi melalui perbandingan hasil pretest dan posttest pada empat indikator. Ringkasan hasil pengukuran disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan Kompetensi Sebelum dan Setelah Pelatihan

No.	Indikator Kompetensi	Pretest	Posttest	Peningkatan
1	Pemahaman konsep dasar identitas visual institusi	30%	85%	55 poin persentase
2	Penguasaan standardisasi desain visual melalui GSM	25%	80%	55 poin persentase
3	Keterampilan mengadaptasi templat konten digital	35%	90%	55 poin persentase
4	Pengetahuan strategi publikasi dan pengelolaan media sosial	30%	85%	55 poin persentase
Rata-rata keseluruhan		30%	85%	55 poin persentase

Berdasarkan Tabel 2, nilai rata-rata kompetensi peserta meningkat dari 30% pada pretest menjadi 85% pada posttest, atau bertambah 55 poin persentase. Pada tingkat indikator, pemahaman konsep dasar identitas visual meningkat dari 30% menjadi 85%. Hasil ini menunjukkan bahwa setelah pelatihan peserta memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai fungsi identitas visual sebagai representasi karakter dan kredibilitas lembaga. Desain dalam konteks ini tidak hanya menjadi unsur dekoratif, tetapi juga bagian dari penyampaian informasi kelembagaan.

Penguasaan standardisasi desain visual melalui GSM meningkat dari 25% menjadi 80%. Nilai posttest pada indikator ini merupakan yang terendah di antara empat indikator, sehingga penerapan ketentuan logo, warna, tipografi, dan tata letak masih memerlukan penguatan. Sementara itu, keterampilan mengadaptasi templat konten digital meningkat dari 35% menjadi 90%, sekaligus menjadi nilai posttest tertinggi. Hasil tersebut sejalan dengan fokus praktik pelatihan yang memberi kesempatan kepada peserta untuk menyesuaikan komposisi, teks, ukuran, dan elemen grafis pada templat.

Pengetahuan mengenai strategi publikasi dan pengelolaan media sosial meningkat dari 30% menjadi 85%. Peserta memperoleh pemahaman bahwa komunikasi digital perlu mempertimbangkan kesesuaian pesan, karakteristik audiens, format media, dan konsistensi publikasi. Temuan ini berkaitan dengan kajian mengenai pemanfaatan media sosial sebagai saluran komunikasi dan publikasi (Padapi et al., 2022; Veranita et al., 2021). Secara umum, hasil pretest–posttest memperlihatkan peningkatan pada keempat indikator setelah pelatihan. Hasil ini bersifat deskriptif dan tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan signifikansi statistik.

Peningkatan 55 poin persentase merupakan selisih deskriptif antara nilai rata-rata pretest dan posttest. Penelitian ini tidak melakukan uji inferensial, sehingga belum dapat menyatakan bahwa perbedaan tersebut signifikan secara statistik. Pengujian lanjutan dapat dilakukan apabila data skor individual tersedia dan memenuhi persyaratan analisis yang sesuai.

4. Efektivitas GSM dalam Penguatan Komunikasi Digital

Hasil kegiatan memperlihatkan dua fungsi GSM dalam konteks BNNP Sumatera Barat.

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i5.34673

Pertama, GSM menjadi acuan standardisasi penggunaan identitas visual pada materi komunikasi lembaga. Kedua, GSM menjadi bahan pembelajaran bagi staf untuk memahami penerapan elemen desain pada media digital. Kesamaan acuan memungkinkan materi yang dibuat oleh pengelola berbeda tetap mengikuti ketentuan visual yang sama. Hal ini sejalan dengan pembahasan mengenai peran identitas visual dalam membangun konsistensi dan pengenalan organisasi (Rosadi et al., 2022).

Dari sisi operasional, templat yang telah disiapkan dapat digunakan kembali dengan menyesuaikan teks, gambar, dan informasi kampanye. Hal ini berpotensi mempermudah proses produksi konten dan membantu staf bekerja lebih mandiri. Namun, kegiatan ini belum mengukur waktu produksi, biaya pembuatan konten, jangkauan publikasi, interaksi audiens, ataupun perubahan kesadaran masyarakat. Oleh karena itu, nilai tambah yang dapat dilaporkan berdasarkan data yang tersedia terbatas pada peningkatan kompetensi peserta dan tersedianya draf templat visual; dampak ekonomi dan perubahan perilaku audiens belum dapat disimpulkan.

5. Kendala Pelaksanaan dan Strategi Penyesuaian

Kendala utama selama pelatihan adalah perbedaan kemampuan awal peserta dalam menggunakan perangkat lunak desain. Sebagian peserta belum terbiasa menggunakan aplikasi profesional seperti Adobe Illustrator dan Adobe Premiere Pro, yang membutuhkan keterampilan teknis serta perangkat dengan spesifikasi memadai. Untuk mengurangi hambatan tersebut, pendampingan disesuaikan dengan kemampuan peserta. GSM utama disusun menggunakan perangkat lunak desain profesional, sedangkan templat turunannya disiapkan melalui platform yang lebih mudah diakses, seperti Canva untuk desain visual dan CapCut untuk pengolahan video. Penyesuaian ini membantu peserta menerapkan ketentuan visual tanpa harus menguasai seluruh fitur perangkat lunak profesional.

6. Implikasi dan Keterbatasan Penelitian

Secara praktis, hasil kegiatan dapat menjadi dasar bagi BNNP Sumatera Barat untuk menggunakan GSM sebagai acuan produksi materi komunikasi digital. Penerapannya perlu dilakukan secara konsisten pada media sosial, website, video, infografis, bahan presentasi, dan media kampanye lainnya. Pemeriksaan berkala diperlukan untuk memastikan materi publikasi mengikuti pedoman yang telah disusun. Dari sisi pengembangan program, pelatihan lanjutan dapat diarahkan pada pengelolaan media sosial, digital storytelling, dan optimasi website.

Kegiatan ini memiliki keterbatasan. Peserta berjumlah 15 orang dan berasal dari satu institusi, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke lembaga lain. Desain satu kelompok tanpa kelompok kontrol juga membatasi penarikan kesimpulan mengenai hubungan sebab-akibat. Pengukuran dilakukan segera setelah pelatihan dan belum menilai keberlanjutan kompetensi. Selain itu, data yang disajikan belum mencakup skor individual, rincian butir kuesioner, maupun ukuran dampak terhadap kinerja publikasi. Evaluasi berikutnya perlu melengkapi instrumen dan rubrik penilaian, melakukan pengukuran tindak lanjut, serta mencatat indikator kinerja komunikasi digital.

4. KESIMPULAN

Pelatihan berbasis Graphic Standard Manual (GSM) di BNNP Sumatera Barat diikuti oleh 15 staf Humas dan pengelola media digital. Hasil evaluasi deskriptif menunjukkan peningkatan nilai rata-rata kompetensi dari 30% pada pretest menjadi 85% pada posttest, atau bertambah 55 poin persentase. Peningkatan terlihat pada pemahaman identitas visual, penguasaan standardisasi desain, adaptasi templat konten digital, serta pengetahuan strategi publikasi dan

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i5.34673

pengelolaan media sosial. Keterampilan adaptasi templat memperoleh nilai posttest tertinggi (90%), sedangkan standardisasi desain melalui GSM memperoleh nilai 80% dan masih memerlukan penguatan. Pelatihan menghasilkan draf templat visual dan memberi peserta pengalaman menerapkan pedoman secara langsung. Namun, kegiatan ini belum mengukur dampak ekonomi, respons audiens, ataupun keberlanjutan kompetensi. BNNP Sumatera Barat perlu menerapkan GSM secara konsisten dan melakukan evaluasi berkala. Kegiatan lanjutan disarankan melengkapi instrumen penilaian, mengukur kompetensi setelah beberapa waktu, serta mencatat kinerja publikasi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Putra Indonesia YPTK Padang atas dukungan dan pembiayaan atas penelitian dan kepada Kantor Badan Narkotika Nasional Provinsi (BNNP) Sumatera Barat yang telah memberikan data dan memfasilitasi kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. Y., Irawanto, R., & Arizal, F. W. (2024). Perancangan brand identity sebagai upaya rebranding SMK Walisongo 1 Gempol. JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts, 4(4), 428–444. https://doi.org/10.17977/um064v4i42024p428-444

Aridho, A., Damanik, D., Bungana, R., & Ibrahim, M. (2024). Analisis kebijakan pemerintah dalam menangani tindak pidana penyalahgunaan narkotika di kalangan remaja. Jurnal Kajian Ilmu Hukum dan Politik, 2(1), 265–275. https://doi.org/10.51903/jaksa.v1i3.1534

Darmais, D., Fatmawati, F., & Malik, I. (2022). Upaya Badan Narkotika Nasional dalam pencegahan penyelundupan narkoba di Kabupaten Nunukan. Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik, 8(3), 316–326. https://doi.org/10.26618/kjap.v8i3.9219

Hidayat, G. R., Bahrudin, M., & Riqqoh, A. K. (2016). Perancangan brand identity Xinxin Home Industry berbasis nature sebagai upaya peningkatan brand awareness. Art Nouveau, 5(2), 1–11.

Mintawati, H., & Budiman, D. (2021). Bahaya narkoba dan strategi penanggulangannya. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Putra, 1(2), 27–33. https://doi.org/10.52005/abdiputra.v1i2.95

Padapi, A., Haryono, I., & Rukmelia. (2022). Pemanfaatan sosial media sebagai media promosi produk agribisnis. Jurnal Sains dan Teknologi Industri Peternakan, 2(2), 30–36.

Purbanto, H., & Hidayat, B. (2023). Penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja dalam perspektif psikologi. Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan, 20(1), 1–13.

Rosadi, A., Marwiji, M. H., & Supiyandi, D. (2022). Peningkatan pendapatan UMKM masyarakat desa dengan menerapkan metode branding dan pemasaran melalui media sosial masa pandemi Covid-19. Pastabiq: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 1(1), 11–16. https://doi.org/10.56223/pastabiq.v1i1.2

Stefvany, T., Wiraseptya, T., & Diana, Y. (2025). Optimizing visual communication design in the development of Teluk Buo Tourism Village: Optimalisasi desain komunikasi visual dalam pengembangan Desa Wisata Teluk Buo. Dinamisia: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 9(2), 467–478. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v9i2.23750

Swasty, W., & Utama, J. (2017). Warna sebagai identitas merek pada website. ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia, 3(1), 1–16. https://doi.org/10.33633/andharupa.v3i01.1294

Veranita, M., Susilowati, R., & Yusuf, R. (2021). Pemanfaatan platform media sosial Instagram sebagai media promosi industri kuliner saat pandemi Covid-19 (Studi kasus pada akun @kolakcampurkolaku). Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, 17(3), 279–290. https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.279-290