

PENERAPAN DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL DI SMK TEUKU UMAR

Ade Mardiansyah¹, Aldo², Damas Aryanto³, Endru Yuda Muslim⁴, Frans Liman Dibrata⁵, Giardo Nur Alfajianzah⁶, Irsyad Ikhsanudin⁷, Muhamad Fauzi⁸, Rizqi Maulana⁹, Yudha Febriansyah¹⁰

¹⁻¹⁰Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Jl. Puspitek, Buaran, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310

¹⁻¹⁰Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pamulang

e-mail: ¹ademardiansyah17@gmail.com, ²doalddo@gmail.com, ³damasaryanto2002@gmail.com, ⁴endruym@gmail.com, ⁵franslimandibrata98@gmail.com, ⁶giardonuralfajianzah@gmail.com, ⁷irsyadikhsanudin@gmail.com, ⁸mmuhammadfauzi@gmail.com, ⁹iqimaulana947@gmail.com, ¹⁰yudhafbryns52@gmail.com

Abstract

The rapid development of today's social media is caused by everyone who feels like they can "own" their own media. Social media is also not spared from the various functions that we can take, such as building relationships, opening and looking for jobs, and also doing business can also be done with social media. The most relevant business strategy in the marketing aspect uses digital tools or known as digital marketing, namely marketing methods carried out using the help of digital instruments, especially the internet along with the various applications contained therein and the equipment that supports the use of this media, which allows the creation of a network or connectedness with many parties, in this case between producers/sellers and customers, without being limited by distance, time, and place. Where the purpose of this service activity is to increase understanding of Digital Marketing, the use and also what strategies are in digital marketing. We, from the Community Service Program Team (PKM) at Pamulang University (UNPAM), consisting of 10 people, are called upon to participate in helping solve problems faced by Teuku Umar Vocational High School students by using the method of implementing digital marketing through social media.

Abstrak

Pesatnya perkembangan media sosial masa kini disebabkan oleh semua orang yang merasa seperti bisa "memiliki" media sendiri. Media sosial juga tidak luput dari bermacam – macam fungsi yang dapat kita ambil, Seperti membangun relasi, membuka dan mencari lapangan pekerjaan, dan juga berbisnis dapat dilakukan juga dengan ada nya media sosial. Strategi bisnis yang paling relevan dalam aspek pemasaran menggunakan alat digital atau dikenal dengan digital marketing, yaitu metode pemasaran yang dilakukan menggunakan bantuan instrumen digital, utamanya internet beserta beragam aplikasi yang terdapat di dalamnya dan peralatan yang mendukung penggunaan media tersebut, yang memungkinkan terciptanya sebuah jaringan atau keterhubungan dengan banyak pihak, dalam hal ini antara produsen/penjual dengan pelanggan, tanpa dibatasi oleh jarak, waktu, dan tempat. Dimana tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman mengenai Digital Marketing, pemanfaatan dan juga strategi apa saja yang ada di dalam digital marketing. Kami dari Tim Program Pengabdian Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang (UNPAM) yang beranggotakan 10 Orang terpanggil untuk ikut serta membantu memecahkan persoalan yang dihadapi oleh siswa SMK Teuku Umar dengan menggunakan metode Penerapan digital marketing melalui media sosial

Keywords: Penerapan Digital Marketing; Media; Sosial; Siswa; Sosialisasi;

1. PENDAHULUAN

Media sosial (sering disalah tuliskan sebagai **sosial media**) adalah sebuah media daring yang digunakan satu sama lain yang mana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia [1].

Pesatnya perkembangan media sosial masa kini disebabkan oleh semua orang yang merasa seperti bisa “memiliki” media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial digital [2]. Seorang pengguna bisa mengakses media sosial dengan fasilitas jaringan internet yang lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal, dan dilakukan sendiri tanpa memerlukan karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, dan memodifikasi (baik tulisan, gambar, video, grafis dan berbagai model konten lainnya) [3] [4].

Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa yang saling membagi ide, bekerja sama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan seseorang sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan media sosial berkembang pesat. Tidak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan personal branding [5].

Media sosial juga tidak luput dari bermacam – macam fungsi yang dapat kita ambil, Seperti membangun relasi, membuka dan mencari lapangan pekerjaan, dan juga berbisnis dapat dilakukan juga dengan ada nya media sosial. Strategi bisnis yang paling relevan dan mampu menjawab tantangan kompetisi pasar yang semakin meningkat adalah strategi bisnis yang mampu mengakomodir kriteria pasar melalui pemanfaatan berbagai jenis sarana dan prasarana yang juga semakin maju dan berkembang [6].

Salah satu strategi tersebut adalah strategi dalam aspek pemasaran menggunakan alat digital atau dikenal dengan digital marketing, yaitu metode pemasaran yang dilakukan menggunakan bantuan instrumen digital, utamanya internet beserta beragam aplikasi yang terdapat di dalamnya

dan peralatan yang mendukung penggunaan media tersebut, yang memungkinkan terciptanya sebuah jaringan atau keterhubungan dengan banyak pihak, dalam hal ini antara produsen/penjual dengan pelanggan, tanpa dibatasi oleh jarak, waktu, dan tempat.

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara daring dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia. Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya [7].

Yayasan Pengembangan Infaq (YPI) Baitul maal merupakan lembaga sosial yang menaungi SMK Teuku Umar yang beralamat di Jl. Ceger Raya 55 C, Kelurahan Jurangmangu Timur, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan yang didirikan oleh para alumni STAN-Prodi Keuangan pada tahun 1989 yang bertujuan untuk membantu warga pondok aren dan sekitarnya yang tidak mampu untuk mengenyam pendidikan khususnya untuk anak-anak yatim dan dhuafa maka dari itu sekolah ini gratis tanpa berbayar sedikit pun.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, kami selaku dari tim program pengabdian kepada masyarakat yang beranggotakan 10 orang merasa terpanggil untuk ikut serta membantu mensosialisasikan kepada siswa-siswi SMK Teuku Umar dengan judul PKM: **“Penerapan Digital Marketing melalui media sosial di SMK Teuku Umar”**

2. METODE

Metode yang kami akan lakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah : (1). Sosialisasi untuk membantu memberikan pemahaman tentang digital marketing kepada siswa-siswa SMK Teuku Umar. (2). Memberikan informasi apa saja pemanfaatan digital marketing yang dapat diambil untuk pembelajaran khususnya untuk jurusan pemasaran. (3). Membantu

memberikan strategi apa saja yang ada di dalam digital marketing yang dapat diakses melalui media sosial. (4). Membantu menginformasikan platform apa saja yang dapat digunakan untuk menerapkan digital marketing [8].

Sasaran program Pengabdian Kepada Masyarakat yang akan di tuju adalah para siswa – siswi di SMK Teuku Umar, yang berjumlah kurang lebih sekitar 20 orang menyesuaikan kondisi lokasi terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM).

Metode yang digunakan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini berupa pengenalan dan pemaparan materi tentang Penerapan Digital Marketing melalui media sosial yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman informasi kepada para peserta yang terdiri dari para siswa/siswi SMK Teuku Umar. Kegiatan dilakukan secara tatap muka di ruang kelas selama durasi waktu 2-3 jam dalam waktu 1 hari. Sebelum pelaksanaan kegiatan, hal yang perlu dilakukan adalah observasi atau pengamatan untuk pengumpulan data yang berkaitan dengan kebutuhan materi dan ketidaktahuan para peserta dalam wawasan penggunaan media sosial yang baik dan benar [9].

Maka diharapkan bahwa materi yang akan tim Pengabdian kepada masyarakat (PKM) paparkan dapat terealisasi dengan baik, sebagaimana kita ketahui bahwa perkembangan teknologi informasi khususnya dibidang sistem informasi tentu sangat bermanfaat bagi sosialisasi masyarakat [10].

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada :

- a. Hari/Tanggal: 22 Oktober 2022
- b. Waktu: 13.00 WIB s/d Selesai
- c. Tempat: Ruang Kelas SMK Teuku Umar
- d. Tema: Penerapan Digital Marketing Melalui Media Sosial di SMK Teuku Umar

Adapun Realisasi pelaksanaan sosialisasi penerapan digital marketing melalui media sosial melewati tahapan -tahapan sebagai berikut:

- a. Pembukaan yang berisi sambutan - sambutan sekaligus perkenalan baik itu dari perwakilan sekolah dan pihak mahasiswa.
- b. Penyampaian materi yang dipaparkan oleh pemateri yang sudah ditentukan dengan menggunakan media Power Point agar materi yang disampaikan lebih mudah dimengerti oleh peserta.

- c. Sesi tanya jawab dimana peserta diberikan kesempatan untuk menanyakan permasalahan mengenai digital marketing melalui media sosial, baik itu dari materi yang di sampaikan atau diluar materi yang disampaikan.
- d. Sesi games dan quiz bertujuan untuk mengevaluasi pemahaman peserta terkait materi yang telah disampaikan.
- e. Foto bersama dan pemberian piagam sebagai tanda terima kasih dari perwakilan mahasiswa kepada pihak sekolah.

3. HASIL

PKM yang dilaksanakan dengan kegiatan utama yaitu tatap muka dan sosialisasi penerapan digital marketing melalui media sosial untuk meningkatkan produktivitas pembelajaran berjalan dengan lancar.

Hasil yang didapatkan terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMK Teuku Umar, Pondok Aren cukup signifikan. Pemaparan materi yang diuraikan cukup dipahami dengan baik oleh para siswa.

Beberapa capaian dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, diantaranya :

- a. Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman para siswa SMK Teuku Umar dalam mengenal dan menerapkan penerapan digital marketing melalui media sosial guna menjadi pengguna sosial media yang baik dan dapat memanfaatkan sosial media menjadi hal positif serta menciptakan peluang usaha.
- b. Memberikan edukasi tentang pentingnya aspek dalam menggunakan sosial media.
- c. Memberikan pemaparan mengenai platform – platform apa saja yang dapat digunakan untuk menerapkan digital marketing.
- d. Memberikan informasi strategi apa saja yang ada didalam digital marketing.
- e. Membantu para siswa mengenali manfaat apa saja yang dapat diambil dalam digital marketing.

4. PEMBAHASAN

Pada sesi pembahasan materi memberikan pemaparan materi tentang apa itu digital marketing, pemanfaatan yang dapat diambil dari digital marketing, strategi apa saja yang ada di dalam digital marketing, hingga platform apa saja yang dapat digunakan untuk menerapkan digital marketing. Setelah dilakukan penyampaian mengenai platform -platform apa saja yang ternyata

dapat digunakan dalam digital marketing, pemaparan ini dilakukan dengan serius dan disambut antusias oleh para peserta.

Sesi selanjutnya yaitu pengabdian masyarakat memberikan pelatihan penerapan terhadap siswa-siswi tentang digital marketing melalui media sosial sehingga peserta dapat jelas memahami materi yang disampaikan oleh pemateri sebelumnya.

Setelah dilakukan penyuluhan, peserta dapat menanyakan kembali apabila ada yang dirasa kurang dimengerti dalam penjelasan materi sebelumnya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil sosialisasi PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) dapat disimpulkan, Para siswa dapat memahami dan menyerap materi tentang pembelajaran digital marketing melalui media sosial yang telah di paparkan oleh pemateri dan juga para siswa berperan aktif untuk berpartisipasi dalam sosialisasi yang telah dilakukan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami sebagai penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak SMK Teuku Umar yang sudah membantu serta memberikan dukungan terkait dengan kegiatan PKM yang telah kami lakukan, seperti menyediakan fasilitas ruangan, membantu dalam penyusunan jadwal kegiatan, dan lain sebagainya. Kegiatan ini telah memberi kami peluang untuk membantu masyarakat terutama siswa –siswi SMK Teuku Umar dan menjadi lebih peduli terhadap penerapan Digital Marketing yang dapat dimanfaatkan melalui media sosial.

DOKUMENTASI KEGIATAN

Berikut adalah beberapa hasil dokumentasi dalam pelaksanaan PKM pada kegiatan ini.



Gambar 1. Sambutan Ketua PKM



Gambar 2. Sambutan Kepala SMK Teuku Umar



Gambar 3. Pemaparan Materi



Gambar 4. Foto Bersama



Gambar 5. Penyerahan Piagam

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Sutisna *Et Al.*, “Pengenalan Microsoft Office Kepada Siswa Sekolah Menengah Pertama Smp Pingku,” *Abdi J. Publ.*, Vol. 3, No. 1, Pp. 109–111, 2022.
- [2] Mohammad Yazdi, “E-Learning Sebagai Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Teknologi Informasi,” *J. Ilmua Foristek*, Vol. 2 (1), No. 1, Pp. 143–152, 2012.
- [3] R. A. Sagita And H. Sugiarto, “Penerapan Metode Waterfall Pada Sistem Informasi Penjualan Furniture Berbasis Web,” *Netw. Secur.*, Vol. 5, No. 4, P. 13, 2016, [Online]. Available: <https://www.cliffedekkerhofmeyr.com/Export/Sites/Cdh/En/Practice-Areas/Downloads/Employment-Strike-Guideline.Pdf>.
- [4] N. Ratama, “Analisa Dan Perbandingan Sistem Aplikasi Diagnosa Penyakit Asma Dengan Algoritma Certainty Factor Dan Algoritma Decision Tree Berbasis Android,” *J. Inform. J. Pengemb. It*, Vol. 3, No. 2, Pp. 177–183, 2018, Doi: 10.30591/Jpit.V3i2.848.
- [5] N. Ratama *Et Al.*, “Sosialisasi Penggunaan Ecommerce Dalam Perkembangan Bisnis Di Era Digital,” *Abdi J. Publ.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 6–12, 2022.
- [6] W. A. Wiwi And M. Syahlanisyiam, “Sosialisasi Penggunaan Internet Yang Sehat Bagi Anak-Anak Di Yayasan Domyadhu,” *Abdi J. Publ.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 13–17, 2022.
- [7] F. Yanti And J. Sutresna, “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Customer Terbaik Menggunakan Metode Wp,” *J. Artif. Intell. Innov. Appl.*, Vol. 1, No. 2, Pp. 90–95, 2020.
- [8] P. Irfan Rizka Akbar, Arif Hidayat, “Penyuluhan Kemampuan Berwirausaha Dalam,” *Abdi J. Publ.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 18–23, 2022.
- [9] D. Handayani, Y. Yudiana, And Y. Wahyudin, “Rancang Bangun Sistem Penunjang Keputusan Penentuan Penerima Beasiswa Menggunakan Metode Simple Additive Weighting,” *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. Dan Komun.*, Vol. 15, No. 3, Pp. 19–25, 2021, Doi: 10.35969/Interkom.V15i3.106.
- [10] A. V. Putrisia, C. Ain, And A. Rahman, “Analisa Produktivitas Primer Sebagai Upaya Pengelolaan Kualitas Air Di Waduk Jatibarang, Semarang,” *Trit. J. Manaj. Sumberd. Perair.*, Vol. 18, No. 1, Pp. 1–9, 2022, Doi: 10.30598/Tritonvol18issue1page1-9.