



SOSIALISASI *DIGITAL MARKETING* MELALUI KONTEN SOSIAL MEDIA SEBAGAI UPAYA MENUMBUHKAN MINAT WIRAUSAHA SISWA MA ASSA'ADAH BUNGAH

Fatihatus Sahliyah¹, Nur Fadhillah², Achmad Fahim³

^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Qomaruddin Gresik

Pos-el : fsahliyah@gmail.com¹⁾,
fadilaabdullah@gmail.com²⁾,
fahim.achmad50@gmail.com³⁾

Received 30 September 2023; Received in revised form 29 December 2023; Accepted 5 February 2024

Abstrak

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang digital marketing serta pemanfaatan konten media sosial dalam strategi pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan pembuatan konten instagram sebagai sarana pemasaran. Pelaksanaan sosialisasi dalam bentuk seminar interaktif yaitu pemaparan materi dilanjutkan sesi tanya jawab seputar materi digital marketing yang telah disampaikan, kemudian dilanjutkan pelatihan membuat konten instagram menggunakan aplikasi Canva. Pada tahap evaluasi, tim pengabdian memberikan post test dalam bentuk praktek langsung membuat konten menggunakan smartphone sekaligus penyampaian kendala sekaligus mencari solusinya. Hasil kegiatan menunjukkan sebesar 95% peserta memahami materi digital marketing yang disampaikan, ditunjukkan dengan perubahan pengetahuan dan peningkatan skill setelah mengikuti kegiatan sosialisasi. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan siswa/i MA Assa'adah dapat memanfaatkan dan memaksimalkan potensi untuk memulai berwirausaha dan menumbuhkan jiwa entrepreneur muda melalui digital sebagai sarana pemasaran.

Kata kunci: *Digital marketing, siswa, sosialisasi, wirausaha*

Abstract

The purpose of this program is to increase student's understanding of digital marketing, and using social media content in digital marketing strategy. This event was held in the form of socialization and training on creating Instagram content as a marketing tool. The socialization was carried out in the form of an interactive seminar, presentation and followed by a question and answer session regarding the material that had been presented. And then continued with training on creating Instagram content using the Canva application. As an evaluation, the team provides a post-test in the form of direct practice in creating content using their own smartphone as well as conveying obstacles and finding a solution. The result of this event showed that 95% of participants understood the digital marketing material presented, indicated by the changes in knowledge and skills after participating in this event. With this event, hoped that the students can utilize and maximize their potential to start entrepreneurship and foster the spirit of young entrepreneurs through digital as a marketing tool.

Keywords: *Digital marketing, socialization, student, entrepreneur*

PENDAHULUAN

Menjadi salah satu negara dengan jumlah penduduk yang besar di dunia serta laju pertumbuhan penduduk yang tinggi seharusnya mampu menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi. Tetapi tanpa diimbangi dengan penyediaan lapangan pekerjaan yang layak, hal ini hanya akan menimbulkan permasalahan baru yaitu peningkatan pengangguran (Apriyani et al., 2022).

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pada tahun 2023 jumlah pengangguran sebesar 7,9 juta jiwa, dari jumlah tersebut sebanyak 17,99% pengangguran merupakan lulusan setingkat sekolah menengah atas. Salah satu solusi yang dilakukan pemerintah untuk mengatasi pengangguran di Indonesia adalah dengan mengembangkan program ekonomi kreatif. Dengan adanya program tersebut diharapkan dapat memunculkan jiwa *entrepreneur* dari kalangan milenial yang dapat menciptakan produk yang lebih inovatif sebagai sumber penghasilan bagi mereka sehingga memberi dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Apriyani et al., 2022).

Salah satu indikator kemajuan teknologi ditunjukkan dari peningkatan penggunaan internet. Hal ini dikarenakan internet yang makin mudah untuk diakses serta jumlah penggunaan *smartphone* yang makin besar mendorong seluruh lapisan masyarakat berada pada era yang serba digital. Dunia digital pada saat ini menjadi hal yang familiar dalam seluruh aktivitas manusia salah satunya adalah aktivitas bisnis.

Pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih seperti penggunaan internet yang kian melesat saat ini membawa solusi yang efektif bagi para kalangan milenial untuk memulai usaha karena terdapat kemudahan untuk memasarkan produknya secara luas dengan memanfaatkan digital. Media sosial berkembang menjadi media digital sebagai sarana promosi dimana para penggunanya dapat membagikan gambar, video ataupun konten yang menarik secara langsung yang dipromosikan kepada pengikutnya (Najamuddin, 2022).

Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran yang terdapat branding didalamnya dengan memanfaatkan berbagai media berbasis *website* seperti blog, *adwords*, *e-mail*, *website* dan beragam jaringan media sosial lainnya (Sanjaya, 2020). Pemasaran digital merupakan penggunaan teknologi digital guna mencapai tujuan pemasaran serta usaha penyesuaian maupun pengembangan konsep pemasaran, komunikasi secara global dan mengubah cara bisnis yang dilakukan perusahaan dengan pelanggan (Febriani, 2021). Pemasaran menggunakan *digital marketing* biasanya menggunakan aplikasi atau media sosial yang menggunakan koneksi internet, karena itu pemasaran menggunakan *digital marketing* dapat menjangkau pelanggan dimanapun mereka berada asalkan terkoneksi dengan internet (Saputra, 2023). *Digital marketing* dapat diakses selama 24 jam dalam sehari. Secara garis besar *digital marketing* dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu: *website* dan



landing page, sosial media *marketing*, *search engine*, *email marketing* dan iklan secara *online*.

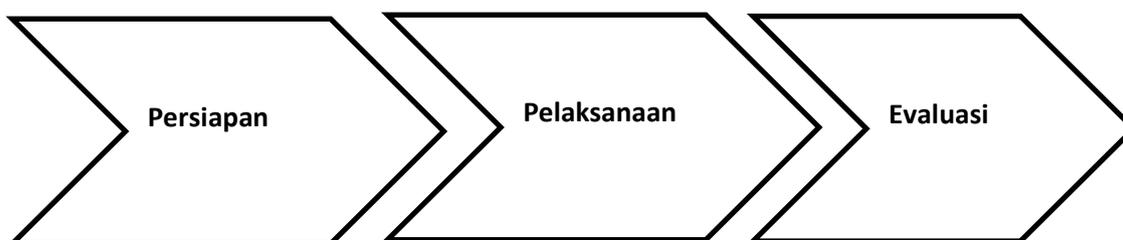
Salah satu sosial media yang banyak digunakan untuk *digital marketing* adalah Instagram. Instagram merupakan jejaring sosial paling populer di seluruh dunia terutama di kalangan remaja (Aryani & Murtiariyati, 2022). Media sosial Instagram banyak digunakan pelaku usaha karena media sosial ini memudahkan pelaku usaha untuk menampilkan foto-foto produk maupun video untuk promosi. Dalam upaya melahirkan pengusaha muda untuk meningkatkan jumlah *entrepreneur* muda pada kalangan milenial merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi. Salah satu cara yang dapat dilakukan ialah dengan memberikan tambahan ilmu pengetahuan pada siswa/i SMA untuk memanfaatkan teknologi informasi melalui *digital marketing* dalam rangka mengembangkan minat untuk menjadi *entrepreneur* sejak usia muda. MA Assa'adah merupakan salah satu sekolah menengah atas di lingkungan YPPQ Gresik. Potensi pengguna media sosial di kalangan pelajar/siswa sangat tinggi sehingga tidak susah untuk menggali potensi siswa dalam membuat konten dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana *marketing*.

Tema *digital marketing* sudah banyak digunakan dalam beberapa kegiatan pengabdian masyarakat seperti yang dilaksanakan di SMK Teuku Umar, berupa pengenalan dan pemaparan materi tentang penerapan *digital marketing* melalui media sosial (Mardiansyah et al., 2022), namun materi yang disampaikan masih dalam tahap pengenalan platform-platform yang bisa digunakan sebagai media pemasaran. Kegiatan lain dilaksanakan di SMK N 1 Rantauprapat, berupa pemahaman digital marketing melalui *facebook page* dan *google trends* (Karim et al., 2022). Kegiatan yang sama dilaksanakan di SMAN 31 Maluku Tengah yang berfokus ke sosialisasi strategi pemasaran digital, jenis pemasaran digital dan kelebihan pemasaran digital (Tuharea et al., 2023). Pengabdian masyarakat oleh (Daru et al., 2022) dengan menampilkan video pembuatan konten pada platform instagram dan youtube. Dari beberapa kegiatan pengabdian yang ada, penulis mencoba memberikan pengetahuan baru dengan fokus pada pemasaran sosial media menggunakan instagram, tidak hanya sosialisasi juga memberikan pelatihan membuat konten dengan menggunakan aplikasi Canva. Canva merupakan aplikasi gratis yang menawarkan banyak *template* untuk membuat konten berupa foto maupun video dan mudah dijalankan melalui *smartphone* (Nurhayaty et al., 2022).

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan ilmu pengetahuan dalam bentuk sosialisasi kepada siswa/i MA Assa'adah tentang pemanfaatan *digital marketing* serta pelatihan pembuatan konten instagram menggunakan aplikasi Canva sebagai peluang untuk mengembangkan minat untuk berwirausaha dan bagaimana cara terjun ke dalam pasar *digital*. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan siswa/i MA Assa'adah dapat memanfaatkan dan memaksimalkan potensi untuk memulai berwirausaha dan menumbuhkan jiwa *entrepreneur* muda melalui *digital* sebagai sarana pemasaran.

BAHAN DAN METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sosialisasi dan pelatihan kepada siswa/i kelas XII MA Ma'arif NU Assa'adah Bungah. Partisipasi mitra dalam kegiatan PKM ini adalah sebagai pihak yang mengikuti dan menyediakan tempat untuk sosialisasi serta pelatihan. Diharapkan nanti setelah mengikuti sosialisasi dan pelatihan, pengetahuan dan kemampuan mitra akan meningkat sehingga dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan pengetahuan dan *skill* terkait *digital marketing* mereka. Tahapan kegiatan dalam pelaksanaan PKM digambarkan dalam diagram berikut:



Gambar 1. Tahap pelaksanaan pengabdian masyarakat

Pelaksanaan dimulai dari tahap persiapan yaitu proses perencanaan, perizinan, koordinasi dan identifikasi masalah mitra. Pelaksanaan kegiatan inti dilaksanakan pada tanggal 13 Desember 2023 pukul 08.00 – 10.00 WIB dalam bentuk seminar interaktif dan dilanjutkan pelatihan membuat konten instagram menggunakan aplikasi Canva. Pada tahap evaluasi, tim pengabdian memberikan *post test* dalam bentuk praktek langsung membuat konten menggunakan *smartphone*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital marketing merupakan merupakan suatu proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet. Peran strategi *digital marketing* menjadi hal penting dalam mengikuti perkembangan teknologi digital dan pengembangan rencana menarik konsumen dan mengarahkan pada perpaduan antara komunikasi elektronik dan komunikasi tradisional (Febriani, 2021). Media sosial merupakan alat promosi yang populer saat ini. *Social media marketing* merupakan pemasaran melalui media sosial termasuk ke dalam aktivitas bauran promosi yang dilakukan produsen dalam upaya untuk mengkomunikasikan *brand* dari produk yang ditawarkan (Puspasari & Hadithya, 2023). Komunikasi media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap ekuitas merek (Noviani Sari Angkie & Sherly Rosalina Tanoto, 2019).

Salah satu sosial media yang banyak digunakan untuk *digital marketing* adalah Instagram. Beberapa fitur yang di aplikasi instagram yaitu pengikut (*followers*), mengunggah foto dan video (*share*), judul foto (*caption*), *mention*, hastag, geotag/lokasi, tanda suka (like/love), komentar, bahkan saat ini sudah ada fitur live, IG TV, reels dan instastory yang lebih menarik (Paramita et al., 2023).



Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “Sosialisasi *Digital Marketing* Melalui Konten Sosial Media Sebagai Upaya Menumbuhkan Minat Wirausaha Siswa MA Assa’adah Bungah” dilaksanakan dengan baik pada tanggal 13 Desember 2023 pukul 08.00-10.00 WIB bertempat di aula MA Ma’arif NU Assa’adah Bungah dan dihadiri oleh 54 peserta dari siswa/i kelas XII.

Tahap Persiapan

Adapun tahapan yang dilaksanakan dalam sebelum kegiatan dimulai yaitu: (1) Survei awal, dilakukan untuk memetakan sasaran mitra yang sesuai dengan tema pengabdian masyarakat yang diangkat. (2) Penetapan lokasi dan perizinan, MA Maarif NU Assa’adah dipilih karena rentan usia siswa sesuai dengan sasaran yang dituju yaitu pengguna media sosial potensial sebagai calon *entrepreneur* muda. (3) Identifikasi masalah, dilakukan untuk menghimpun informasi awal terkait pemanfaatan media sosial di kalangan siswa serta pengetahuan siswa tentang *digital marketing*. Hasil dari identifikasi masalah menjadi rujukan tim untuk membuat materi dan bahan pelatihan. (4) Penyusunan bahan dan materi sosialisasi, meliputi slide dan modul pelatihan Canva.

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan inti pengabdian dilaksanakan dalam bentuk seminar interaktif dengan harapan siswa/i lebih partisipatif dalam mengikuti kegiatan ini. Kegiatan dimulai dengan sambutan dari perwakilan mitra yaitu Wakil Kepala Sekolah MA Ma’arif NU Assa’adah Bungah yang menyampaikan ucapan terima kasih kepada tim PKM serta memberi motivasi kepada siswa/i untuk aktif dan bijak dalam menggunakan sosial media.



Gambar 2. Sambutan Wakil Kepala Sekolah

Selanjutnya, sesi pembahasan dimulai dengan pemaparan materi oleh tim dosen tentang kondisi era digital saat ini, pengertian dan konsep *digital marketing*, keunggulan dan pentingnya *digital marketing*, jenis-jenis media *digital*, macam-macam *platform* sosial media, hingga jenis-jenis konten yang bisa digunakan untuk media *digital marketing*. Penyampaian materi dibuat lebih interaktif dengan sesi tanya jawab dengan siswa/i.



Gambar 3. Pemaparan materi digital marketing dan *sharing session*

Sesi selanjutnya adalah *sharing session* dengan mahasiswa yang mengikuti kegiatan Wirausaha Merdeka. Mahasiswa berbagi pengalaman dalam melakukan riset serta memasarkan produk melalui sosial media. Lalu dilanjutkan dengan pelatihan singkat membuat konten yang menarik dengan menggunakan aplikasi Canva. Konten *marketing* adalah sebuah sarana promosi yang erat dengan media iklan berbasis digital yang menyajikan sebuah tontonan yang didalamnya memuat seluruh informasi mengenai sebuah produk yang akan ditawarkan kepada para konsumen dengan tujuan menarik minat untuk membeli (Puspasari & Hadithya, 2023). Hal-hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan konten adalah 1) *Design*, 2) *Current event*, 3) *Reading experience*, 4) *Timing*, 5) *Tone*. Platform instagram dikembangkan dengan konsep konten *posting*, *stories*, dan *promotion* dalam bentuk foto dan video. Aplikasi Canva dipilih dalam pembuatan konten karena (Nurhayaty et al., 2022): (1) Canva merupakan aplikasi gratis yang menawarkan banyak *template*. (2) Penggunaan aplikasi canva dapat meningkatkan kreativitas dalam membuat desain poster, presentasi, dan konten visual lainnya. (3) Bisa digunakan menggunakan *smartphone*.



Gambar 4. Pelatihan dan pendampingan pembuatan konten dengan aplikasi Canva

Tahap Evaluasi

Diakhir sesi, peserta dibentuk kelompok dan didampingi mahasiswa secara langsung untuk membuat konten digital dengan aplikasi Canva dengan memanfaatkan *smartphone* yang dimiliki. Hal ini bertujuan agar tim pengabdian dapat mengukur sejauh mana peserta memahami materi yang telah disampaikan.



Gambar 5. Pelatihan dan pendampingan pembuatan konten dengan aplikasi Canva

Beberapa capaian yang dihasilkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah: 1) Peningkatan pemahaman dan pengetahuan siswa/i MA Ma'arif NU Assa'adah Bungah terkait konsep dan pentingnya *digital marketing*. 2) Memunculkan stigma baru seru-nya berwirausaha di era digital sehingga dapat menumbuhkan jiwa *entrepreneur* di kalangan siswa/i. 3) Peningkatan *skill* membuat konten menggunakan aplikasi Canva. 4) Membantu siswa/i menggali potensi/kreativitas dalam memanfaatkan *smartphone* dan media sosial dengan bijak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan baik pada tanggal 13 Desember 2023 pukul 08.00-10.00 WIB bertempat di aula MA Ma'arif NU Assa'adah Bungah dan dihadiri oleh 54 peserta dari siswa/i kelas XII. Kegiatan diawali dengan pemaparan materi terkait *digital marketing* dan konten media sosial, selanjutnya *sharing session* dan pelatihan pembuatan konten menggunakan aplikasi Canva, dan diakhiri dengan post test berupa praktek pembuatan konten dengan pendampingan tim mahasiswa. Hasil post test menunjukkan sebesar 95% peserta memahami materi *digital marketing* yang disampaikan, ditunjukkan dengan perubahan pengetahuan dan peningkatan skill setelah mengikuti kegiatan sosialisasi.

Saran yang diberikan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pembentukan kelompok kecil lebih lanjut agar program pendampingan dapat lebih intens dan menghasilkan output yang lebih maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Qomaruddin Gresik yang telah memberikan dana hibah pengabdian sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik. Selanjutnya ucapan terima kasih kepada segenap guru dan siswa MA Ma'arif NU Assa'adah Bungah yang memberikan kesempatan kepada tim untuk berbagi ilmu.

DAFTAR RUJUKAN

- Apriyani, N. R., ZA, S. Z., Ramadhani, S. E. N., Vauza, V. T. S., Nabila, S., & Andre, A. (2022). Motivasi Belajar untuk Menumbuhkan Minat Berwirausaha dengan Memanfaatkan Digital Marketing sebagai Peluang Bisnis pada Siswa SMK Negeri 4 Samarinda. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(3), 160-164. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i3.206>
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466-477. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Daru, R. S., Universitas, D., Gama, W., & Samarinda, M. (2022). *Sosialisasi digitalisasi marketing di smkn 6 samarinda*. 2(2), 173-176.
- Febriani, R. (2021). Penyuluhan Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Keripik Ciping Desa Sukawana Curug Kota Serang. *ABDIKARYA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 194-202. <https://doi.org/10.47080/abdikarya.v3i2.1551>
- Karim, A., Nasution, M. B. K., & Suryadi, S. (2022). Pelatihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa SMK Negeri 1 Rantauprapat. *Journal of Social*



- Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 3(2), 115–119.
<https://doi.org/10.47065/jrespro.v3i2.2759>
- Mardiansyah, A., Aryanto, D., Muslim, E. Y., & ... (2022). Penerapan Digital Marketing Melalui Media Sosial Di Smk Teuku Umar. *Abdi Jurnal ...*, 1(2), 259–263.
<https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/article/view/69>
- Najamuddin. (2022). Media Sosial Sebagai Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid 19 Pada Wisata Malino Kabupaten Gowa. *Jurnal Sosialisasi*, 9, 155–161.
- Noviani Sari Angkie, & Sherly Rosalina Tanoto. (2019). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Equity pada Brand Fashionzara, H&M, Pull&Bear, Dan Stradivarius Di Surabaya. *Agora*, 7(2016), 1–6.
- Nurhayaty, E., Pramularso, E. Y., Marginingsih, R., & Susilowati, I. H. (2022). Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 69–77. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.10522>
- Paramita, M. K. P., Susanti, L. E., & Pambudi, B. (2023). Peranan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(4), 962–977.
<https://doi.org/10.22334/paris.v2i4.392>
- Puspasari, D., & Hadithya, R. (2023). NPemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instagram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(2), 239–252.
- Sanjaya, L. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing Pada Customer Value Dan Customer Engagement Serta Dampaknya Terhadap Repeat Purchase pada Pegipegi di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1–12.
- Saputra, A. (2023). Pelatihan Digital Marketing Bagi Siswa Sekolah Menengah Atas Aisyiyah 1 Palembang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 261–268.
- Tuharea, J., Yamarua, K., Bamatraf, Z. I., Eddy, S. M., Sehol, S. N. A., & Rumata, A. (2023). Sosialisasi Strategi Pemasaran Digital Pada Siswa Sma Negeri 31 Maluku Tengah. *Pattimura Mengabdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 168–173. <https://doi.org/10.30598/pattimura-mengabdi.1.3.168-173>