



PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* BAGI SISWA-SISWI SMK

Anindita Budi Astuti¹, Yusuf Nurrachman², Sulistiyo Wibowo³, Nofiandri Setyasmara⁴

¹ Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Media Kreatif, Indonesia

^{2,4} Jurusan Desain, Politeknik Negeri Media Kreatif, Indonesia

³ Jurusan Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif, Indonesia

anindita@polimedia.ac.id, yusuf@polimedia.ac.id, sulistiyo@polimedia.ac.id, nofiandri@polimedia.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Siswa dan siswi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) pada umumnya telah memiliki kecakapan dalam penggunaan berbagai aplikasi media sosial serta menunjukkan kemampuan dalam berinteraksi dan berkomunikasi di dunia digital. Namun demikian kemampuan tersebut sebagian besar hanya mereka gunakan untuk bersosialisasi dan tetap terhubung dengan teman dan keluarga saja, dan belum digunakan untuk membuka peluang dalam membangun *branding* dan mempromosikan bakat atau minat mereka yang lebih bersifat produktif. Solusi yang ditawarkan terkait dengan permasalahan tersebut adalah melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat berupa pelatihan *digital marketing* yang diberikan kepada para siswa-siswi SMK. Pelatihan *digital marketing* telah dilaksanakan di SMK IT Aisyiyah Jakarta yang diikuti oleh 20 (dua puluh) orang peserta sebagai perwakilan dari semua tingkatan. Materi pelatihan mencakup pengenalan *instagram marketing* dan pembuatan konten *instagram marketing* dengan memanfaatkan perangkat *smartphone* yang mereka miliki. Hasil yang dicapai menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap materi *digital marketing* dan peningkatan kemampuan peserta dalam menggunakan aplikasi *smartphone* untuk membuat konten *digital marketing*.

Kata Kunci: *digital marketing; instagram marketing; smartphone.*

Abstract: Vocational High School (SMK) students generally have skills in using various social media applications and demonstrate the ability to interact and communicate in the digital world. However, most of them only use this ability to socialize and stay connected with friends and family, and have not used it to open up opportunities to build branding and promote their more productive talents or interests. The solution offered regarding this problem is through community service activities in the form of digital marketing training given to vocational school students. Digital marketing training was carried out at SMK IT Aisyiyah Jakarta, which was attended by 20 (twenty) participants as representatives from all levels. The training material includes an introduction to Instagram marketing and creating Instagram marketing content using the smartphone devices they own. The results achieved indicate an increase in participants' understanding of digital marketing material and an increase in participants' ability to use smartphone applications to create digital marketing content.

Keywords: *digital marketing; instagram marketing; smartphone.*

A. LATAR BELAKANG

Pentingnya kewirausahaan bagi siswa SMK tidak dapat diabaikan, karena kewirausahaan tidak hanya memberikan mereka keterampilan yang dibutuhkan untuk bersaing di pasar kerja yang kompetitif, tetapi juga membuka peluang bagi mereka untuk menjadi pengusaha sukses. Lebih dari sekadar menyiapkan siswa untuk menjadi karyawan yang terampil, pendidikan kewirausahaan di SMK mempersiapkan mereka untuk mengambil peran aktif dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan kemandirian dalam masyarakat. Dalam sebuah penelitian mengungkapkan adanya dampak positif yang signifikan dari adanya pendidikan kewirausahaan di SMK antara lain untuk pengembangan kreativitas, kepercayaan diri, kerjasama tim, kejujuran, dan keberanian dalam mengambil

risiko (Komara dkk., 2024). SMK merupakan bagian integral dari sektor ekonomi yang ikut mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, sehingga perlu dikembangkan kuantitas dan kualitasnya (Lastariwati, 2012).

Perkembangan industri digital telah mengubah secara fundamental cara kita bekerja, berkomunikasi, dan menjalani kehidupan sehari-hari. Dengan adopsi teknologi seperti internet, komputasi awan, kecerdasan buatan, dan *Internet of Things (IoT)*, industri digital telah menghasilkan terobosan besar dalam berbagai sektor, termasuk e-commerce, hiburan, kesehatan, dan pendidikan. Perusahaan digital terkemuka seperti Amazon, Google, dan Facebook telah menjadi pemimpin dalam menggagas inovasi baru dan mengubah paradigma bisnis tradisional. Selain itu, perkembangan ini telah membuka peluang baru bagi pengusaha untuk menciptakan *start-up* yang inovatif dan mengubah cara kita memandang dan berinteraksi dengan dunia di sekitar kita. Dengan terus berkembangnya teknologi, industri digital diharapkan akan terus bergerak maju dengan percepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya, membawa dampak besar pada cara kita hidup dan bekerja di masa depan. Dalam suatu penelitian diungkapkan bahwa di era digital ini terjadi sebuah evolusi pada teknologi *new media* atau dikenal dengan teknologi yang berbasis internet (Hamzah & Putri, 2020).

Smartphone memiliki banyak kegunaan selain kegunaan utamanya untuk melakukan komunikasi, *smartphone* juga dapat digunakan untuk menjalankan pekerjaan mengolah data dan informasi (Setyasmara, 2022). Siswa dan siswi SMK IT Aisyiyah Jakarta menunjukkan kecakapan dalam penggunaan berbagai aplikasi media sosial, serta menunjukkan kemampuan dalam berinteraksi dan berkomunikasi di dunia digital menggunakan perangkat *smartphone* yang mereka miliki. Mereka mampu menggunakan berbagai macam aplikasi media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok dan lain sebagainya. Namun demikian kemampuan tersebut hanya mereka gunakan untuk bersosialisasi dan tetap terhubung dengan teman dan keluarga saja, dan belum digunakan untuk membuka peluang dalam membangun *branding* dan mempromosikan bakat atau minat mereka. Dengan kecakapan mereka dalam penggunaan aplikasi media sosial, siswa dan siswi SMK IT Aisyiyah Jakarta diharapkan mampu memanfaatkan potensi positif dari teknologi digital untuk membekali diri dengan kecakapan berwirausaha khususnya yang terkait dengan pemanfaatan media sosial untuk memasarkan suatu produk dan jasa yang mereka miliki.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan tema Pelatihan *Digital Marketing* bagi Siswa-Siswi SMK terdiri dari beberapa tahap yaitu sebagai berikut:

1. Pembuatan bahan ajar pelatihan
2. Pelaksanaan pelatihan
3. Seminar hasil kegiatan pengabdian
4. Penyusunan laporan hasil kegiatan pengabdian

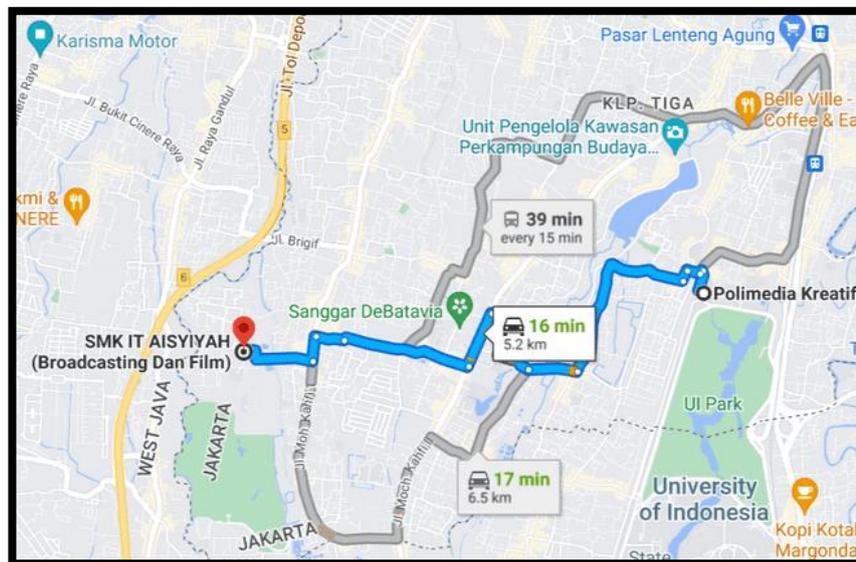
Sebagai mitra pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah sebuah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang berjarak lebih kurang 5 kilometer dari kampus Politeknik Negeri Media Kreatif (Polimedia Kreatif) yaitu SMK IT Aisyiyah yang beralamat di Jalan Aselih No. 54e, Kelurahan Cipedak, Kecamatan Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta, Kode Pos 12630. Logo SMK IT Aisyiyah Jakarta dapat dilihat pada gambar 1 sedangkan peta lokasi SMK IT Aisyiyah sebagai mitra pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat dapat dilihat pada gambar 2.



SMK IT Aisyiyah

Unggul, Berakhlakul Karimah, Cerdas dan Bertanggungjawab, Serta Berwawasan Global Berdasarkan Al Qur'an dan Sunnah

Gambar 1. Logo SMK IT Aisyiyah Jakarta



Gambar 2. Peta lokasi SMK IT Aisyiyah sebagai mitra pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat

Pembagian tugas tim pengabdian kegiatan pengabdian pada masyarakat berupa Pelatihan *Digital Marketing* bagi Siswa-Siswi SMK adalah sebagai berikut:

1. Anindita Budi Astuti, M.M. (bidang ilmu Pemasaran dan Kewirausahaan) sebagai ketua dan bertugas menjadi penyaji dalam materi pelatihan Pengenalan Instagram Marketing.
2. Yusuf Nurrachman, M.M.S.I (bidang ilmu Sistem Informasi) sebagai anggota bertugas menjadi penyaji dalam materi pelatihan Pembuatan Konten Instagram Marketing.
3. Nofiandri Setyasmara, MT (bidang ilmu Teknik Informatika) sebagai anggota dan bertugas menjadi asisten penyaji dalam materi pelatihan Pengenalan Instagram Marketing.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn. (bidang ilmu Desain Grafis dan Fotografi) sebagai anggota bertugas menjadi asisten penyaji dalam materi pelatihan Pembuatan Konten Instagram Marketing.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat berupa Pelatihan

Digital Marketing bagi Siswa-Siswi SMK yaitu sebagai berikut:

1. Pembuatan Bahan Ajar Pelatihan

Pada tahap pembuatan bahan ajar dilakukan penyusunan materi pelatihan untuk materi pengenalan dan praktik yaitu sebagai berikut:

- a) Materi pengenalan *Digital Marketing* ditentukan secara khusus terhadap salah satu platform media sosial yang lazim digunakan oleh para siswa yaitu Instagram, sedangkan
- b) Materi praktik *Digital Marketing* ditujukan untuk pembuatan konten Instagram Marketing menggunakan aplikasi Canva.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dalam waktu 1 (satu) hari yaitu pada hari Jumat tanggal 16 Agustus 2024 bertempat di Ruang Aula SMK IT Aisyiyah yang beralamat di Jalan Aselih No. 54e, Kelurahan Cipadak, Kecamatan Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta. Waktu pelaksanaan pelatihan dimulai dari pukul 8.00 s.d. 11.00. Sebagai peserta pelatihan adalah perwakilan dari siswa-siswi di semua tingkat yang diambil sebanyak 20 orang.

Agenda pelatihan dimulai dengan acara pembukaan pelatihan oleh Kepala SMK IT Aisyiyah Jakarta, Rudi Hartono, dapat dilihat pada gambar 3. Sesi pertama pelatihan disajikan oleh Anindita Budi Astuti yaitu pemaparan materi Pengenalan Instagram Marketing dapat dilihat pada gambar 4. Kemudian dilanjutkan sesi kedua pelatihan disajikan oleh Yusuf Nurrachman yaitu pemaparan materi Pembuatan Konten Instagram Marketing dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 3. Pembukaan acara pelatihan oleh Kepala SMK IT Aisyiyah Jakarta



Gambar 4. Pemaparan materi Pengenalan Instagram Marketing



Gambar 5. Pemaparan materi Pembuatan Konten Instagram Marketing

Setelah sesi pemaparan materi pelatihan oleh penyaji selanjutnya para peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mempraktikkan materi yang telah dipelajari yaitu membuat akun bisnis instagram untuk materi pengenalan Instagram Marketing dapat dilihat pada gambar 6 dan membuat konten menggunakan aplikasi Canva untuk materi pembuatan konten instagram marketing dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 6. Praktik Pembuatan Akun Bisnis di Instagram



Gambar 7. Praktik Pembuatan Konten Instagram menggunakan Canva

Kegiatan pengabdian pada masyarakat berupa pelatihan *Digital Marketing* bagi siswa-siswi SMK diakhiri dengan penyerahan hibah sejumlah buku dengan topik *Digital Marketing* untuk menambah koleksi buku perpustakaan sekolah yang penerimaannya diwakili oleh Kepala SMK IT Aisyiyah dapat dilihat pada gambar 8. Dengan adanya hibah berupa buku-buku digital marketing ini diharapkan akan semakin menumbuhkan minat siswa-siswi SMK IT Aisyiyah dalam bidang *digital marketing*. Agenda acara pengabdian pada masyarakat ditutup dengan sesi foto bersama panitia dan peserta pelatihan dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 8. Penyerahan Hibah Buku untuk Perpustakaan Sekolah



Gambar 9. Kegiatan Pengabdian ditutup dengan melakukan sesi foto bersama

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan berupa memberikan pelatihan *Digital Marketing* kepada siswa-siswi SMK IT Aisiyiah Jakarta sebanyak 20 (dua puluh) orang siswa. Hasil yang dicapai menunjukkan bahwa semua peserta pelatihan dapat memahami cara memanfaatkan media sosial yang mereka miliki khususnya instagram untuk memasarkan suatu produk dan jasa yang mereka miliki. Para peserta juga mampu mempraktikkan penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten *digital marketing* pada akun bisnis Instagram mereka. Pelatihan peningkatan produktifitas masyarakat dengan memanfaatkan perangkat *smartphone* kiranya dapat lebih banyak lagi diterapkan di berbagai bidang kehidupan yang tentunya dilakukan dengan menyesuaikan materi atau aplikasi yang dibutuhkan di setiap lapisan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Hamzah, R. E., dan Putri, C. E. (2020). Analisis *Self-Disclosure* Pada Fenomena *Hyperhonest* Di Media Sosial. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 221–229. DOI: <https://doi.org/10.32509/pustakom.v3i2.1124>.
- Lastariwati, B. (2012). Pentingnya Kelas Kewirausahaan Pada SMK Pariwisata. *Jurnal Pendidikan Vokasi*. 2(1). 71-80. DOI: <https://doi.org/10.21831/jpv.v2i1.1018>.
- Komara, E., Rukhaida, I., Wardani, D., dan Yogaswara, S. P. (2024). Analisis Psikologi Implementasi Program Kewirausahaan di SMK untuk Membangun Jiwa Entrepreneurship. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*. 13(1). 1267-1276. DOI: <https://doi.org/10.58230/27454312.409>.
- Setyasmara, N., Wibowo, S., & Nurrachman, Y. (2022). Pelatihan Aplikasi *Office* dengan Mengoptimalkan Penggunaan Perangkat *Smartphone* bagi Siswa-siswi SMK. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Pada Masyarakat (SENPEDIA) 2022*. Volume 1. <https://prosiding.polimedia.ac.id/index.php/senpedia/article/view/6>.