

SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN INTERNET DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI SMKN 3 KOTA TANGERANG SELATAN

¹Fajri Maulana Azzam Harahap, ²Muhammad Azriel, ³Muhammad Fadli Juliana Putra,
⁴Sopyan Hidayat, ⁵Tetta Thirza Herdyawan

¹Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

²Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

³Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

⁴Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

⁵Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

azriel826@gmail.com, fajriazzam90@gmail.com, fadliijuliana@gmail.com, Sopyanhidayat80@gmail.com,
Thirzahradywn@gmail.com

Abstract

In today's internet era, social media and the internet have become very potential tools for marketing, especially for students who plan to work or become young entrepreneurs. The purpose of this Community Service (PKM) activity is to teach students of SMKN 3 South Tangerang City about how to use social media and the internet to market products. This program teaches participants digital marketing strategies, creative content creation, and the use of business features on social media platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok. The implementation method is carried out through interactive workshops, digital campaign simulations, and discussions with practitioners. The results of the activity show that students understand digital marketing better and are better at managing social media for promotion. This activity is expected to increase digital literacy and open up new economic opportunities for the younger generation when facing technology-based economic problems.

Keywords: Social Media, Digital Marketing, Internet, Digital Literacy, Vocational High School, PKM.

Abstrak

Di era internet saat ini, media sosial dan internet menjadi alat yang sangat potensial untuk pemasaran, terutama bagi siswa yang berencana untuk bekerja atau menjadi wirausahawan muda. Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah untuk mengajarkan siswa SMKN 3 Kota Tangerang Selatan tentang cara menggunakan media sosial dan internet untuk memasarkan produk. Program ini mengajarkan peserta strategi pemasaran digital, pembuatan konten kreatif, dan penggunaan fitur bisnis di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Metode pelaksanaan dilakukan melalui workshop interaktif, simulasi kampanye digital, dan diskusi dengan praktisi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa lebih memahami pemasaran digital dan lebih baik dalam mengelola media sosial untuk promosi. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital dan membuka peluang ekonomi baru bagi generasi muda saat menghadapi masalah ekonomi berbasis teknologi.

Kata Kunci: Media Sosial, Pemasaran Digital, Internet, Literasi Digital, SMK, PKM.

A. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan yang begitu cepat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar ke banyak bidang kehidupan, termasuk pemasaran dan bisnis. Dengan transformasi digital ini, media sosial menjadi salah satu alat penting dalam strategi pemasaran masa kini, memunculkan peluang sekaligus tantangan baru.

Media sosial saat ini tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi secara pribadi, tetapi juga telah berkembang menjadi platform penting untuk kegiatan pemasaran digital. Situs seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp telah menjadi platform visual dan interaktif yang digunakan untuk berinteraksi, memperkenalkan produk, dan membangun citra merek. Media sosial memungkinkan bisnis dari berbagai kalangan menjangkau pasar yang lebih luas dengan cara yang lebih inovatif dan murah.

Melihat pentingnya media sosial dalam dunia bisnis saat ini, generasi muda, terutama siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), harus lebih melek teknologi. Agar mereka mampu bersaing di dunia kerja yang terus berkembang dan berbasis teknologi, mereka harus memiliki literasi digital dan kemampuan untuk menerapkan strategi pemasaran kontemporer.

Namun, masih sedikit orang yang menyadari potensi media sosial sebagai alat produktif, khususnya dalam konteks digital marketing, seperti membangun merek, mempromosikan produk, atau secara strategis memperluas jangkauan pasar. Penggunaan media sosial di kalangan siswa masih terbatas pada aktivitas hiburan dan komunikasi pribadi.

Dengan demikian, siswa SMKN 3 Kota Tangerang Selatan menerima pelatihan dan pendidikan secara langsung melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Tujuan dari kegiatan ini adalah agar siswa belajar bagaimana menggunakan media sosial dalam strategi pemasaran digital. Materi yang diberikan meliputi dasar-dasar branding, pembuatan konten kreatif, teknik copywriting, serta pengelolaan akun media sosial untuk tujuan bisnis.

SMKN 3 Kota Tangerang Selatan dipilih sebagai mitra kegiatan karena memiliki jurusan yang terkait dengan bisnis dan teknologi serta didukung oleh pihak sekolah yang sangat bersemangat untuk meningkatkan keterampilan praktis siswa. Keberhasilan program ini didukung oleh dukungan kepala sekolah, Hj. Dwi Novy Hardani, S.Pd., M.Pd., dan para guru.

Pelatihan dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang menggabungkan penyampaian teori dan praktik langsung, sehingga siswa tidak hanya memahami konsep materi tetapi juga dapat menerapkannya dalam dunia nyata. Kegiatan ini berlangsung secara interaktif dengan tanya jawab, studi kasus, diskusi, dan kerja kelompok, yang mendorong partisipasi aktif dan kreativitas siswa.

Salah satu tujuan utama pelatihan ini adalah mendorong siswa untuk menjadi wirausahawan. Ketika siswa memiliki keterampilan dasar dalam marketing digital, mereka diharapkan dapat mendirikan bisnis kecil, memasarkan barang melalui media sosial, dan menggunakan fitur digital dengan hemat dan tepat sasaran. Selain itu, keterampilan ini sangat penting untuk menghadapi dunia kerja di industri kreatif, teknologi, dan e-commerce.

Oleh karena itu, kegiatan PKM ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kemampuan digital siswa, tetapi juga membantu mereka menjadi wirausahawan, belajar menggunakan media sosial dengan cara yang efektif, dan memberikan kontribusi nyata kepada dunia pendidikan dalam menghadapi era digital yang terus berkembang.

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini Dilakukan di SMKN 3 Kota Tangerang Selatan, yang terletak di Jl. Puri Serpong 1, Jl. Puspitek, Setu, Kec. Setu, Kota Tangerang Selatan, Banten 15314, program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada hari Kamis, 28 November 2024. Kegiatan ini berlangsung selama satu hari penuh dengan dukungan penuh dari Kepala Sekolah Hj. Dwi Novy Hardani, S.Pd., M.Pd., dan bimbingan akademik dari Emi Sita Eriana, S.Kom., M.Kom., yang merupakan dosen pembimbing dari Program Studi Sistem Informasi di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pamulang.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberi siswa pemahaman dan keterampilan praktis tentang penggunaan media sosial sebagai sarana utama dalam strategi pemasaran digital. Diharapkan bahwa siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis melalui pelatihan ini, tetapi juga dapat menerapkan keterampilan tersebut dalam kehidupan nyata, baik untuk kewirausahaan maupun untuk mendukung profesi masa depan di bidang bisnis dan teknologi.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini bersifat partisipatif dan aplikatif, dan bertujuan untuk menggabungkan teori dan praktik dengan keterlibatan aktif peserta. Ada beberapa tahapan yang diambil dalam proses ini:

1. Identifikasi Kebutuhan dan Persiapan Lapangan

Pada tahapan awal, tim pelaksana PKM bekerja sama dengan SMKN 3 Kota Tangerang Selatan untuk membuat kebutuhan pelatihan yang sesuai dengan karakteristik siswa. Tim juga mengecek fasilitas dan memastikan kesiapan teknis pelaksanaan. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa siswa sudah terbiasa dengan media sosial, tetapi mereka belum memahami bagaimana media sosial dapat digunakan secara strategis untuk pemasaran dan personal branding.

2. Pembukaan Acara dan Penyampaian Tujuan

Sekolah memimpin seremoni pembukaan. Kemudian, tim pelaksana menjelaskan tujuan, keuntungan, dan alur kegiatan. Selain itu, peserta dikenalkan dengan peluang usaha di era digital. Dijelaskan bahwa memahami pemasaran digital adalah penting untuk menghadapi dunia kerja dan memulai bisnis sejak dini.

3. Pemahaman Konsep Pemasaran Digital

Sesi ini berfokus pada penyebaran materi dasar pemasaran digital secara sistematis. Salah satu topik yang dibahas adalah bagaimana perilaku pelanggan berubah di era internet, bagaimana menggunakan media sosial untuk branding, dan bagaimana membuat konten yang inovatif. Sumber daya seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok dibahas secara menyeluruh. Selain itu, peserta dikenalkan dengan alat pendukung untuk mendukung strategi pemasaran digital seperti Canva, CapCut, dan Instagram Business Tools.

4. Simulasi Pembuatan Konten

Setelah mendapatkan teori, peserta diminta untuk berkumpul dalam kelompok dan menyelesaikan tugas simulasi pembuatan konten yang ditujukan untuk promosi. Mereka diminta untuk membuat ide untuk kampanye, membuat foto dan video, mendesain konten, dan menulis caption untuk dipublikasikan secara virtual. Tim PKM memberikan bimbingan teknis dan evaluasi proses secara langsung selama proses ini.

5. Setiap kelompok mempresentasikan karya

Sesi ini digunakan sebagai alat evaluasi untuk mengevaluasi metode yang digunakan siswa dalam pekerjaan mereka. Tim PKM memberikan umpan balik dan contoh kampanye digital yang berhasil sebagai perbandingan dan sumber pembelajaran lanjutan.

6. Umpan Balik Peserta dan Evaluasi Kegiatan

Peserta diberi angket atau kuesioner untuk menilai pemahaman mereka tentang kegiatan setelah pelatihan. Setelah sesi berakhir, diadakan diskusi reflektif di mana peserta dapat membahas kritik, gagasan, dan pengalaman yang mereka peroleh dari kegiatan.

7. Penutupan Program dan Rencana Tindak Lanjut.

Peserta diberi sertifikat sebagai tanda penghargaan atas partisipasi mereka. Selain itu, setelah kegiatan PKM berakhir, dibentuk grup diskusi online melalui WhatsApp untuk berbagi informasi, bertanya, dan mendukung peserta dalam pengembangan keterampilan pemasaran digital yang berkelanjutan.

Metode kegiatan ini mengutamakan partisipasi aktif siswa sepanjang proses pelatihan. Pembelajaran berpusat pada peserta didik juga dikenal sebagai proses pembelajaran berpusat pada peserta didik melibatkan siswa secara aktif dalam pemasaran digital dan bukan hanya menerima bahan. Melalui penggunaan praktik pembuatan konten digital, studi kasus, diskusi kelompok, dan penyampaian teori, tujuan adalah untuk memberikan pengalaman belajar yang relevan, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan siswa SMK untuk menghadapi dunia kerja dan kewirausahaan teknologi.

Jumlah Peserta

untuk pelaksanaan kegiatan pkm di ikuti Kurang dari 30 siswa jurusan perkantoran SMKN 3 Kota Tangerang Selatan mengikuti kegiatan pkm tersebut. Untuk memungkinkan pembicaraan yang lebih mendalam dan kerja sama yang lebih baik, mereka dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dimulai dengan sambutan dari Dosen Pembimbing, Ibu Emi Sita Eriana, S.Kom., M.Kom., yang menyatakan betapa pentingnya memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi digital di zaman sekarang. Dia menekankan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi tetapi juga alat strategis untuk pengembangan bisnis dan personal branding. Ia mendorong para siswa untuk menggunakan media sosial dengan cara yang kreatif dan produktif agar mereka dapat menghasilkan uang bagi diri mereka sendiri dan lingkungan sekitar.

setelah itu ketua pelaksana kegiatan, M. Fadli Juliana Putra kemudian memberikan penjelasan singkat tentang maksud dan tujuan acara, susunan kegiatan, dan metode pelatihan yang digunakan. Dijelaskan bahwa kegiatan ini menggunakan pendekatan berbasis praktik langsung, sehingga siswa dapat lebih mudah memahami konsep pemasaran digital dan menerapkannya ke dunia nyata melalui media sosial yang mereka gunakan setiap hari.



Gambar 1 ketua pelaksana kegiatan

Dalam sesi Utama pemateri membahas konsep dasar digital marketing, strategi pembangunan branding, dan cara meningkatkan penjualan dengan menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook. Karena materi disampaikan melalui pendekatan komunikatif dan studi kasus sederhana, siswa dapat memahami hubungan antara teori yang diajarkan dengan aplikasi di dunia nyata, baik dalam konteks usaha mandiri maupun tuntutan industri saat ini.



Gambar 2 Pembacaan Materi

Selain itu, kegiatan diselingi dengan sesi kuis interaktif. Tujuan dari kuis ini adalah untuk mengetahui seberapa banyak peserta memahami apa yang telah disampaikan. Karena siswa bersemangat menjawab pertanyaan, suasana menjadi lebih hidup. Hal ini menunjukkan bahwa pembelajaran yang menyenangkan dan partisipatif memiliki kemampuan untuk meningkatkan keterlibatan aktif peserta



Gambar 3 Sesi Kuis

Acara ditutup dengan penyerahan plakat secara simbolis kepada SMKN 3 Kota Tangerang Selatan oleh ibu Emi Sita Eriana S.kom., M.kom Universitas Pamulang, sebagai bentuk penghargaan atas kerja sama, dukungan, dan keterlibatan aktif dalam menyukseskan kegiatan pelatihan. Selain itu, penyerahan plakat ini menunjukkan kerja sama antara institusi pendidikan tinggi dan sekolah menengah kejuruan dalam upaya meningkatkan literasi digital siswa dan meningkatkan keterampilan mereka dalam pemasaran digital.



Gambar 4 Penyerahan Plakat Oleh Dosen

Sesi terakhir yaitu foto bersama antara tim pelaksana dari Universitas Pamulang dan siswa-siswi SMKN 3 Kota

Tangerang Selatan menandai penutup kegiatan PKM. Momen ini juga menunjukkan semangat kerja sama, kolaborasi, dan belajar yang tercipta selama proses PKM. Foto bersama ini juga menunjukkan hubungan yang baik antara sekolah menengah kejuruan dan lembaga pendidikan tinggi dalam membangun generasi muda yang siap menghadapi tantangan era digital. Ini juga merupakan dokumentasi penting dari upaya restruktur dan partisipatif yang telah dilakukan



(Afdhal, 2022) Gambar 5 Foto Bersama Dengan Siswa/i Smkn 3 Kota Tangerang Selatan

D. PENUTUP

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi pemanfaatan media sosial dan internet di SMKN 3 Kota Tangerang Selatan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan penjualan. Program ini memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada siswa terkait strategi pemasaran digital, penggunaan platform media sosial, serta teknik promosi yang efektif. Dari pelaksanaan kegiatan, terlihat adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap pentingnya media sosial sebagai alat pemasaran serta kemampuan mereka untuk menerapkannya dalam usaha kecil yang mereka rintis.

Saran

Untuk memastikan bahwa siswa memperoleh pengalaman yang kontekstual dan aplikatif, disarankan agar kegiatan semacam ini dilakukan secara teratur dengan pengembangan materi yang lebih luas dan mendalam, seperti pemanfaatan algoritma media sosial, strategi kreatif yang lebih canggih, dan analisis performa digital. Keberhasilan kegiatan serupa di masa depan sangat bergantung pada perangkat teknologi yang memadai dan koneksi internet yang stabil. Siswa harus dapat memperluas keterampilan digital mereka secara mandiri di luar kelas.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada SMKN 3 Kota Tangerang Selatan, terutama kepada Ibu Hj. Dwi Novy Hardani, S.Pd., M.Pd., sebagai Kepala Sekolah, atas persetujuan dan bantuan yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Kegiatan ini tidak dapat dilakukan dengan baik jika sekolah tidak bekerja sama dan terbuka. Kami juga berterima kasih kepada siswa-siswi peserta pelatihan yang telah mengambil bagian dalam setiap kegiatan dengan penuh semangat, keterlibatan aktif, dan rasa ingin tahu yang tinggi. Mereka sangat antusias, yang mendorong tim pelaksana untuk terus memberikan kontribusi terbaik

mereka. Kami juga berterima kasih kepada Universitas Pamulang, terutama Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer, dan Ibu Emi Sita Eriana, S.Kom., M.Kom., yang bertindak sebagai dosen pembimbing, atas bimbingan, arahan, dan dukungan yang diberikannya selama pelaksanaan program ini. Ini adalah salah satu contoh nyata bagaimana siswa dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat melalui dunia pendidikan..

E. DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A. (2020). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 53, 102034.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., ... & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.
- Fauzi, M. A., & Khusuma, I. H. (2022). Strategi pemasaran digital UMKM di era pasca pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 134–142.
- Gunawan, I. (2023). Model pelatihan kewirausahaan digital untuk siswa SMK. *Jurnal Vokasi dan Teknologi*, 4(2), 112–120.
- Hasan, A. (2020). Marketing dan kasus-kasus pilihan. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). Rethinking the digital marketing strategy: A case for the personalization–privacy paradox. *Business Horizons*, 63(1), 129–139.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Kurniawan, H. (2023). Literasi digital di kalangan pelajar: Studi kasus di sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 11(1), 45–53.
- Mahendra, Y., & Lestari, D. (2022). Optimalisasi penggunaan Instagram sebagai media pemasaran produk fashion lokal. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(1), 77–84.
- Nisa, K., & Saputra, D. (2021). Pemanfaatan TikTok sebagai media promosi UMKM. *Jurnal Komunikasi Kreatif*, 5(3), 89–97.
- Nasrullah, R. (2021). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (3rd ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Prasetyo, T., & Ramadhani, A. (2020). Pengaruh konten media sosial terhadap keputusan pembelian generasi Z. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 97–105.
- Setiawan, A., & Pratama, R. Y. (2021). Pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran daring pada masa pandemi. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 7(1), 22–29.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Wibowo, R. A., & Sari, N. P. (2024). Transformasi digital dalam pendidikan: Peran guru dalam memfasilitasi pembelajaran berbasis teknologi. *Jurnal Pendidikan Digital*, 2(1), 33–42.
- <https://pikub.com/blog/read/7/Pentingnya-Pemanfaatan-Media-Sosial-Untuk-Meningkatkan-Penjualan.html>
- <https://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2021/12/24/pemanfaatan-media-sosial-sebagai-media-promosi/>
- https://id.wikipedia.org/wiki/SMK_Negeri_3_Tangerang_Selatan
- Afdhal, M. P. (2022). Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan Di Kampung Akriik Padang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 1(1), 102-107.
- Kurniawan, E. N. (2021). Sosialisasi digital marketing dalam upaya peningkatan penjualan produk umkm. *Jurnal Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 31-36.
- Mahmud, M. (2022). Pemanfaatan Media Sosial & E-Commerce Guna Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pada Masa Pandemi . *Mopolayio: Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 2(1), 20-28.
- Pratama, W. C. (2023). Sosialisasi Penggunaan Digital Marketing sebagai Media Promosi Pada UMKM Dapur Arum di Kabupaten Banyumas . *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(11), 1159-1165.