

---

## Mengenal Digital Marketing, Cara Cerdas Memanfaatkan Media Sosial untuk Bisnis Remaja

**Ananda Muladani<sup>1\*</sup>, Muhammad Damar<sup>2</sup>, Naufal Dwiki Kurnia<sup>3</sup>**

Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang<sup>1,2,3</sup>



Email Korespondensi: [muladaniananda234@gmail.com](mailto:muladaniananda234@gmail.com)

### INFO ARTIKEL

#### Histori Artikel:

Diterima 11-09-2025

Disetujui 21-09-2025

Diterbitkan 23-09-2025

#### Katakunci:

*digital marketing,  
media sosial,  
remaja,  
kewirausahaan,  
edukasi teknologi.*

### ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai digital marketing kepada siswa-siswi SMA Cenderawasih 2 Pondok Aren sebagai bekal dalam menghadapi era digital dan potensi kewirausahaan di usia muda. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 15 Mei 2025 dan diikuti oleh 50 siswa kelas XI. Metode pelaksanaan meliputi penyampaian materi interaktif, sesi praktik sederhana, dan diskusi terbuka mengenai pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk promosi produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta menunjukkan antusiasme tinggi, aktif dalam praktik, dan mampu memahami konsep dasar digital marketing. Dampak positif terlihat dari meningkatnya minat peserta untuk memulai usaha kecil berbasis online. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi stimulus awal bagi remaja untuk berpikir kreatif dan produktif dalam memanfaatkan teknologi secara cerdas. Ke depan, kegiatan serupa dapat dikembangkan lebih lanjut dengan materi lanjutan dan jangkauan peserta yang lebih luas.

#### Bagaimana Cara Sitas Artikel ini:

Ananda Muladani, Muhammad Damar, & Naufal Dwiki Kurnia. (2025). Mengenal Digital Marketing, Cara Cerdas Memanfaatkan Media Sosial Untuk Bisnis Remaja. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(5), 1466-1471. <https://doi.org/10.63822/1vea6215>

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, dunia telah mengalami perubahan besar yang berdampak signifikan terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia bisnis, pendidikan, sosial, hingga pemerintahan. Perubahan ini tidak terlepas dari hadirnya era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 yang saat ini tengah hangat diperbincangkan, baik di Indonesia maupun di berbagai negara maju lainnya. Kedua konsep tersebut merupakan simbol dari kemajuan teknologi yang begitu pesat serta perubahan paradigma dalam cara manusia hidup, bekerja, dan berinteraksi dengan lingkungannya.

Revolusi Industri 4.0 merupakan transformasi besar dalam dunia industri yang ditandai dengan bersatunya berbagai teknologi canggih seperti Internet of Things (IoT), Artificial Intelligence (AI), Big Data, Cloud Computing, Machine Learning, dan otomatisasi berbasis sistem siber. Konsep ini membawa perubahan fundamental terhadap cara proses produksi, logistik, distribusi, hingga pelayanan dilakukan. Mesin dan sistem berbasis teknologi kini tidak hanya bekerja berdasarkan perintah, melainkan mampu berpikir, menganalisis, serta mengambil keputusan secara mandiri melalui algoritma yang telah diprogram. Bersamaan dengan itu, Society 5.0 muncul sebagai gagasan yang lebih humanis—yakni menciptakan masyarakat yang seimbang antara kemajuan teknologi dan kebutuhan manusia. Teknologi tidak lagi menjadi ancaman, melainkan solusi untuk menyelesaikan berbagai persoalan sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Di tengah transformasi global tersebut, dunia bisnis pun dituntut untuk beradaptasi secara cepat dan tepat. Salah satu bentuk adaptasi paling penting saat ini adalah kemampuan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital atau yang dikenal dengan istilah digital marketing. Digital marketing merupakan segala bentuk kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui perangkat elektronik atau internet. Berbeda dengan pemasaran tradisional yang mengandalkan media cetak, siaran radio, dan televisi,

digital marketing memanfaatkan platform online seperti website, media sosial, email, aplikasi seluler, dan mesin pencari untuk menjangkau audiens dengan cara yang lebih cepat, efisien, dan tepat sasaran. Digital marketing tidak hanya sekadar tren sesaat, melainkan telah menjadi kebutuhan utama dalam dunia usaha modern. Hal ini didorong oleh fakta bahwa hampir seluruh lapisan masyarakat kini hidup berdampingan dengan teknologi digital, terutama ponsel pintar dan koneksi internet. Aktivitas seperti mencari informasi, membandingkan produk, membaca ulasan, hingga membeli barang kini sebagian besar dilakukan secara online. Oleh karena itu, para pelaku usaha dituntut untuk memahami dan menguasai berbagai teknik digital marketing guna dapat bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

Elemen dalam digital marketing sangat beragam dan saling terintegrasi. Salah satunya adalah Search Engine Optimization (SEO), yaitu proses untuk mengoptimalkan situs web agar lebih mudah ditemukan oleh mesin pencari seperti Google secara organik. Selain itu ada Search Engine Marketing (SEM), yang melibatkan pembayaran iklan agar situs kita muncul di hasil pencarian teratas. Content Marketing juga menjadi aspek penting, yakni strategi menciptakan dan membagikan konten yang bernilai serta relevan untuk menarik perhatian audiens secara berkelanjutan.

Tidak kalah penting adalah Social Media Marketing (SMM), di mana pelaku usaha menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan LinkedIn untuk membangun merek, berinteraksi dengan konsumen, dan menciptakan komunitas. Media sosial dianggap sebagai alat yang paling efektif dalam membangun relasi karena sifatnya yang dinamis dan interaktif. Selanjutnya, ada pula Email Marketing, di mana pelaku usaha mengirimkan informasi, promosi, atau edukasi secara langsung kepada pelanggan

melalui surat elektronik. Ada juga Pay-per-Click (PPC) Advertising, sistem promosi yang memungkinkan pengiklan membayar setiap kali iklan mereka diklik oleh calon pelanggannya.

Model pemasaran lain yang turut berkembang di era ini adalah Affiliate Marketing, yaitu kerja sama dengan mitra untuk memasarkan produk, di mana mitra tersebut akan mendapatkan komisi berdasarkan kinerja seperti jumlah klik atau penjualan. Lalu Influencer Marketing, di mana pelaku usaha menggandeng tokoh publik atau konten kreator yang memiliki pengaruh besar di media sosial untuk mempromosikan produk kepada pengikutnya.

Keunggulan utama digital marketing dibandingkan pemasaran konvensional adalah kemampuannya untuk menjangkau konsumen secara luas, tanpa batasan geografis. Internet memungkinkan sebuah produk lokal dapat dikenal di skala nasional bahkan internasional. Selain itu, digital marketing memberikan fleksibilitas dalam menyesuaikan pesan dan strategi berdasarkan data real-time mengenai perilaku konsumen, demografi, dan tren yang sedang berlangsung. Semua kampanye digital dapat dilacak dan dianalisis secara akurat melalui berbagai tools analitik, sehingga pelaku usaha dapat mengukur keberhasilan, efektivitas, dan efisiensi biaya secara detail.

Menariknya, digital marketing juga memberikan peluang besar bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk bersaing dengan perusahaan besar. Dengan strategi yang tepat dan konten yang menarik, usaha mikro sekalipun bisa mendapatkan visibilitas tinggi di dunia maya, tanpa harus mengeluarkan biaya besar seperti pada iklan televisi atau cetak.

Sebagai upaya untuk menjawab tantangan tersebut, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini hadir untuk memberikan edukasi kepada siswa-siswi di tingkat menengah atas mengenai pentingnya digital marketing di era transformasi digital ini. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dasar siswa tentang pengertian digital marketing, peran strategisnya dalam dunia bisnis dan perekonomian, serta tren teknologi terbaru yang mendukung kegiatan pemasaran digital.

Dengan memahami digital marketing sejak dulu, generasi muda diharapkan memiliki wawasan dan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja masa kini dan masa depan. Lebih dari itu, mereka juga akan memiliki bekal untuk menjadi wirausahawan digital yang mandiri, inovatif, dan mampu memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk mencapai kesuksesan dan memberikan solusi bagi masyarakat luas depan.

## METODE PELAKSANAAN

Metode penerapan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk mencapai tujuan utama, yaitu memberikan pemahaman dan keterampilan dasar kepada siswa-siswi mengenai digital marketing serta relevansinya di era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0.

Pendekatan yang digunakan bersifat edukatif dan partisipatif, dengan memadukan metode penyampaian materi secara interaktif, praktik langsung, diskusi kelompok, serta sesi refleksi. Kegiatan diawali dengan pemberian materi pengantar mengenai konsep digital marketing, ruang lingkup, manfaat, dan tren teknologi pemasaran terkini seperti pemanfaatan media sosial, SEO, dan content marketing.

Selanjutnya, peserta diajak untuk terlibat langsung dalam praktik sederhana, seperti membuat akun bisnis, menyusun konten promosi di media sosial, serta simulasi pemasaran produk secara digital. Evaluasi keberhasilan kegiatan ini dilakukan secara kualitatif dan deskriptif, tanpa menggunakan pre-test atau post-

test. Pengukuran tingkat ketercapaian dilihat dari keterlibatan aktif peserta selama sesi berlangsung, kemampuan mereka dalam mempraktikkan materi yang disampaikan, serta respons dan antusiasme dalam diskusi. Observasi langsung dan wawancara singkat dengan peserta serta guru pendamping menjadi alat ukur utama dalam mengevaluasi perubahan sikap terhadap pemanfaatan teknologi digital.

Keberhasilan juga dapat dilihat dari perubahan cara pandang peserta terhadap peluang bisnis berbasis digital, meningkatnya kesadaran akan pentingnya personal branding dan pemasaran online, serta munculnya minat untuk mengembangkan ide usaha sederhana. Secara keseluruhan, kegiatan ini bertujuan memberikan dampak positif dalam aspek pengetahuan, sosial, serta potensi ekonomi peserta dalam jangka panjang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di SMA Cenderawasih 2 Bogor telah terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan yang telah dirancang sebelumnya. Tema kegiatan ini berfokus pada pengenalan dan pemanfaatan digital marketing sebagai bekal penting bagi siswa-siswi dalam menghadapi tantangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0. Selama pelaksanaan, para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari partisipasi aktif siswa dalam sesi diskusi, tanya jawab, dan praktik sederhana pembuatan konten promosi digital. Mereka tampak tertarik, terutama pada pembahasan mengenai strategi menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk kegiatan pemasaran. Beberapa siswa bahkan mengemukakan ide bisnis yang telah mereka pikirkan sebelumnya dan meminta saran mengenai strategi pemasaran digital yang tepat. Kegiatan ini tidak hanya menambah pengetahuan mereka, tetapi juga menumbuhkan minat terhadap dunia kewirausahaan digital.

Secara umum, kegiatan berhasil mencapai luaran yang telah ditargetkan, seperti terselenggaranya pelatihan dengan jumlah peserta sebanyak 30 siswa, tersusunnya modul pelatihan digital marketing sebagai materi ajar lanjutan, dan terbentuknya kelompok diskusi antarsiswa yang aktif membahas ide usaha dan konten promosi. Capaian ini menunjukkan bahwa permasalahan utama berupa kurangnya pemahaman siswa terhadap konsep digital marketing dapat teratasi melalui pendekatan edukatif dan interaktif. Siswa menjadi lebih memahami konsep dasar, elemen, serta manfaat digital marketing dalam kehidupan sehari-hari dan potensi pengembangan usaha mereka ke depannya. Perubahan sikap dan perilaku juga mulai terlihat, ditandai dengan meningkatnya rasa percaya diri siswa dalam menyampaikan ide-ide kreatif di depan teman-temannya. Kegiatan ini memberikan dampak sosial dan edukatif yang signifikan, terutama dalam meningkatkan literasi digital dan semangat kewirausahaan di kalangan generasi muda. Dengan demikian, pelaksanaan PKM ini dapat dikatakan berhasil memberikan kontribusi positif yang terukur terhadap peningkatan wawasan serta kesiapan siswa dalam menghadapi perkembangan teknologi dan ekonomi digital masa kini.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini melibatkan interaksi aktif antara panitia dan peserta. Gambar 1 memperlihatkan kebersamaan panitia dan peserta pkm dalam sesi foto Bersama sebagai penutup acara. Gambar 2 mendokumentasikan rangkaian sesi acara, dimulai dari sesi absensi (a), terlihat antusias para peserta pkm yang ingin mengikuti rangkaian acara yang diselenggarakan, selanjutnya sesi penyerahan sertifikat (b) terlihat penyerahan sertifikat pkm dari pihak penyelengara pkm dan pihak sekolah, terakhir sesi penyampaian materi (c) terlihat peserta pkm kondusif mendengarkan dan meyimak materi

yang sedang disampaikan oleh pemateri. Antusiasme peserta menunjukkan bahwa kegiatan PKM ini berhasil mencapai tujuannya dalam menyebarkan manfaat edukatif kepada masyarakat, khususnya pelajar



Gambar 1. Panitia dan Peserta PKM



(a)

(b)

(c)

Gambar 2. Sesi acara

(a) absensi (b) penyerahan sertifikat (c) penyampaian materi

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini telah berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai digital marketing, terutama dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif di era Industri 4.0 dan Society 5.0. Para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, mampu mengikuti materi dengan baik, serta dapat mempraktikkan pembuatan konten pemasaran digital secara langsung. Materi pelatihan dinilai sesuai dengan kebutuhan peserta dan disampaikan secara sistematis serta aplikatif, dilengkapi dengan media presentasi yang interaktif. Kegiatan ini juga berhasil menjangkau peserta dari berbagai latar belakang, yang memperkaya diskusi dan wawasan selama sesi berlangsung.

Namun demikian, terdapat beberapa kekurangan dalam pelaksanaan kegiatan. Keterbatasan waktu membuat beberapa materi harus disampaikan secara singkat, serta terdapat kendala teknis berupa keterbatasan perangkat digital di kalangan peserta. Selain itu, kegiatan ini belum disertai dengan pengukuran kuantitatif seperti pre-test dan post-test, sehingga evaluasi dampak belum dapat dilakukan secara mendalam. Ke depan, kegiatan ini berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut, misalnya melalui pendampingan lanjutan, penyusunan modul pelatihan yang lebih spesifik, dan optimalisasi penggunaan media digital lokal guna memperkuat branding produk masyarakat. Upaya ini diharapkan mampu memberikan dampak yang lebih berkelanjutan dan terukur bagi masyarakat sasaran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Asrori, M. Z., Wijaya, A. Y., Baskoro, F., & Hozairi, H. (2023). *DIGITAL MARKETING UNTUK REMAJA*.
- Pertiwi, M. (2023) *Digital Marketing untuk Pemula: Cara Cerdas Meningkatkan Bisnis Online*. DIVA PRESS .
- Ramadhan, T. S. (2022). *Digital Marketing di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0*.