

SOSIALISASI DIGITAL MARKETING KEPADA SISWA KELAS IX MTS YPIA

Chika Wulandari 1 , Lina Aliyani Mardiana2

Program Studi Manajemen, Program Studi Farmasi

mn21.chikawulandari@mhs.ubpkarawang.ac.id1 , linamardiana@ubpkarawang.ac.id2

Abstrak

Kegiatan sosialisasi digital marketing kepada siswa kelas 9 MTs YPIA bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Dengan latar belakang pesatnya perkembangan teknologi dan pentingnya keterampilan digital di era modern, sosialisasi ini dirancang untuk memperkenalkan konsep dasar digital marketing, strategi pemasaran online, dan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran. Metode yang digunakan mencakup presentasi materi, diskusi interaktif, dan praktik langsung, di mana siswa dilibatkan dalam simulasi pembuatan kampanye digital sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap digital marketing, serta ketertarikan mereka dalam mengaplikasikannya untuk mendukung wirausaha kecil di lingkungan sekitar. Kesimpulannya, kegiatan ini efektif dalam membekali siswa dengan keterampilan digital marketing yang relevan dan aplikatif. Kata Kunci: digital marketing, siswa MTs, teknologi, pemasaran online, keterampilan digital.

Kata Kunci: Digital Marketing, Pemasaran Online, Keterampilan Digital.

Abstract

The digital marketing socialization activity for 9th-grade students at MTs YPIA aims to enhance their knowledge and skills in utilizing digital technology for marketing purposes. Against the backdrop of rapid technological development and the growing importance of digital skills in the modern era, this socialization is designed to introduce the basic concepts of digital marketing, online marketing strategies, and the use of social media as a marketing tool. The methods used include material presentations, interactive discussions, and hands-on practice, where students are engaged in simulating the creation of simple digital campaigns. The results show an increase in students' understanding of digital marketing and their interest in applying it to support small businesses in their community. In conclusion, this activity effectively equips students with relevant and applicable digital marketing skills.

Keywords: Digital Marketing, Online Marketing, Digital Skills.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang begitu pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran. Namun, di tengah arus digitalisasi yang cepat ini, masih banyak masyarakat, terutama di kalangan generasi muda di daerah pedesaan, yang belum sepenuhnya memahami dan memanfaatkan teknologi digital untuk keperluan yang produktif. Salah satu kelompok yang perlu mendapatkan perhatian khusus adalah siswa kelas 9 MTs YPIA, yang merupakan generasi penerus yang akan berperan penting dalam perkembangan ekonomi dan sosial di masa depan. Rendahnya pemahaman mereka terhadap teknologi digital dan potensi pemasaran online menjadi latar belakang utama dilaksanakannya kegiatan KKN tematik ini.

Kegiatan KKN tematik ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa kelas 9 MTs YPIA dalam bidang digital marketing. Melalui program ini, diharapkan para siswa mampu memahami konsep dasar pemasaran digital, strategi pemasaran online, serta penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk membekali siswa dengan keterampilan yang relevan dan aplikatif, sehingga mereka dapat berkontribusi secara positif dalam mendukung usaha kecil di lingkungan mereka. Pentingnya kegiatan ini terletak pada upaya untuk menjembatani kesenjangan digital antara generasi muda di pedesaan dengan tuntutan era modern. Dengan memberikan pemahaman dan keterampilan digital marketing kepada siswa, diharapkan mereka dapat lebih siap menghadapi tantangan di masa depan dan mampu memanfaatkan teknologi untuk kemajuan ekonomi lokal. Program ini juga penting dalam membentuk generasi yang adaptif terhadap perubahan teknologi, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah pedesaan melalui optimalisasi pemasaran online.

Masyarakat di Desa Cikeris, khususnya di kalangan siswa MTs YPIA, masih menghadapi berbagai permasalahan terkait rendahnya pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk keperluan yang produktif. Sebagian besar dari mereka belum memahami cara kerja pemasaran online dan potensi besar yang ditawarkannya, baik untuk pengembangan usaha kecil maupun peningkatan kualitas hidup secara umum. Program KKN tematik ini berusaha memberikan solusi dengan mengadakan sosialisasi dan pelatihan digital marketing yang praktis dan aplikatif. Melalui pendekatan yang interaktif dan berorientasi pada praktik, program ini bertujuan untuk membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang dapat langsung diterapkan. Dengan demikian, diharapkan program ini dapat membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi masyarakat dan memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ekonomi lokal.

METODE

Sosialisasi digital marketing di MTS YPIA Desa Cikeris dilaksanakan dengan metode workshop dan pelatihan praktis. Dimulai dengan identifikasi kebutuhan dan penyusunan materi yang relevan, kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi melalui seminar dan sesi praktik langsung. Peserta, baik siswa maupun guru, diajarkan konsep dasar digital marketing dan diterapkan langsung melalui latihan penggunaan alat digital. Selanjutnya, dilakukan pendampingan individu untuk mengimplementasikan strategi yang telah dipelajari, diikuti

dengan evaluasi untuk menilai pemahaman dan keterampilan peserta. Metode ini bertujuan untuk memperkuat kemampuan digital marketing dan mendukung pengembangan sekolah serta masyarakat.(Hidayat & Khotimah, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan KKN di Desa Cikeris, khususnya sosialisasi digital marketing di MTS YPIA, menunjukkan dampak yang signifikan. Sebagian besar peserta berhasil memahami konsep dasar digital marketing, seperti SEO dan media sosial. Banyak dari peserta juga mampu menerapkan keterampilan tersebut dalam proyek kecil, seperti kampanye media sosial untuk kegiatan sekolah. Analisis menunjukkan peningkatan pengetahuan yang jelas dan penerapan yang efektif dari materi yang diajarkan. Implikasi dari hasil ini bagi masyarakat setempat sangat positif; peningkatan kapasitas digital marketing di kalangan siswa dan guru dapat memperkuat promosi kegiatan sekolah dan produk lokal, serta mendorong pengembangan ekonomi desa melalui pemanfaatan teknologi. Sosialisasi ini juga meningkatkan kesadaran akan pentingnya teknologi dalam pendidikan dan bisnis, yang dapat memperluas peluang inovasi dan pemasaran di desa Cikeris.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kegiatan KKN di Desa Cikeris, terutama sosialisasi digital marketing di MTS YPIA, berhasil mencapai tujuan utama yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital marketing di kalangan siswa dan guru. Temuan utama menunjukkan bahwa peserta mampu memahami dan menerapkan konsep-konsep dasar digital marketing, seperti SEO dan media sosial, dalam proyek praktis. Peningkatan keterampilan ini tidak hanya mempengaruhi individu tetapi juga memberikan dampak positif bagi promosi kegiatan sekolah dan produk lokal, serta mendukung pengembangan ekonomi desa.

Untuk keberlanjutan program, disarankan agar ada sesi pelatihan lanjutan dan pendampingan berkala untuk memperdalam pemahaman peserta dan membantu mereka dalam menerapkan strategi digital marketing secara efektif. Selain itu, perluasan program ke komunitas desa yang lebih luas dapat memperkuat dampak positif digital marketing dalam pengembangan ekonomi lokal. Pengembangan platform online atau komunitas digital untuk berbagi praktik terbaik dan pengalaman juga dapat mendukung keberhasilan berkelanjutan dari inisiatif ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bala, M., & Verma, D. (2019). A Critical Review of Digital Marketing Paper Type: - Review and Viewpoint. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321–339.
- Hidayat, N., & Khotimah, H. (2019). Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Kegiatan Pembelajaran. *JPPGuseda | Jurnal Pendidikan & Pengajaran Guru Sekolah Dasar*, 2(1), 10–15. <https://doi.org/10.33751/jppguseda.v2i1.988>
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & ... (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif

Industri E- commerce. Jurnal Pendidikan ..., 7, 7524–7532.

<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/art icle/download/7422/6136>

Wahyudi, W., Mukrodi, M., Sugiarti, E., Marayasa, I. N., & Mawardi, S. (2022). MENGENAL PEMASARAN DIGITAL DAN MARKET PLACE: Solusi Meningkatkan Penjualan di Masa

Pandemi Covid-19. Jurnal PKM Manajemen Bisnis, 2(1), 44–53.

<https://doi.org/10.37481/pkmb.v2i1.237>

LAMPIRAN

