



PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN: ANAK MUDA MELEK SOCIAL MEDIA MARKETING

Naufal Sinatria^{1*}, Fauzan Fuadi², Andi Mulyono³, Agus Wantoro⁴, Dwi Feriyanto⁵, Nur Aminudin⁶, Muhammad Lathief Syaifussalam⁷

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Universitas Aisyah Pringsewu

⁴ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Aisyah Pringsewu

^{5,6} Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, Universitas Aisyah Pringsewu

⁷ Program Studi Psikologi, Universitas Aisyah Pringsewu

^{1*}E-mail address: naufalsinatria@aisyahuniversity.ac.id

Abstract

The aim of this marketing content creation training and mentoring is to increase students' understanding, creativity, and confidence in creating simple content, as a generation growing up in the digital era. The methods used include material delivery, interactive discussions, and direct practice. The results showed high student enthusiasm throughout the process, indicating that the learning approach aligned with their characteristics and needs. In addition to acquiring basic content creation skills, students also demonstrated positive developments in their expressive and collaborative abilities. These results demonstrate that hands-on learning is highly effective in developing students' digital competencies.

Keywords: *creative content, digital literacy, social media marketing*

Abstrak

Tujuan pelatihan dan pendampingan pembuatan konten pemasaran ini adalah untuk meningkatkan pemahaman, kreativitas, dan kepercayaan diri siswa dalam membuat konten sederhana, sebagai generasi yang tumbuh di era digital. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi, diskusi interaktif, dan latihan langsung. Hasilnya menunjukkan antusiasme siswa yang tinggi selama proses berlangsung, yang menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran selaras dengan karakteristik dan kebutuhan mereka. Selain memperoleh keterampilan dasar pembuatan konten, siswa juga menunjukkan perkembangan positif dalam kemampuan ekspresif dan kolaboratif mereka. Hasil ini menunjukkan bahwa pembelajaran langsung sangat efektif dalam mengembangkan kompetensi digital siswa.

Kata Kunci: konten kreatif, literasi digital, social media marketing

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi, bekerja, dan melakukan aktivitas ekonomi, termasuk pemasaran. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube kini menjadi kanal pemasaran strategis yang mampu meningkatkan *brand awareness*, keterlibatan konsumen dan daya saing usaha (Tafesse & Wien, 2018). Pergeseran perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital membuat kompetensi social media marketing menjadi keterampilan penting di era ekonomi digital. Penelitian yang dilakukan Appel, (2020) menunjukkan bahwa *social media marketing* secara signifikan berdampak pada peningkatan kinerja bisnis, terutama bagi usaha kecil dan menengah.

Di Indonesia, penggunaan strategi pemasaran digital berkembang sangat cepat. Pelaku UMKM dituntut untuk menyesuaikan diri agar mampu tetap kompetitif di tengah perubahan ekosistem bisnis yang terus berkembang. Literasi pemasaran digital merupakan faktor kunci dalam keberhasilan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran (Purwana et al., 2017). Namun, banyak remaja yang menggunakan media sosial belum memahami bagaimana memanfaatkan media sosial secara produktif. Menurut

Livingstone, (2019) literasi media dan literasi digital berpengaruh besar terhadap kemampuan generasi muda dalam mengolah informasi dan memanfaatkan teknologi secara kreatif.

Siswa SMK sebagai *digital native* merupakan kelompok yang sangat akrab dengan penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Namun, kedekatan tersebut tidak selalu diiringi pemahaman tentang strategi pemasaran digital. Penelitian pada siswa SMK di Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan pembelajaran berbasis digital dapat meningkatkan minat berwirausaha dan pemahaman pemasaran *online* (Nugroho, 2024). Temuan lain menegaskan bahwa pelatihan *social media marketing* mampu meningkatkan keterampilan siswa dalam membuat konten kreatif, memahami segmentasi pasar serta membangun citra usaha secara profesional (Sari & Yanto, 2025).

Hasil observasi kami menunjukkan bahwa sebagian besar siswa SMK, termasuk di SMK Patria Gadingrejo telah aktif menggunakan media sosial namun masih pada tahap konsumtif terlebih untuk hiburan dan komunikasi personal daripada sebagai sarana pengembangan bisnis. Potensi lingkungan sekitar, seperti usaha keluarga, UMKM sekitar sekolah, dan proyek kewirausahaan siswa, belum

optimal dipromosikan melalui strategi pemasaran digital yang sistematis karena minimnya pengetahuan dan keterampilan. Hal ini menimbulkan kesenjangan antara intensitas penggunaan media sosial dan kemampuan memanfaatkannya untuk tujuan produktif.

Oleh karena itu, diperlukan program pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi social media marketing bagi siswa-siswi SMK Patria Gadingrejo. Program ini tidak hanya diarahkan pada pemahaman teoritis, tetapi juga kompetensi praktis seperti manajemen akun bisnis, pembuatan konten kreatif, pemanfaatan fitur analitik, hingga etika komunikasi digital. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu memberdayakan siswa untuk menggunakan media sosial secara strategis, kreatif, dan berorientasi pada pengembangan kompetensi kewirausahaan.

METODE DAN PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan kombinasi beberapa metode, yaitu pelatihan (*training*), peningkatan pemahaman, dan pendampingan. Kombinasi metode ini dipilih untuk memastikan siswa bukan hanya memahami konsep *social media*

marketing tetapi juga mampu menerapkannya secara praktis.

1. Metode Pelatihan (*Training*)

Metode pelatihan dilakukan melalui penyampaian materi, demonstrasi dan praktik langsung. Siswa diperkenalkan pada:

- Dasar-dasar *social media marketing*.
- Pemahaman algoritma media sosial (Instagram, TikTok, YouTube).
- Teknik pembuatan konten kreatif (foto, video pendek, *caption*, *storytelling*).
- Penggunaan fitur akun bisnis dan *insight/analytics*.
- *Strategi engagement* (hashtag, waktu unggah, interaksi dengan audiens).

2. Peningkatan Pemahaman

Siswa diberi pemahaman mengenai:

- Pentingnya literasi digital dalam era industri 4.0.
- Risiko dan peluang penggunaan media sosial.
- Etika komunikasi digital dan keamanan digital (*digital safety*).

3. Pendampingan

Siswa mendapatkan pendampingan dalam:

- Membuat akun bisnis atau mengoptimalkan akun yang sudah dimiliki.

- Merancang konten untuk mempromosikan produk sekolah/UMKM sekitar.
- Mengembangkan *mini project* berupa kampanye digital sederhana.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di ruang kelas SMK Patria Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu, Lampung. Peserta kegiatan berjumlah sekitar 30–50 siswa, berasal dari berbagai jenjang kelas, terutama yang memiliki ketertarikan pada bidang bisnis online dan pemasaran digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan digital siswa. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, terlihat bahwa peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti seluruh rangkaian pelatihan mulai dari penyampaian materi, diskusi interaktif, hingga praktik pembuatan konten.

Pelaksanaan pelatihan berjalan efektif dengan suasana yang kondusif, sebagaimana terlihat pada sesi penyampaian materi yang diikuti dengan penuh perhatian oleh para peserta. Siswa menunjukkan ketertarikan khusus pada bagian materi yang membahas strategi membuat konten kreatif dan cara memaksimalkan fitur akun bisnis pada

platform media sosial. Narasumber memberikan contoh konkret terkait teknik pengambilan gambar, pembuatan video pendek, penulisan caption persuasif, serta pemilihan hashtag yang relevan.

Setelah sesi penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik langsung. Peserta diarahkan membuat konten sederhana menggunakan perangkat gawai mereka masing-masing. Pada tahap ini, siswa tampak aktif berdiskusi dalam kelompok kecil untuk menentukan konsep visual, pesan promosi, dan audiens yang ingin dituju.



Gambar 1. Praktik Langsung

Proses praktik ini berhasil memfasilitasi siswa dalam memahami bahwa social media marketing tidak hanya sebatas mengunggah gambar, tetapi memerlukan strategi dan kreativitas. Hasil karya siswa kemudian dipresentasikan di hadapan peserta lain sehingga memunculkan interaksi berupa saling memberi masukan dan apresiasi.

Pendampingan yang diberikan selama aktivitas praktik juga membantu siswa memahami cara membaca *insight* atau analitik dari konten yang telah diunggah. Sejumlah siswa mengaku baru mengetahui bahwa fitur analitik dapat digunakan untuk menilai performa suatu konten berdasarkan jangkauan, jumlah interaksi, dan karakteristik audiens. Pemahaman ini menjadi titik penting dalam meningkatkan kemampuan siswa mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran digital mereka.



Gambar 2. Bersama sebagian peserta

Dari hasil pengamatan dan evaluasi singkat, diketahui bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan literasi digital peserta, khususnya dalam bidang pemasaran digital berbasis media sosial. Sebagian besar siswa mampu menyebutkan kembali konsep dasar social media marketing, menjelaskan fungsi akun bisnis, serta menerapkan teknik dasar pembuatan konten secara mandiri. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil menumbuhkan rasa

percaya diri siswa dalam menciptakan konten kreatif dan mempresentasikan hasil kerja mereka.

Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam membekali siswa dengan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri dan dunia kerja masa kini. Kemampuan memanfaatkan media sosial sebagai instrumen pemasaran merupakan kompetensi penting bagi generasi muda, terutama bagi siswa SMK yang diarahkan untuk siap terjun ke dunia usaha maupun dunia industri. Dengan demikian, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa model pelatihan dan pendampingan yang diterapkan telah efektif meningkatkan pengetahuan dan keterampilan *social media marketing*.

PENUTUP

Melalui rangkaian kegiatan pelatihan, praktik, serta pendampingan, peserta memperoleh pengalaman langsung dalam membuat konten kreatif, mengoperasikan akun bisnis, serta memahami cara membaca data *insight* sebagai dasar evaluasi performa konten.

Secara umum, kegiatan ini menunjukkan bahwa siswa memiliki potensi yang tinggi dalam mengembangkan kemampuan social media marketing apabila diberikan pendampingan yang terarah dan berbasis praktik. Antusiasme

siswa dalam mengikuti materi, diskusi, dan praktik pembuatan konten menunjukkan bahwa metode yang digunakan sesuai dengan kebutuhan generasi *digital native*. Kegiatan ini juga meningkatkan kepercayaan diri dan kreativitas mereka dalam membuat konten pemasaran sederhana.

Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yayasan Aisyah Lampung dan Pimpinan Universitas Aisyah Pringsewu yang selalu mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini.
2. SMK Patria Gadingrejo yang telah menjadi mitra strategis dalam menyukseskan program ini, serta kepada para guru dan siswa yang telah berkontribusi secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Appel, G. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Livingstone, S. (2019). Audiences in an age of datafication: Critical questions for media research. *Television & New Media*, 20(2), 170–183.
- Nugroho, H. W. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Power Point Interaktif terhadap Hasil

Belajar Siswa pada Jurusan Teknik Permesinan SMK Yayasan Pendidikan dan Sosial Ma'arif 1 Taman. *Jptm*, 13(02), 79–87.

- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.

- Sari, P. I., & Yanto, S. (2025). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Bagi Siswa SMK Negeri 9 Sebagai Bekal Kewirausahaan di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Negeri*, 2(1), 78–87.

- Tafesse, W., & Wien, A. (2018). Implementing social media marketing strategically: an empirical assessment. *Journal of Marketing Management*, 34(9–10), 732–749.