

Tren Digital Marketing Di Era Globalisasi : Menjangkau Generasi Z Melalui Pemasaran Kreatif Di Kalangan Pelajar

Krisnaldy,Rouli Green Kezia Sitinjak ¹; Fauzan ²; Miftaqhul Yusuf Saffingi ³

Mahasiswa Dan Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pamulang
www.unpam.ac.id

Corresponding author: e-mail: greenkezia15@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital di era globalisasi telah menciptakan perubahan besar dalam strategi pemasaran, terutama dalam menjangkau Generasi Z yang tumbuh bersama teknologi dan media sosial. Generasi ini memiliki karakteristik unik, seperti kecenderungan terhadap konten kreatif, pendekatan visual, dan interaksi real-time melalui platform digital. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital siswa MA Soebono Mantofani dengan memberikan pelatihan dan pendampingan terkait tren digital marketing. Kegiatan ini melibatkan beberapa tahap, seperti pemberian materi, diskusi interaktif, dan simulasi praktik pemasaran kreatif melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.

Fokus utama kegiatan adalah membekali siswa dengan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran berbasis digital yang efektif dan relevan, termasuk penggunaan alat analitik digital, pengelolaan konten yang menarik, dan optimalisasi platform media sosial untuk memperluas jangkauan audiens. Selain itu, siswa juga dilatih untuk mengembangkan keterampilan kreatif yang diperlukan dalam membuat konten pemasaran, seperti desain grafis, storytelling visual, dan penggunaan video pendek sebagai sarana promosi.

Hasil dari program menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa terhadap konsep dan aplikasi digital marketing. Siswa lebih memahami pentingnya strategi pemasaran berbasis data, konten kreatif yang menarik, serta pemanfaatan media sosial untuk membangun brand awareness. Program ini juga berhasil membuka wawasan siswa tentang peluang wirausaha berbasis digital, sehingga mereka lebih percaya diri untuk memulai usaha kecil dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi kesiapan siswa dalam menghadapi tantangan dunia kerja di era globalisasi sekaligus mendukung pengembangan usaha mikro di tingkat pelajar.

Kata kunci: *Digital marketing, Generasi Z, pemasaran kreatif, globalisasi, pelajar*

ABSTRACT

The advancement of digital technology in the era of globalization has significantly transformed marketing strategies, especially in reaching Generation Z, who grew up alongside technology and social media. This generation has unique characteristics, such as a preference for creative content, a visual-oriented approach, and real-time interaction through digital platforms. This community service program aims to enhance digital literacy among students at MA Soebono Mantofani by providing training and mentoring on current digital marketing trends. The activities involved several stages, including lectures, interactive discussions, and hands-on practice of creative marketing through social media platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube.

The main focus of this program is to equip students with a deep understanding of effective and relevant digital marketing strategies, including the use of digital analytics tools, content management, and social media optimization to expand audience reach. Additionally, students were trained to develop creative skills needed to create marketing content, such as graphic design, visual storytelling, and the use of short videos for promotion.

The results of the program show a significant improvement in students' understanding of digital marketing concepts and applications. They gained a better understanding of the importance of data-driven marketing strategies, the creation of engaging creative content, and the use of social media to build brand awareness. This program also successfully opened students' minds to digital-based entrepreneurial opportunities, boosting their confidence to start small businesses using available technology. Therefore, this training is expected to make a tangible contribution to preparing students for the challenges of the workforce in the global era while supporting the development of micro-enterprises at the student level.

Keywords : Digital marketing, Generation Z, creative marketing, globalization, students

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat dalam beberapa dekade terakhir telah membawa dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah di bidang pemasaran. Dalam konteks globalisasi yang terus berkembang, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membuka peluang baru bagi pelaku bisnis untuk mengakses pasar secara lebih luas dan langsung, terutama di kalangan generasi muda. Generasi Z, yang lahir pada era digital, telah menjadi kelompok konsumen yang sangat bergantung pada teknologi, internet, dan media sosial. Mereka memiliki cara berpikir dan bertindak yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya, sehingga memerlukan pendekatan pemasaran yang lebih kreatif dan berbasis teknologi.

Sebagai generasi yang tumbuh dengan teknologi digital, Generasi Z memiliki kebiasaan berinteraksi dengan dunia melalui media sosial dan platform digital lainnya. Mereka sangat selektif dalam memilih informasi yang mereka konsumsi dan lebih tertarik pada konten yang menarik serta interaktif. Oleh karena itu, pemasar perlu mengembangkan strategi yang tepat untuk dapat menjangkau mereka dengan cara yang sesuai dengan preferensi dan kebiasaan mereka. Pemasaran digital dengan

memanfaatkan media sosial, situs web, dan aplikasi menjadi salah satu pendekatan utama untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam hal ini, pemasaran kreatif menjadi kunci, karena dapat menarik perhatian Generasi Z yang cenderung lebih menghargai konten yang inovatif dan bersifat personal.

MA Soebono Mantofani, sebagai lembaga pendidikan yang memfokuskan diri pada pengembangan keterampilan praktis, memiliki tanggung jawab untuk mempersiapkan siswa agar dapat bersaing di dunia kerja yang semakin dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Oleh karena itu, pengenalan dan pemahaman tentang pemasaran digital kepada siswa menjadi sangat penting, terutama dalam konteks perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada dunia maya. Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di MA Soebono Mantofani ini bertujuan untuk memberikan pelatihan yang mendalam kepada siswa mengenai tren pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Pelatihan ini juga difokuskan pada penggunaan media sosial sebagai alat untuk melakukan pemasaran yang kreatif, efektif, dan efisien.

Melalui program ini, siswa diharapkan tidak hanya memahami konsep dasar pemasaran digital, tetapi juga dapat

mengaplikasikan keterampilan tersebut dalam kehidupan nyata, seperti merancang kampanye pemasaran melalui platform digital yang populer di kalangan Generasi Z. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk membuka wawasan siswa tentang peluang wirausaha yang dapat dikembangkan melalui pemasaran digital, serta mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan di dunia kerja yang semakin digital. Dengan demikian, diharapkan siswa MA Soebono Mantofani dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna dalam mengembangkan usaha berbasis digital atau memasuki industri pemasaran digital yang terus berkembang pesat.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana cara memperkenalkan dan meningkatkan pemahaman siswa MA Soebono Mantofani tentang pentingnya pemasaran digital di era globalisasi?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh siswa MA Soebono Mantofani dalam mengaplikasikan pemasaran kreatif melalui media sosial?
3. Bagaimana pemanfaatan media sosial dan teknologi digital lainnya dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan konsep pemasaran yang efektif di kalangan Generasi Z, khususnya pelajar MA?
4. Bagaimana meningkatkan kemampuan siswa dalam mengembangkan konten kreatif yang relevan dengan karakteristik Generasi Z dan dapat memasarkan produk atau jasa secara efektif melalui platform digital?

TUJUAN KEGIATAN

1. Meningkatkan literasi digital siswa, khususnya terkait dengan konsep dasar dan tren terbaru dalam pemasaran digital yang relevan dengan karakteristik Generasi Z.
2. Mengetahui tantangan apa saja yang dihadapi oleh siswa MA Soebono

Mantofani dalam mengaplikasikan pemasaran kreatif melalui media sosial.

3. Mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana pemanfaatan media sosial dan teknologi digital dapat digunakan untuk memperkenalkan konsep pemasaran yang efektif di kalangan Generasi Z, khususnya pelajar MA Soebono Mantofani.
4. Meningkatkan kemampuan siswa dalam mengembangkan konten kreatif yang relevan dengan karakteristik Generasi Z.

TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan Pemasaran Digital di Era Globalisasi

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi telah membawa perubahan besar dalam dunia pemasaran. Digital marketing telah menjadi salah satu strategi utama untuk menjangkau konsumen, menggantikan metode tradisional yang kurang efisien. Teknologi digital memungkinkan pelaku bisnis menjangkau audiens secara lebih luas dan cepat, bahkan hingga ke pasar internasional. Pemasaran berbasis digital juga memberikan keunggulan dalam hal personalisasi pesan dan interaksi langsung dengan pelanggan, yang sangat relevan di tengah persaingan global yang ketat.

Karakteristik Generasi Z dan Implikasinya dalam Pemasaran

Generasi Z, yang lahir di era teknologi digital, memiliki karakteristik yang sangat berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka tumbuh bersama internet dan media sosial, sehingga lebih mengutamakan kecepatan, visualisasi, dan pengalaman personal dalam mengonsumsi informasi. Generasi ini lebih cenderung memilih konten yang menarik secara visual, seperti video pendek atau infografis. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang

efektif harus berfokus pada elemen kreatif yang relevan dengan kebutuhan dan gaya hidup mereka. Generasi Z juga lebih tertarik pada brand yang memiliki nilai otentik dan menunjukkan kedulian sosial, sehingga pemasaran yang berbasis nilai menjadi kunci.

Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Kreatif

Media sosial telah menjadi platform utama untuk menyampaikan pesan pemasaran yang inovatif. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube sangat efektif untuk menjangkau Generasi Z karena fitur-fitur interaktifnya. Pemasaran melalui media sosial memungkinkan pelaku bisnis untuk memanfaatkan iklan berbayar, kolaborasi dengan influencer, serta analitik data untuk memahami perilaku audiens. Hal ini tidak hanya meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) tetapi juga membantu membangun loyalitas pelanggan.

Tantangan Implementasi Pemasaran Digital di Kalangan Pelajar

Meskipun pemasaran digital menawarkan banyak peluang, terdapat sejumlah tantangan dalam mengimplementasikannya di kalangan pelajar. Tantangan utama meliputi rendahnya literasi digital, kurangnya pemahaman terhadap alat analitik, dan keterbatasan sumber daya teknologi. Selain itu, pelajar sering kali menghadapi kesulitan dalam mengembangkan konten yang relevan dan menarik untuk audiens mereka. Oleh karena itu, program pelatihan dan pendampingan sangat penting untuk membantu pelajar mengatasi hambatan ini dan memanfaatkan teknologi secara maksimal.

Meningkatkan Literasi Digital dan Keterampilan Kreatif Pelajar

Pelatihan literasi digital yang diberikan kepada pelajar, seperti siswa

MA Soebono Mantofani, bertujuan untuk membekali mereka dengan kemampuan memahami dan menggunakan teknologi pemasaran digital secara efektif. Pelajar diajarkan cara mengelola konten, menggunakan alat analitik digital, dan membuat desain yang menarik. Selain itu, keterampilan storytelling visual dan pembuatan video pendek menjadi fokus utama untuk mendukung kemampuan kreatif mereka dalam memasarkan produk atau jasa.

Peluang Wirausaha Berbasis Digital

Pemasaran digital juga membuka jalan bagi pelajar untuk terlibat dalam dunia wirausaha. Dengan memanfaatkan media sosial, mereka dapat memulai bisnis kecil dengan biaya rendah tetapi memiliki potensi jangkauan audiens yang luas. Contoh peluang usaha berbasis digital meliputi bisnis dropshipping, layanan desain grafis, hingga pemasaran produk lokal melalui e-commerce. Literasi digital yang baik memberikan kepercayaan diri kepada pelajar untuk memulai langkah ini dan mengelola bisnis mereka secara mandiri.

Relevansi Digital Marketing terhadap Kesiapan Dunia Kerja

Program pelatihan pemasaran digital memberikan bekal penting bagi pelajar untuk menghadapi tantangan dunia kerja di era digital. Selain membuka peluang wirausaha, pelajar juga dipersiapkan untuk memasuki industri yang semakin bergantung pada teknologi pemasaran digital. Keterampilan ini mencakup kemampuan untuk membaca data, memahami algoritma media sosial, dan mengembangkan strategi pemasaran berbasis data yang relevan dengan tren pasar.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) menggunakan

metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses pelaksanaan pelatihan digital marketing di MA Soebono Mantofani, termasuk respons, tantangan, dan hasil yang dicapai oleh siswa dalam meningkatkan literasi digital dan keterampilan kreatif mereka.

Tahap Persiapan

- **Penentuan Sasaran**

Identifikasi siswa MA Soebono Mantofani sebagai peserta program berdasarkan kebutuhan dan tingkat literasi digital awal mereka.

- **Pengembangan Materi**

Pembuatan modul pelatihan yang mencakup teori pemasaran digital, penggunaan alat analitik, pembuatan konten kreatif, dan pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.

- **Koordinasi dengan Sekolah**

Diskusi dengan pihak sekolah untuk menentukan jadwal, ruang, dan peralatan yang diperlukan selama pelatihan.

Tahap Pelaksanaan

- **Sesi Teori (Presentasi dan Diskusi)**

Pemaparan mengenai konsep dasar pemasaran digital, pentingnya media sosial, serta tren pemasaran kreatif yang relevan dengan Generasi Z.

- **Workshop Interaktif**

Pelatihan berbasis praktik, seperti:

- Pembuatan Konten Kreatif: Desain grafis, storytelling visual, dan pembuatan video pendek.

- Strategi Digital Marketing: Pemanfaatan alat analitik untuk

memahami perilaku audiens dan mengoptimalkan kampanye pemasaran.

- Simulasi Pemasaran di Media Sosial: Membuat dan mengelola akun bisnis di Instagram, TikTok, dan YouTube.
- Sesi Tanya Jawab dan Diskusi: Melibatkan siswa dalam diskusi untuk berbagi ide, pengalaman, dan solusi terhadap tantangan pemasaran digital.

Tahap Evaluasi

- **Penilaian Pemahaman Siswa**

Menggunakan kuis atau tes untuk mengukur sejauh mana siswa memahami materi yang diajarkan.

- **Penilaian Keterampilan Praktis**

Mengevaluasi konten yang dibuat oleh siswa selama pelatihan, termasuk desain grafis, video promosi, dan strategi pemasaran media sosial.

- **Feedback Peserta**

Mengumpulkan masukan dari siswa mengenai program pelatihan untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan di masa depan.

Tahap Pendampingan Pasca-Pelatihan

- **Monitoring dan Evaluasi BerkelaJutan**

Pendampingan siswa dalam mengimplementasikan keterampilan yang telah mereka pelajari, baik untuk proyek sekolah maupun inisiatif wirausaha.

- **Penyediaan Platform Konsultasi**

Memberikan akses kepada siswa untuk berkonsultasi tentang pemasaran digital melalui media daring, seperti grup diskusi atau email.

Dokumentasi dan Pelaporan

- Selama pelaksanaan, kegiatan akan didokumentasikan melalui foto dan video untuk digunakan sebagai bahan evaluasi dan promosi program serupa di masa depan.
- Laporan akhir akan dibuat untuk merangkum hasil, evaluasi, dan rekomendasi dari program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

- **Peningkatan Pemahaman Digital Marketing**
Setelah mengikuti pelatihan, siswa menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap konsep dasar pemasaran digital. Mereka mampu menjelaskan istilah-istilah seperti brand awareness, content marketing, dan digital analytics serta memahami peran media sosial dalam pemasaran kreatif.
- **Respon Positif dari Peserta**
Mayoritas siswa menyatakan bahwa pelatihan ini relevan dengan kebutuhan mereka dan memberikan manfaat nyata dalam memahami dunia pemasaran digital serta mempersiapkan mereka untuk memasuki dunia kerja.
- **Kesadaran terhadap Peluang Wirausaha**

Pelatihan membuka wawasan siswa tentang peluang wirausaha berbasis digital. Beberapa siswa menunjukkan minat untuk memulai bisnis kecil dengan memanfaatkan platform

media sosial sebagai alat promosi.

Pembahasan

- **Pentingnya Kreativitas dalam Pemasaran**

Salah satu tantangan utama dalam pemasaran digital adalah menciptakan konten yang mampu menarik perhatian audiens. Pelatihan ini berhasil membekali siswa dengan keterampilan kreatif, seperti storytelling visual dan desain grafis, yang merupakan elemen penting dalam menarik perhatian Generasi Z yang sangat visual.

- **Dampak Jangka Panjang**

Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis tetapi juga membangun kepercayaan diri siswa untuk memulai langkah wirausaha. Hal ini relevan dengan tujuan program, yaitu mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan dunia kerja di era digital dan mendukung pengembangan usaha mikro di tingkat pelajar.

- **Kendala yang Dihadapi**

Beberapa siswa menghadapi kesulitan teknis, seperti kurangnya perangkat teknologi yang memadai dan keterbatasan akses internet. Meski demikian, pendampingan yang intensif dari tim pelatih mampu membantu mereka mengatasi kendala tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada literasi digital di MA Soebono Mantofani berhasil meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsep pemasaran digital dan aplikasinya. Siswa

menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran kreatif, memahami strategi pemasaran berbasis data, dan menciptakan konten yang menarik bagi Generasi Z. Selain itu, program ini membuka wawasan siswa tentang peluang wirausaha berbasis digital, memberikan mereka kepercayaan diri untuk memulai bisnis kecil dengan memanfaatkan teknologi. Meski menghadapi tantangan, seperti keterbatasan perangkat dan akses internet, pendampingan yang intensif mampu membantu siswa mengatasi hambatan tersebut.

Saran

- **Penguatan Infrastruktur Teknologi**
Pemerintah dan sekolah diharapkan menyediakan fasilitas teknologi yang lebih memadai, seperti perangkat komputer dan akses internet, untuk mendukung pembelajaran digital.
- **Pendampingan Berkelanjutan:**
Program ini sebaiknya diikuti dengan monitoring dan bimbingan jangka panjang untuk memastikan keterampilan yang diajarkan dapat diaplikasikan secara nyata.
- **Ekspansi Program:**
Kegiatan serupa perlu diperluas ke sekolah-sekolah lain untuk memperkuat literasi digital generasi muda secara lebih merata.
- **Kolaborasi dengan Industri**
Mengadakan kerja sama dengan pelaku industri untuk memberikan siswa pengalaman langsung dalam dunia pemasaran digital melalui magang atau proyek bersama.
- **Pengembangan Kurikulum**

Pemasaran digital dapat dimasukkan sebagai bagian dari kurikulum sekolah untuk membekali siswa dengan keterampilan yang relevan di era globalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya Manusia. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.

Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Disiplin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-

19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Diyayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-15). Pearson.

Strauss, J., & Frost, R. (2016). *Pemasaran Digital* (Edisi ke-7). Pearson.

*Loyalitas Kreativitas
Abdi Masyarakat
Kreatif*

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.06, No.03. November 2025
Hal.102-110
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

Smith, A. N., Fischer, E., & Yongjian, C. (2012). Perbedaan konten buatan pengguna terkait merek di YouTube, Facebook, dan Twitter. *Jurnal Pemasaran Interaktif*, 26(2), 102-113.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). *Strategi Pembelajaran Abad 21*. Jakarta: Kemendikbud.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson.

Ryan, D., & Jones, C. (2020). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.

Solomon, M. R. (2021). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th Edition). Pearson.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.

Evans, D. (2020). *Social Media Marketing: An Hour a Day* (3rd Edition). Wiley.

DOKUMENTASI KEGIATAN

