

## **Menyiapkan Karir Masa Depan Di Dunia Digital Yang Terus Berkembang**

**Styo Budi Utomo, Muhammad Baghaz Naufal<sup>1</sup>; Ahmad Fauzi Ridho<sup>2</sup>; Fatimah Putri Indah Hati Riyaddi<sup>3</sup>**

Mahasiswa Dan Dosen Program Studi Manajemen dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pamulang

[www.unpam.ac.id](http://www.unpam.ac.id)

Corresponding author: e-mail: [baghaznau14@gmail.com](mailto:baghaznau14@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Transformasi digital terus mendorong perubahan di berbagai sektor, menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi individu yang ingin membangun karir di masa depan. Artikel ini membahas bagaimana individu dapat mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja yang semakin digital melalui pengembangan keterampilan digital, penguasaan teknologi, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya pendidikan berkelanjutan, literasi data, dan soft skills seperti kreativitas, komunikasi, dan kolaborasi.

Digital marketing telah menjadi salah satu elemen penting dalam dunia bisnis di era globalisasi. Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen mendorong perusahaan untuk mengadopsi strategi digital yang inovatif. Artikel ini membahas tren terkini dalam digital marketing, seperti penggunaan kecerdasan buatan (AI), pemasaran berbasis data, dan personalisasi, serta bagaimana individu dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan dan peluang dalam dunia digital yang terus berkembang.

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

### **ABSTRACT**

*Digital transformation continues to drive change across sectors, creating both opportunities and challenges for individuals looking to build a career in the future. This article discusses how individuals can prepare for an increasingly digital workplace through the development of digital skills, technological mastery, and the ability to adapt to change. The study also highlights the importance of continuing education, data literacy, and soft skills such as creativity, communication, and collaboration.*

*Digital marketing has become an essential element in the business world in the era of globalization. Technological developments and changes in consumer behavior encourage companies to adopt innovative digital strategies. This article discusses the latest trends in digital marketing, such as the use of artificial intelligence (AI), data-driven marketing, and personalization, and how individuals can prepare themselves for the challenges and opportunities in an ever-evolving digital world.*

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

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia bekerja, berkomunikasi, dan berinteraksi. Teknologi seperti kecerdasan buatan, big data, dan Internet of Things (IoT) menciptakan peluang baru dalam berbagai bidang, seperti kesehatan, pendidikan, dan bisnis. Namun, transformasi ini juga mengharuskan individu untuk beradaptasi dan mengembangkan keterampilan baru agar tetap relevan di pasar kerja.

Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi langkah-langkah strategis yang dapat diambil untuk menyiapkan karir di dunia digital, mulai dari pengembangan keterampilan teknis hingga pemahaman terhadap perubahan tren pasar kerja.

Globalisasi dan perkembangan teknologi telah mengubah cara bisnis beroperasi. Di tengah persaingan global, digital marketing menjadi kunci bagi perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih efisien. Dengan peningkatan penggunaan internet dan perangkat mobile, tren digital marketing terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin dinamis. Artikel ini mengkaji berbagai tren digital marketing yang sedang berkembang dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk menyiapkan karir di bidang ini.

## **RUMUSAN MASALAH**

1. Bagaimana peran digital marketing dalam mempersiapkan karir di era globalisasi yang semakin kompetitif?
2. Apa saja keterampilan dan pengetahuan yang perlu dikuasai oleh siswa MA Suebono Mantofani untuk sukses dalam dunia digital marketing?
3. Bagaimana strategi efektif yang dapat diterapkan untuk membangun pemahaman siswa mengenai potensi digital marketing dalam karir masa depan?
4. Apa tantangan utama yang dihadapi dalam penerapan digital marketing di dunia pendidikan dan bagaimana cara mengatasinya?
5. Bagaimana MA Suebono Mantofani dapat memanfaatkan digital marketing untuk mempersiapkan siswanya menghadapi dunia digital yang terus berkembang?

## **TUJUAN KEGIATAN**

1. Meningkatkan Wawasan Siswa tentang Digital Marketing: Memberikan pemahaman yang komprehensif tentang konsep dan prinsip dasar digital marketing kepada siswa sebagai dasar untuk mengembangkan karir di bidang ini.
2. Mengembangkan Keterampilan Praktis: Melatih siswa dalam penggunaan alat dan platform digital marketing yang relevan, seperti media sosial, SEO, email marketing, dan analitik untuk mempersiapkan mereka menghadapi dunia kerja.
3. Mempersiapkan Siswa untuk Era Globalisasi: Menyiapkan siswa agar memiliki kemampuan untuk bersaing di pasar kerja global, memahami tren pemasaran digital, serta cara mengadaptasi strategi digital yang sesuai dengan perkembangan zaman.
4. Mengasah Kemampuan Kreativitas dan Inovasi: Mendorong siswa untuk berpikir kreatif dan mengembangkan ide-ide baru dalam merancang dan melaksanakan kampanye pemasaran digital yang menarik dan efektif.
5. Mengembangkan Soft Skills: Melatih siswa dalam komunikasi, kerja tim, serta keterampilan problem-solving yang penting untuk sukses dalam karir di dunia digital.
6. Memberikan Pengalaman Praktis: Memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat melalui proyek-proyek nyata atau studi kasus yang relevan dengan dunia digital marketing.
7. Membekali Siswa dengan Sertifikasi dan Portofolio: Memberikan sertifikasi yang diakui dan membangun portofolio digital siswa sebagai langkah awal untuk

meningkatkan daya saing di dunia kerja.

#### **TINJAUAN PUSTAKA**

##### **Pengertian dan Konsep Digital Marketing**

Digital marketing adalah proses menggunakan media digital untuk mempromosikan produk atau layanan. Menurut Kotler dan Keller (2016), digital marketing mencakup strategi dan teknik pemasaran yang memanfaatkan berbagai platform teknologi seperti situs web, media sosial, email, dan aplikasi mobile untuk menjangkau audiens. Dengan semakin berkembangnya teknologi, digital marketing menjadi salah satu aspek yang penting dalam strategi bisnis global, terutama di era globalisasi di mana konektivitas dan akses informasi meningkat pesat.

##### **Tren Digital Marketing di Era Globalisasi**

Di era globalisasi, tren digital marketing terus mengalami evolusi seiring dengan perkembangan teknologi. Laporan dari Statista (2023) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di dunia terus meningkat, menjadikannya sebagai saluran utama untuk interaksi bisnis dan konsumen. Teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), big data, dan analitik semakin sering digunakan dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran. Dengan tren ini, para profesional di bidang digital marketing dituntut untuk terus belajar dan menyesuaikan strategi mereka agar tetap relevan.

Selain itu, pemasaran berbasis data juga menjadi tren utama, di mana analitik data membantu pemasar memahami perilaku konsumen dan mengoptimalkan kampanye mereka. Berbagai platform seperti Google Analytics, Facebook Ads Manager, dan alat SEO seperti SEMrush menjadi sangat penting untuk mengukur dan meningkatkan efektivitas pemasaran.

##### **Pentingnya Keterampilan Digital Marketing untuk Karir di Masa Depan**

Keterampilan di bidang digital marketing sangat dicari di pasar kerja global, baik di perusahaan besar maupun usaha kecil dan menengah. Menurut laporan LinkedIn (2022), kemampuan dalam digital marketing, termasuk SEO, media sosial, pembuatan konten, dan analisis data, menjadi beberapa keterampilan yang paling banyak dicari oleh pemberi kerja. Ini menunjukkan bahwa pemahaman dan penguasaan digital marketing bukan hanya keuntungan, tetapi kebutuhan di dunia kerja modern.

Khususnya bagi siswa di MA Suebono Mantofani, memiliki keterampilan ini akan mempersiapkan mereka untuk berkarir di berbagai bidang, termasuk pemasaran digital, manajemen media sosial, analisis data, dan pengembangan bisnis. Dengan kemampuan ini, para siswa dapat menonjol dalam dunia profesional dan mengisi peran-peran penting dalam industri yang terus berkembang.

##### **Digital Marketing dalam Pendidikan dan Pengembangan Karir**

Pendidikan di bidang digital marketing menjadi sangat penting untuk mempersiapkan generasi muda dalam menghadapi tantangan dunia kerja. Program pelatihan dan kursus yang difokuskan pada digital marketing membantu peserta untuk memperoleh keterampilan praktis yang diperlukan. Di MA Suebono Mantofani, pengenalan dan pelatihan dalam digital marketing dapat menjadi bagian dari kurikulum untuk membekali siswa dengan keahlian yang relevan.

Laporan World Economic Forum (2020) menunjukkan bahwa pendidikan dan pelatihan di bidang teknologi dan pemasaran digital sangat penting untuk mempersiapkan tenaga kerja masa depan. Program seperti TERN Digital Marketing dapat membantu siswa mengembangkan

## *Kreatif*

pemahaman dan keterampilan untuk mengadaptasi dan memanfaatkan teknologi dalam kegiatan pemasaran.

### **Tantangan dalam Digital Marketing**

Meskipun peluang di bidang digital marketing besar, ada beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh para pemasar. Perubahan algoritma mesin pencari, perkembangan teknologi yang sangat cepat, dan meningkatnya kebutuhan untuk memahami data besar menjadi tantangan yang memerlukan adaptasi cepat. Davis dan Brown (2019) menjelaskan bahwa para profesional di bidang ini harus memiliki kemampuan untuk terus belajar dan berinovasi agar tetap kompetitif.

### **Pentingnya Program Pelatihan Digital Marketing di MA Suebono Mantofani**

Program seperti TERN Digital Marketing di MA Suebono Mantofani dapat memainkan peran penting dalam mempersiapkan siswa untuk masa depan. Dengan mengintegrasikan pelatihan digital marketing ke dalam kurikulum, siswa dapat mempelajari keterampilan praktis dan teoretis yang akan membantu mereka menyesuaikan diri dengan tuntutan pasar kerja yang semakin berfokus pada teknologi. Program ini sebaiknya mencakup pelatihan tentang media sosial, SEO, pembuatan konten, pemasaran berbasis data, serta penggunaan alat digital marketing seperti Google Ads dan alat analisis lainnya.

### **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 Suebono Mantofani, termasuk respons, tantangan, dan hasil

yang dicapai oleh siswa dalam meningkatkan literasi digital dan keterampilan kreatif mereka.

### **1. Persiapan dan Perencanaan**

Identifikasi Kebutuhan dan Analisis Gap: Melakukan identifikasi kebutuhan untuk mengetahui pemahaman dan keterampilan yang sudah dimiliki siswa MA Suebono Mantofani dalam bidang digital marketing. Survei awal dan wawancara dengan guru dan siswa dapat dilakukan untuk menentukan tingkat pemahaman mereka.

Penyusunan Kurikulum dan Materi: Menyusun materi pelatihan yang mencakup topik-topik fundamental digital marketing, seperti SEO (Search Engine Optimization), manajemen media sosial, pembuatan konten digital, email marketing, dan analisis data. Materi juga akan mencakup pemahaman tentang tren terbaru di pemasaran digital dan penggunaan platform seperti Google Ads, Google Analytics, dan media sosial.

Pengadaan Fasilitator dan Sumber Daya: Mengundang profesional di bidang digital marketing, dosen, atau praktisi untuk menjadi fasilitator dalam sesi pelatihan. Selain itu, menyiapkan sumber daya seperti ruang kelas, perangkat komputer, dan akses ke internet.

### **2. Pelaksanaan Pelatihan dan Workshop**

Sesi Pembelajaran Teori: Mengadakan sesi kelas di mana fasilitator mengajarkan konsep-konsep dasar digital marketing. Sesi ini akan mencakup pemahaman tentang pentingnya pemasaran digital di era globalisasi, serta bagaimana strategi digital dapat meningkatkan jangkauan dan efektivitas kampanye.

Workshop Praktis dan Simulasi: Melakukan kegiatan workshop di mana siswa dapat mempraktikkan ilmu yang

## *Kreatif*

telah dipelajari, seperti membuat kampanye iklan digital menggunakan Google Ads atau Facebook Ads, membuat konten kreatif untuk media sosial, dan memanfaatkan alat analisis data untuk mengukur performa kampanye.

**Studi Kasus dan Diskusi Kelompok:** Memberikan studi kasus nyata dan simulasi proyek pemasaran digital, diikuti dengan diskusi kelompok untuk membahas solusi dan strategi yang efektif. Peserta dibagi menjadi kelompok untuk mengerjakan proyek kecil sebagai latihan pengaplikasian konsep.

**Praktikum Penggunaan Alat Digital:** Mengajarkan siswa cara menggunakan alat pemasaran digital seperti Google Analytics, Canva, dan alat SEO lainnya untuk mengelola kampanye dan mengevaluasi data secara langsung.

### **3. Pendampingan dan Monitoring**

**Pendampingan oleh Mentor:** Setiap kelompok siswa mendapatkan bimbingan dari seorang mentor yang berpengalaman di bidang digital marketing untuk memberikan masukan dan saran.

**Sesi Tanya-Jawab:** Menyediakan sesi tanya-jawab reguler di mana siswa dapat bertanya tentang kesulitan yang dihadapi dalam mengerjakan proyek mereka, sehingga mentor dapat memberikan solusi yang konstruktif.

**Monitoring Berkala:** Melakukan pemeriksaan berkala terhadap proyek yang dikerjakan oleh siswa, memberikan umpan balik, dan menyarankan perbaikan atau modifikasi untuk meningkatkan kualitas hasil.

### **4. Evaluasi dan Umpan Balik**

**Penilaian Kinerja dan Proyek:** Menilai proyek dan tugas siswa berdasarkan kriteria tertentu seperti kreativitas, relevansi, pemahaman konsep, dan efektivitas strategi yang

diterapkan. Penilaian ini dilakukan secara individual dan kelompok.

**Umpan Balik dari Peserta:** Mengadakan sesi umpan balik di mana siswa dapat memberikan masukan tentang program pelatihan, serta menyampaikan pendapat tentang materi dan metode yang digunakan.

**Evaluasi Program:** Melakukan evaluasi akhir program untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, dan potensi pengembangan di masa mendatang. Hal ini dilakukan melalui survei kepada peserta dan diskusi evaluasi dengan fasilitator.

### **5. Pelaporan dan Dokumentasi**

**Dokumentasi Kegiatan:** Merekam seluruh kegiatan pelatihan, mulai dari sesi teori, workshop, hingga praktik dan diskusi kelompok dalam bentuk foto, video, dan laporan tertulis.

**Penyusunan Laporan Akhir:** Menyusun laporan akhir yang merangkum seluruh pelaksanaan kegiatan PKM, hasil yang dicapai, analisis umpan balik, serta rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

**Publikasi Hasil Program:** Membuat publikasi berupa artikel atau laporan yang dapat diakses oleh peserta dan pihak terkait, untuk menampilkan hasil dari program pelatihan dan manfaatnya bagi siswa.

### **6. Sertifikasi dan Penghargaan**

**Pemberian Sertifikat:** Memberikan sertifikat kepada semua peserta sebagai tanda penghargaan atas partisipasi mereka dalam program PKM. Sertifikat ini dapat menjadi tambahan yang bermanfaat untuk portofolio mereka di masa depan.

**Penghargaan untuk Proyek Terbaik:** Memberikan penghargaan bagi kelompok yang menunjukkan hasil terbaik dalam proyek mereka sebagai



## *Kreatif*

bentuk motivasi dan pengakuan atas kerja keras mereka.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Hasil Pelaksanaan Program**

- **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan**

Siswa menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan digital marketing. Berdasarkan hasil penilaian pre-test dan post-test yang dilakukan sebelum dan setelah program, siswa menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang konsep dasar digital marketing, seperti SEO, pemasaran media sosial, pembuatan konten, dan analisis data.

- **Penerapan Praktis**

Selama workshop dan simulasi, peserta berhasil membuat rencana pemasaran digital, mengelola kampanye sederhana, dan menggunakan alat digital marketing seperti Google Ads dan Google Analytics. Sebanyak 80% peserta mampu merancang dan menjalankan proyek kampanye mini dengan tingkat keberhasilan yang memuaskan.

- **Proyek Kelompok**

Kelompok siswa yang mengerjakan proyek digital marketing menunjukkan kreativitas dalam pembuatan konten dan strategi pemasaran. Beberapa kelompok berhasil menghasilkan proyek yang menonjol, termasuk pembuatan iklan digital yang menarik dan penggunaan data untuk analisis performa kampanye.

- **Umpan Balik Positif**

Umpan balik dari peserta menunjukkan bahwa program ini sangat bermanfaat dan memberikan wawasan baru.

Siswa merasa lebih percaya diri dalam mengaplikasikan keterampilan digital marketing di masa depan, baik dalam konteks akademis maupun profesional.

#### **Pembahasan**

- a. Keberhasilan Program dalam Meningkatkan Keterampilan Siswa Program TERN Digital Marketing di MA Suebono Mantofani berhasil memenuhi tujuannya, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam bidang digital marketing. Peningkatan hasil belajar yang signifikan dari pre-test dan post-test menunjukkan bahwa metode yang digunakan, termasuk sesi teori yang disertai dengan praktik langsung, efektif dalam membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan.
- b. Tantangan yang Dihadapi Meskipun program ini sukses, beberapa tantangan tetap ada. Beberapa siswa mengalami kesulitan dalam memahami alat analisis data yang lebih kompleks, seperti Google Analytics, pada awalnya. Namun, dengan pendampingan intensif dari mentor, siswa berhasil mengatasi tantangan ini dan mampu menggunakannya untuk menganalisis data kampanye mereka.
- c. Kebutuhan untuk Pengembangan Program Selanjutnya Dari evaluasi yang dilakukan, ditemukan bahwa siswa membutuhkan lebih banyak waktu untuk mempraktikkan penggunaan alat digital dan penerapan strategi pemasaran dalam situasi yang lebih kompleks. Oleh karena itu, untuk program berikutnya, disarankan untuk meningkatkan durasi

- workshop praktis dan menyediakan modul tambahan tentang penggunaan alat pemasaran digital yang lebih canggih.
- d. Dampak Positif bagi Siswa dan Sekolah Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan siswa dalam digital marketing, tetapi juga memberikan dampak positif bagi sekolah. MA Suebono Mantofani kini memiliki lebih banyak siswa yang siap bersaing di dunia digital, baik di bidang studi lanjutan maupun dalam memasuki dunia kerja. Selain itu, program ini memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan yang responsif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar kerja.
- e. Penerapan di Masa Depan Dengan pelatihan yang telah diberikan, siswa diharapkan dapat mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh dalam berbagai bidang, termasuk proyek-proyek sekolah, kegiatan ekstrakurikuler, atau usaha kecil mereka sendiri. Selain itu, siswa yang telah memiliki pemahaman dasar ini dapat melanjutkan pendidikan di bidang yang lebih spesifik seperti pemasaran digital atau manajemen bisnis.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Program TERN Digital Marketing di Era Globalisasi: Menyiapkan Karir Masa Depan di Dunia Digital yang Terus Berkembang di MA Suebono Mantofani telah dilaksanakan dengan tujuan untuk membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan praktis di bidang digital marketing. Pelaksanaan program ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam

pemahaman dan keterampilan siswa. Para peserta menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam merancang strategi pemasaran digital, membuat konten, mengelola kampanye iklan, dan menganalisis performa kampanye menggunakan alat digital.

Program ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis tetapi juga kesempatan bagi siswa untuk mempraktikkan keterampilan mereka melalui workshop dan proyek kelompok. Dengan demikian, program ini berhasil mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan di dunia kerja yang semakin digital dan kompetitif.

### **Saran**

Peningkatan Waktu Praktik: Disarankan agar program di masa depan memiliki waktu yang lebih panjang untuk sesi praktik agar siswa dapat lebih mendalami penggunaan alat-alat digital dan strategi pemasaran yang lebih kompleks. Hal ini akan membantu siswa untuk lebih percaya diri dan terampil dalam mengaplikasikan pengetahuan mereka.

Modul Tambahan tentang Teknologi Baru: Perlu menambahkan modul pembelajaran tentang tren terbaru dalam pemasaran digital, seperti pemasaran berbasis AI, pemasaran influencer, dan penggunaan teknologi terkini dalam analisis data. Ini akan membantu siswa untuk tetap relevan dengan perkembangan teknologi.

Pendampingan yang Lebih Intensif: Meningkatkan pendampingan oleh mentor selama proses belajar sehingga siswa mendapatkan bimbingan yang lebih intensif, khususnya dalam aspek yang sulit seperti analisis data dan penggunaan alat pemasaran digital yang canggih.

Kegiatan Pengembangan Berkelanjutan: Disarankan agar sekolah mengadakan kegiatan pengembangan berkelanjutan, seperti webinar, seminar, atau workshop tambahan, untuk menjaga

siswa tetap update dengan perkembangan dunia digital.

Kolaborasi dengan Industri: Membangun kemitraan dengan perusahaan atau praktisi digital marketing untuk mengadakan sesi guest speaker atau workshop yang dipimpin oleh para profesional. Hal ini dapat memberikan siswa wawasan langsung tentang tantangan dan peluang di dunia kerja.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-15). Pearson.
- Strauss, J., & Frost, R. (2016). *Pemasaran Digital* (Edisi ke-7). Pearson.
- 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). Momprenneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.
- Hakim, L., Putri, I. S., Pasaribu, V. L. D., & Tobroni, M. (2026). Public Speaking for Teens: Sharpens Self-Confidence and Effective Communication Skills. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 28-35.
- Kushermanto, S., Pasaribu, V. L. D., & Aulia, N. M. (2026). Building Cooperation and Leadership Through Youth Team Building Activities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 36-43.
- 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 Araisayah. *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 Displin 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, Tangerang 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 Entrepreneur 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). Program 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 Di Yayasan 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, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Adiputra, B., Oktaviani, D., & Ramdonih, F. (2026). Financial Health in the Digital Era: Gen Z Financial Literacy to Combat a Consumptive Lifestyle. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 66-70.

Pasaribu, V. L. D., Rahmah, A., Fitri, L., & Rommadon, R. (2026). Digital Marketing as a Means of Career Opportunities and Entrepreneurship. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 52-58.

Pasaribu, V. L. D., Saputra, B., Alayya, F., & Utami, R. D. (2026). Boosting Self-Confidence Through Public Speaking: A Youth Workshop. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 71-76.

Pasaribu, V. L. D., Rahayu, A., Septianti, A., & Wirana, A. P. (2026). Measuring Digital Content and Campaign Activities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 44-51.

Pasaribu, V. L. D., Fadilah, R., Purwanti, A., & Amelia, N. (2026). The Importance of Soft Skills for Teenagers in the Modern Era: Challenges and Opportunities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 11-18.

Pasaribu, V. L. D., Wijohandoko, T., Yanuarso, B. P., & Tumanggor, M. (2026). Optimizing Micro-Business Financial Management in Benda Baru Subdistrict Through Financial

Management Training. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 01-10.

Pasaribu, V. L. D., Anggelita, A. Y., Putri, A. N., Wiyadi, A., & Fatonah, D. (2026). Counseling on Cultivating an Entrepreneurial Spirit in the Digital Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 19-27.

Pasaribu, V. L. D., Witjaksono, M. G., Khoerunnisa, D., & Maharani, N. (2026). Social Media Ethics at the Wisma Karya Bakti Orphanage. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1).

Pasaribu, V. L. D., Sulistyawati, R., Tupamahu, J., & Sabila, S. (2026). The Role of Soft Skills in Shaping Students' Leadership and Social Responsibility in the Era of Society 5.0. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1).

Pasaribu, V. L. D., Zalukhu, M., & Akbar, I. M. (2026). Smart and Responsible Leadership of Vocational High School Students in the Era of Society 5.0. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 181-190.

Pasaribu, V. L. D., Hermanto, H., Bidaya, Y., & Buulolo, R. (2026). Leadership Transformation Strategies to Strengthen the Responsibility and Character of Vocational High School Students in the Society 5.0 Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 211-220.

Pasaribu, V. L. D., Priyanto, G., Ndruru, K., & Indrawan, J. (2026). Leadership Camp Era 5.0: Developing Leadership and Social Responsibility in Students. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 191-199.

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**

