

Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bisnis dan Pemasaran Pribadi Kepada Pemberi Kerja di SMK Via Medika Ciputat Tangerang Selatan

Alvin Praditya*¹, Arief Budiyanto², Rahadyan Tajuddien³, Muhtar Arifin⁴,
Universitas Pamulang
E-mail: dosen02164@unpam.ac.id

Abstract

The purpose of this service activity is to provide an understanding of the importance of Social Media as a Means of Business Communication and Personal Marketing to Employers at Via Medika Vocational High School, Ciputat, South Tangerang. The activity, which began with lectures and demonstrations, was then continued with exercises. The program then continued with a question and answer session. Various questions were raised enthusiastically by the participants in the question and answer session. Broadly speaking, the core of the participants' questions was the use of social media for content creation so that it can become an effective tool for personal marketing and business communication. The results of PKM activities in outline include the following components: 1. Success in targeting the number of training participants 2. Achieving training objectives 3. Achieving planned material targets 4. Participants' ability to master the material The target of training participants is as planned. Thus it can be said that the activity target was achieved.

Keywords: Social media; Business communication; Personal Marketing

Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pemahaman mengenai pentingnya Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bisnis dan Pemasaran Pribadi Kepada Pemberi Kerja di SMK Via Medika Ciputat Tangerang Selatan. Kegiatan yang diawali dengan ceramah dan demonstrasi ini kemudian dilanjutkan latihan. Acara kemudian dilanjutkan sesi tanya jawab. Berbagai pertanyaan diajukan secara antusias oleh para peserta dalam sesi tanya jawab. Secara garis besar inti dari pertanyaan para peserta adalah pemanfaatan media sosial untuk pembuatan konten untuk agar dapat menjadi sarana yang efektif guna pemasaran pribadi dan komunikasi bisnis. Hasil kegiatan PKM secara garis besar mencakup beberapa komponen sebagai berikut: 1. Keberhasilan target jumlah peserta pelatihan 2. Ketercapaian tujuan pelatihan 3. Ketercapaian target materi yang telah direncanakan 4. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi Target peserta pelatihan seperti direncanakan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa target kegiatan tercapai.

Kata kunci: Media Sosial; Komunikasi Bisnis; Pemasaran Pribadi

1. PENDAHULUAN

Media sosial telah berkembang pesat di Indonesia selama dekade terakhir. Pada tahun 2021, ada sekitar 160 juta pengguna media sosial di Indonesia, menjadikannya salah satu pasar terbesar bagi platform media sosial di dunia. Beberapa platform media sosial terpopuler di Indonesia termasuk Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok, WhatsApp, dan LINE. Salah satu faktor yang mendorong pertumbuhan media sosial di Indonesia adalah penetrasi internet yang semakin luas. Menurut data dari We Are Social dan Hootsuite, pada Januari 2021, penetrasi internet di Indonesia mencapai 73%, atau sekitar 196 juta pengguna internet. Selain itu, meningkatnya penggunaan smartphone dan teknologi seluler juga memainkan peran penting dalam pertumbuhan media sosial di Indonesia. Selain itu, pertumbuhan media sosial di Indonesia juga didorong oleh adopsi teknologi digital yang cepat dan tingginya tingkat partisipasi dalam aktivitas online, seperti berbelanja online, bermain game, dan menonton konten video. Hal ini membuat media sosial menjadi saluran utama untuk mengakses informasi, berinteraksi dengan

orang lain, dan mengikuti tren dan gaya hidup yang sedang populer. Namun, perkembangan media sosial di Indonesia juga memiliki tantangan dan dampak yang perlu diatasi. Beberapa masalah yang sering muncul termasuk penyebaran hoaks, kejahatan siber, dan penggunaan media sosial untuk menyebarkan ujaran kebencian dan isu sosial politik yang sensitif. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan literasi digital dan mempromosikan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab dan positif di Indonesia.

Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan siswa SMA (dan sederajat lainnya) di seluruh dunia. Di era digital saat ini, siswa dapat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan teman-teman mereka, mendapatkan akses ke informasi dan sumber daya pendidikan, dan bahkan mengembangkan keterampilan dan minat mereka. Salah satu keuntungan utama media sosial bagi siswa SMA adalah kemampuan untuk berkomunikasi dengan teman-teman mereka di luar lingkungan sekolah. Dengan platform seperti Instagram, Twitter, dan Facebook, siswa dapat tetap terhubung dengan teman-teman yang telah pindah ke kota lain atau bahkan ke negara lain. Ini membantu siswa untuk menjaga hubungan pertemanan yang penting dan membangun jaringan sosial yang luas. Selain itu, media sosial juga memungkinkan siswa SMA untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman mereka tentang dunia yang lebih luas. Dengan mengikuti akun yang relevan atau bergabung dalam kelompok yang berfokus pada topik tertentu, seperti olahraga, musik, atau literatur, siswa dapat mengakses informasi dan sumber daya yang tidak mungkin ditemukan di lingkungan sekolah mereka. Ini juga membantu siswa untuk mengembangkan keterampilan baru dan minat mereka, serta membuka peluang untuk berpartisipasi dalam komunitas yang lebih besar. Terakhir, media sosial dapat memberikan siswa SMA kesempatan untuk memperluas cakupan karir mereka. Dengan mengikuti akun-akun profesional atau bergabung dalam kelompok yang terkait dengan bidang karir tertentu, siswa dapat memperoleh wawasan tentang persyaratan pekerjaan, tren industri, dan kemungkinan kesempatan kerja di masa depan. Ini membantu siswa untuk merencanakan masa depan mereka dan membuat keputusan yang tepat tentang pendidikan mereka dan jalan karir yang akan diambil.

Akan tetapi media sosial dapat memberikan dampak buruk pada karir seseorang jika tidak digunakan dengan bijak. Salah satu dampak buruk yang paling umum adalah hilangnya privasi. Dalam dunia kerja, informasi pribadi yang diunggah di media sosial dapat diakses oleh pihak perusahaan, dan informasi ini dapat memengaruhi persepsi mereka tentang karyawan. Jika informasi pribadi yang diunggah di media sosial tidak pantas, seperti gambar yang tidak senonoh atau komentar yang kasar, maka dapat merusak reputasi dan citra profesional seseorang, sehingga berdampak negatif pada karir. Selain itu, penggunaan media sosial yang tidak tepat juga dapat membuang-buang waktu yang berharga, yang seharusnya digunakan untuk mengerjakan tugas pekerjaan. Terlalu sering memeriksa media sosial, mengunggah postingan, atau bahkan terlalu lama berada di media sosial, dapat mengurangi produktivitas dan kinerja kerja. Hal ini dapat memengaruhi penilaian atas kinerja seseorang di tempat kerja dan pada akhirnya, dapat memengaruhi kemajuan karir. Dan penggunaan media sosial yang kurang bijaksana juga dapat mengekspos seseorang pada risiko pelecehan online atau pencemaran nama baik. Postingan yang tidak disukai atau komentar yang kasar dari pengguna media sosial lain dapat mengganggu kesejahteraan mental dan emosional seseorang. Jika hal ini terjadi secara terus-menerus, maka dapat memengaruhi produktivitas, kinerja, dan kesejahteraan mental seseorang.

Oleh karena itu penting untuk adanya sebuah pemahaman bagaimana mengelola media sosial milik pribadi agar dapat dipergunakan dengan bijak dan sesuai dengan tujuannya, bahkan media sosial bisa dikembangkan lagi sebagai sarana dalam membangun *personal branding* yang

berguna sebagai sarana komunikasi bisnis kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Media sosial memainkan peran penting dalam personal branding, yaitu proses membangun citra dan reputasi pribadi yang positif. Dalam era digital saat ini, kehadiran online yang kuat sangat penting bagi individu yang ingin memperkuat merek pribadi mereka dan membangun kepercayaan dari audiens mereka. Dengan menggunakan media sosial, individu dapat membangun merek pribadi mereka sendiri dan memperluas jangkauan mereka. Salah satu manfaat utama media sosial bagi *personal branding* adalah dapat membantu individu memperkenalkan diri mereka, menampilkan keahlian dan pengalaman mereka, serta membangun kredibilitas di bidang mereka. Melalui konten yang berkualitas dan bermanfaat, individu dapat menarik minat audiens mereka dan meningkatkan kesadaran merek pribadi mereka. Ini juga dapat membantu individu memperluas jaringan profesional mereka dan memperoleh kesempatan karir yang lebih baik.

Dan bahkan media sosial juga memungkinkan individu untuk terhubung dan berinteraksi langsung dengan audiens mereka. Melalui fitur seperti pesan langsung, live chat, atau komentar, individu dapat menjalin hubungan dengan pengikut mereka, memberikan informasi, serta memperoleh umpan balik yang dapat membantu mereka meningkatkan merek pribadi mereka. Dengan berinteraksi secara langsung dengan audiens mereka, individu juga dapat memperkuat citra mereka sebagai ahli di bidang mereka dan membangun kredibilitas yang kuat. Dalam keseluruhan, media sosial memberikan banyak manfaat bagi *personal branding*, yaitu memungkinkan individu untuk memperkenalkan diri mereka, menampilkan keahlian dan pengalaman mereka, serta membangun kredibilitas di bidang mereka. Oleh karena itu, sangat penting bagi individu untuk memahami strategi penggunaan media sosial yang tepat untuk memaksimalkan manfaatnya bagi *personal branding* mereka.

2. METODE

Kegiatan PKM yang dilaksanakan dengan acara tatap muka dan praktek pengenalan Media Sosial Untuk Komunikasi Bisnis dan Pemasaran Pribadi Kepada Pemberi Kerja berjalan dengan baik dan lancar. Pertemuan tatap muka dengan metode ceramah dan demonstrasi, dilanjutkan latihan/praktek untuk memanfaatkan media sosial terkait kegunaan dan manfaatnya untuk pemasaran pribadi. Kegiatan ini dilaksanakan lima hari yaitu pada hari Senin sampai Jumat tanggal 20-24 Maret 2023 dari pukul 13.30 - 17.30 WIB. Peserta kegiatan adalah siswa dan siswi SMK Via Medika lokasi penyelenggaraan pelatihan di Sekolah SMK Via Medika.

Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meliputi kegiatan:

- a. Memberikan kegiatan pembuatan konten pemasaran digital dan juga pengenalan mengenai media sosial beserta dengan kelebihan dan kekurangannya. Metode ini dengan menggunakan metode komunikatif, yaitu dengan presentasi dan *sharing session* kepada peserta penyuluhan. Tim Dosen PKM memberikan materi dan pihak peserta bisa memberikan pertanyaan dan juga tahapan diskusi untuk membedah suatu kasus.
- b. Penerapan langsung materi dalam bentuk praktik sederhana meliputi pembuatan konten serta mengoptimisasi media sosial dengan bimbingan narasumber

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan PKM secara garis besar mencakup beberapa komponen sebagai berikut: 1. Keberhasilan target jumlah peserta pelatihan 2. Ketercapaian tujuan pelatihan 3. Ketercapaian target materi yang telah direncanakan dan Kemampuan peserta dalam penguasaan materi Target peserta pelatihan seperti yang telah direncanakan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa target kegiatan tercapai.

Adapun keberhasilan capaian tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator di atas, yaitu;

a. Target Peserta

Dari segi peserta, pelaksanaan penyuluhan PKM di lokasi Via Medika dihadiri oleh 30 peserta siswa SMK. Dimana dari jumlah tersebut memenuhi ekspekstasi pelaksanaan penyuluhan yang ditargetkan hanya dihadiri oleh 20 orang peserta.

b. Tujuan Pelatihan

Tujuan PKM kepada Siswa SMK Via Medika adalah memberikan pemahaman dan juga pengetahuan mengenai potensi serta gambaran dampak negatif yang ada pada media sosial sehingga siswa SMK Via Medika mempunyai pemahamaannya tersendiri yang diharapkan dapat menggunakan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab serta bertika sesuai dengan profil pelajar Pancasila.

c. Kemampuan penguasaan materi

Implementasi yang diharapkan oleh Tim PKM Dosen Universitas Pamulang dalam pemberian penyuluhan materi media sosial adalah siswa SMK Via Medika mendapatkan gambaran bagaimana penggunaan media sosial secara bertanggung jawab dan beretika. Lalu siswa SMK Via Medika bisa menerapkan materi yang telah diberikan ke dalam bentuk pengelolaan media sosialnya masing-masing.

Kegiatan PKM yang dilaksanakan dengan acara tatap muka dan praktek materi media sosial berjalan dengan baik dan lancar. Pertemuan tatap muka dengan metode ceramah dan demonstrasi, dilanjutkan latihan/praktek untuk memanfaatkan media sosial dalam membentuk *personal branding* kepada pemberi kerja. Kegiatan ini dilaksanakan lima hari yaitu pada hari Senin sampai Jumat tanggal 20-24 Maret 2023 dari pukul 13.30 - 17.30 WIB. Peserta kegiatan Siswa dan Siswi SMK Via Medika, Ciputat dan lokasi penyelenggaraan pelatihan serta penyuluhan di Ruang Seminar SMK Via Medika.

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan oleh 3 (tiga) orang tim pengabdian dengan pokok bahasan yang disampaikan mengenai: 1. Pemahaman mengenai media sosial, 2. Penggunaan media sosial dalam membentuk *personal branding*, 3. Pemanfaatan dan optimalisasi media sosial. Keterbatasan waktu pertemuan mengakibatkan tidak semua materi dapat disampaikan secara detail. Kegiatan yang diawali dengan ceramah dan demonstrasi ini kemudian dilanjutkan latihan. Acara kemudian dilanjutkan sesi tanya jawab. Berbagai pertanyaan diajukan secara antusias oleh para peserta dalam sesi tanya jawab. Secara garis besar inti dari pertanyaan para peserta adalah memanfaatkan konten kreasi untuk pemasaran digital dengan baik.

5. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan yang ada dapat di simpulkan bahwa kegiatan PKM berjalan dengan lancar dan sesuai dengan yang direncanakan. Serta tidak melenceng dari tujuan awal yang sudah direncanakan. Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut: Waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian perlu ditambah agar tujuan kegiatan dapat tercapai sepenuhnya, tetapi dengan konsekuensi penambahan biaya pelaksanaan. Oleh karena itu biaya PKM sebaiknya tidak sama antara beberapa tim pengusul proposal, mengingat khalayak sasaran yang berbeda pula. Adanya kegiatan lanjutan yang berupa pelatihan sejenis selalu

diselenggarakan secara periodik sehingga dapat meningkatkan kemampuan Siswa SMK Via Medika dalam melakukan personal branding di media sosial

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, D., Wiguna, M., & Yunanti, S. (2023). Mengembangkan Metode Pembelajaran Untuk Mereduksi Kejenuhan Siswa Yayasan Pondok Pesantren Hudatul Falah Kabupaten Bogor. *DEDIKASI PKM*, 4(1), 1-8. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i1.27452>
- Anugraheni, D. T., & Kusdiartini, V. (2018). Preferensi Konsumen Terhadap Media Sosial Dalam Mencari Dan Membeli Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 8-17.
- Anwar, R. N., & Aprilia, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Fashion Muslim Hijup Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 75-85. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i1.169>
- Aprilliani, S., Supriyatna, W., & Solihin, D. (2023). Pelatihan Meningkatkan Jiwa Berwirausaha pada Santri Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk. *DEDIKASI PKM*, 4(2), 174-179. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i2.29747>
- Firona, W., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Direct Selling Dan Media Sosial Melalui Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rokok Sin Herbal. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3, 213-222. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3is1.138>
- Lisdawati, L., Hulasaoh, E., & Fadilah, F. (2023). Menerapkan Kreativitas dan Membangun Jiwa Wirausaha Sejak Dini Pada Yayasan Yayasan Al Amin. *DEDIKASI PKM*, 4(1), 15-18. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i1.27454>
- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2018). Promosi Melalui Sosial Media, Brand Awareness, Purchase Intention Pada Produk Sepatu Olahraga. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47-52. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47>
- Susanti, F., Sabil, D., Salamudin, A., Rahayu, D., Friskadisty, F., & Septiani, N. (2023). Menerapkan Kreativitas dan Membangun Jiwa Wirausaha Sejak Dini Pada Yayasan Ishahul Hayat. *DEDIKASI PKM*, 4(1), 9-14. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i1.27453>