

# Kekuatan dan Dampak Media Sosial di Era Pemasaran Digital Pada SMA PGRI Rumpin

Hana Sari Pebriyani<sup>1</sup>, Bagan Saputra<sup>2</sup>, Zahra Kadhisa<sup>3</sup>, Kadek Aditya P.Y<sup>4</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

E-mail: [hsaripebriyani@gmail.com](mailto:hsaripebriyani@gmail.com)<sup>1</sup>, [gan17putra@gmail.com](mailto:gan17putra@gmail.com)<sup>2</sup>, [zahra.kadhisa@gmail.com](mailto:zahra.kadhisa@gmail.com)<sup>3</sup>, [dekaditya422@gmail.com](mailto:dekaditya422@gmail.com)<sup>4</sup>

Diterima 01/April/2024 | Direvisi 10/April/2024 | Disetujui 23/Mei/2024

## Abstract

*This community service activity aims to provide further knowledge about the use of digital marketing and create ideas for business opportunities that PGRI Rumpin High School students can undertake so that they can maximize the use of digital media well and fill their free time by running a business according to their abilities and talents. The material presented is about the general definition of digital marketing, its benefits and uses, as well as various business opportunities that can be pursued if you use digital marketing media as business access. The method used is the practice of making beaded accessories as an example of a business idea that young people can run to increase their income apart from being a student.*

**Keywords:** Social media, marketing era

## Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan lebih lanjut mengenai penggunaan digital marketing dan menciptakan ide peluang usaha yang bisa dijalani oleh siswa siswi SMA PGRI Rumpin agar mereka bisa memaksimalkan penggunaan media digital dengan baik serta mengisi waktu luang dengan menjalani bisnis sesuai kemampuan dan bakat mereka. Adapun materi yang disampaikan mengenai definisi umum digital marketing, manfaat dan kegunaannya serta beragam peluang usaha yang bisa dilakukan jika menggunakan media digital marketing sebagai akses usaha. Metode yang digunakan ini adalah dengan praktek pembuatan aksesoris manik manik sebagai salah satu contoh ide bisnis yang bisa jalankan anak muda untuk menambah penghasilan mereka selain mereka menjadi seorang pelajar.

**Kata kunci:** Media Sosial, Era Pemasaran

## 1. PENDAHULUAN

Jumlah pengguna sosial media terus meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Hal ini menciptakan sebuah pasar yang besar bagi generasi muda untuk memperkenalkan salah satu kekuatan sosial media. Namun, bersaing dalam ruang yang padat ini bisa menjadi sulit bagi generasi muda. Konsumen modern cenderung menggunakan sosial media untuk mendapatkan informasi tentang produk dan merek. Mereka juga seringkali mempercayai ulasan dan rekomendasi dari pengguna lainnya. Oleh karena itu, generasi muda harus memahami perilaku konsumen yang berubah dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka di platform sosial media.

Kami bermaksud mengadakan acara untuk memberikan arahan bagi anak muda terutama siswa – siswi di SMA PGRI Rumpin mengenai the power and impact of sosial media in the digital marketing era. Dengan upaya menjelaskan kepada anak muda apa itu digital marketing dan kekuatan dari sosial media terhadapnya dan peluang peluang bisnis apa saja yang bisa generasi muda lakukan untuk menambah penghasilan mereka dengan memanfaatkan media digital yang ada, dan disini mahasiswa juga berupaya mencontohkan pembuatan Gelang manik manik sebagai contoh peluang usaha yang sedang menjadi tren di kalangan generasi muda zaman sekarang.

Dalam era digital yang terus berkembang, sosial media telah menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif dan relevan bagi perusahaan di berbagai industri. Penggunaan sosial media sebagai bagian dari strategi digital marketing telah menunjukkan dampak yang

signifikan terhadap cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen dan mempromosikan merek mereka. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap pemasaran secara drastis, terutama dengan munculnya media sosial. Fenomena media sosial telah mengubah cara interaksi manusia, termasuk dalam konteks bisnis dan pemasaran. Platform-platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn telah menjadi pusat komunikasi dan interaksi online bagi miliaran pengguna di seluruh dunia.

## 2. METODE

Mengadakan pemaparan materi mengenai digital marketing dan workshop kepada para siswa dan siswi, pengetahuan baru dengan membuat produk yang sedang trend di kalangan anak muda yaitu aksesoris gelang, kalung, cincin yang berbahan manik-manik. Pada akhir setiap diskusi tim PKM mengadakan sesi tanya jawab. Realisasi pemecahan masalah dalam program kegiatan pengabdian kepada masyarakat di laksanakan pada hari Kamis 16 Mei 2024 pada pukul 09.30 WIB s/d 11.46 WIB. Kegiatan ini menggunakan metode diskusi dan tanya jawab mengenai materi yang sudah di paparkan yaitu digital marketing:

1. Apa itu digital marketing secara umum
2. Manfaat yang bisa di dapatkan jika mempelajari digital marketing.
3. Jenis jenis peluang bisnis yang bisa dilakukan anak muda dalam menggunakan media digital sesuai minat bakat yang mereka miliki.
4. Mempraktekan secara langsung pembuatan produk aksesoris sebagai contoh ide bisnis yang bisa dilakukan anak muda untuk menambah penghasilan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pembahasan kegiatan pengabdian kepada masyarakat antara lain sebagai berikut;

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat membantu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan digital marketing untuk memasarkan produk dan jasa mereka. Pelatihan digital marketing yang diberikan untuk membantu para siswa dan siswi di SMA PGRI Rumpin kb. Bogor untuk memahami pentingnya pemasaran UMKM pada digital marketing dan cara mengoperasikan aplikasi berbasis online seperti Facebook, Instagram, Whatsapp Business.
2. Meningkatkan produktifitas siswa dan siswi dalam melakukan kegiatan workshop pembuatan aksesoris agar menambah pengetahuan mereka mengenai produk kekinian, yang bisa mereka buat di waktu luang mereka supaya bisa menghasilkan karya sendiri serta mendapatkan penghasilan dari karya yang mereka pada saat kegiatan berlangsung. menumbuhkan rasa semangat untuk menjadi pengusaha muda di masa depan.
3. Digital marketing membantu UMKM meningkatkan daya saing mereka dalam pasar online. Strategi pemasaran digital seperti menggunakan media sosial, situs web, dan perangkat digital lainnya memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan menurunkan biaya pemasaran.



Gambar 1 Dokumentasi Kegiatan

#### 4. KESIMPULAN

Pada tanggal 16 Mei 2024, PKM kali ini dilaksanakan di SMA PGRI Rumpin, Jl. Raya Gobang, Cibodas, Kec. Rumpin, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Secara keseluruhan, kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut karena kami berhasil menyelesaikan beberapa kegiatan yang dijadwalkan untuk SMA PGRI Rumpin berkat program PKM kami. Kepentingan terbaik mahasiswa diwujudkan dengan membantu mereka menjadi lebih mahir dalam berintegrasi ke dalam masyarakat, menerapkan langsung informasi dan media digital yang dipelajarinya, serta memandang industri gelang manik-manik sebagai contoh bisnis yang dapat dirintis oleh mahasiswa di komunitas tersebut. Untuk kepentingan SMA PGRI Rumpin, siswa - siswi dapat mengetahui lebih banyak bagaimana memaksimalkan penggunaan media digital dengan baik dan membantu mereka memikirkan ide-ide bisnis yang dapat dijalankan sesuai dengan bakat dan keterampilannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ainulhaq, N., Nindya Purnawati, F., & Hikmatullah, H. (2024). Pendampingan Edukasi Anti Bullying Kepada Siswa SD Melalui Kegiatan Pengembangan Literasi Dengan Dongeng. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 367–374. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38910>
- Amalia Mulya, A., Rolanda, I., Istikomah, K., & Laksmiwati, M. (2024). Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Generasi Z di SMK Insan Kamil Tartila Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 398–407. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38966>
- Anugerah Lumbaa, E., Istianingrum, R., Ramadiansya, W., Febrian, I., Nur Alif, M., & Wulandari, W. (2024). Kegiatan Sosialisasi Mengenai Regulasi dan Keselamatan Berkendara di SMPN 019

- Penajam Paser Utara serta Pemasangan Convex Mirror. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 361–366. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38880>
- Basri, M., Ulfah, M., Purwaningsih, E., Warneri, W., Kuswanti, H., & Budiman, J. (2024). Pelatihan Penerapan Immersive Learning Dalam Pembelajaran Ekonomi Bagi Guru Ekonomi Kota Pontianak & Kabupaten Kubu Raya. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 384–390. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38923>
- Christopher Bradley Budiono, Rachel Cintantya, Adelynn Regina Gunawan, & Njo Anastasia. (2024). Membangkitkan Minat, Membangun Masa Depan: Pembelajaran Interaktif dengan 'Kebutuhan Keluargaku' untuk Siswa TK Bina Bunga Bangsa Surabaya. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 433–441. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39009>
- Damayanti, R., Sopiyan, M., & Maharani, M. (2024). Sosialisasi Mengenai Cara Pembuatan Pembukuan Dalam Akuntansi Dasar di Panti Asuhan Al Farhan Yayasan Darussalam. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 340–344. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38813>
- Febriani, D. H., Pujiastuti, T. T., & Kurniastuti, M. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengolahan Daun Salam Sebagai Terapi Komplemen Diabetes dan Hipertensi di Dusun Medelan. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 479–484. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39104>
- Hasanah, T., Markus, M., Hartini, I., Eduawar, R., Iskandar, I., & Sholiha, E. (2024). Pengembangan UMKM PPUMI Dengan Inovasi Produk Gula Aren Sebagai Upaya Peningkatan Bagi Masyarakat Desa Talang Pagar Agung Lahat Sumatera Selatan. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 307–314. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38656>
- Hendrik, M., Kodri, M. A. A., Juniawan, F. P., Yuliana, F., Anggraini, C. W., Almira, A., & Abadi, M. (2024). Workshop Ecoprint Berbasis Sumber Daya Lokal Bagi Kelompok Wanita Desa Simpang Tiga: Upaya Peningkatan Sosiopreneurship. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 491–498. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39165>
- Indriyani, E., Nursahwal, N., Rahman, N. R., M, N., Yaqin, A., & Sujiman, R. A. (2024). Increasing Production Capacity through Halal Product Process Assistance to SMEs in Bajeng District, South Sulawesi. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 464–470. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39073>
- Karima, F. H., Royana, I. F., Kustantinah, I., & Hidayat, N. (2024). Pendampingan Kesehatan Fisik dan Mental dalam Rangka Pencegahan Depresi Remaja Kelurahan Pagerwojo Kabupaten Kendal. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 471–478. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39106>
- Lady, L., & Fitri, A. M. (2024). Optimalisasi Penggunaan Social Media dan Peningkatan Strategi Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Bahasa Indonesia. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 286–297. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38032>
- Menoh, Y. R., Mulik, S. E., Zebua, C. K. N., & Deko, M. K. (2024). Pelatihan Pembuatan Pakan Ayam Kampung Unggul Balitnak (KUB) terhadap Kaum Bapak GMIT Klasis Sulamu. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 427–432. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38997>
- Meryawan, W. M. W., Diah Utari Dewi, N., Bagus Idedhyana, I., Istri Agung Vera Nindia Putri, C., Gede Agung Wijaya Kesuma Suryawan, T., Kadek Sintya Agustini, N., & Putu Gilang Rio Prayuda, I. G. (2024). Pengembangan Ekowisata Berkelanjutan Desa Kelusa Payangan Gianyar Pendekatan Triple Bottom Line dan Tri Hita Karana. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 322–332. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38803>
- Mulik, S. E., Nugrahadi Ndun, A., Bire Lawa, A., Agustinus Nguru, D., Mediviani Sol'uf, M., Umbu Padu, H., ... Eliazar Nifu, S. (2024). Peningkatan Keterampilan Analisis Data Penelitian Menggunakan Aplikasi Jasp Bagi Mahasiswa Program Studi Peternakan Universitas Nusa Cendana. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 408–415. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38926>