

Pemanfaatan Influencer Marketing : Sebagai Strategi Pemasaran Digital Untuk Mencapai Audiens Target

Merry¹, Rino Dewiyanto², Fikri Erlanda Hardianka³, Muhammad Faisal⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

E-mail: merry01@gmail.com

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 byRunning a business according to their abilities and talents. . The material presented is about theGeneral definition of digital marketing, its benefits and uses, as well as various business Opportunities that can be pursued ifyou 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: Influencer marketing, digital marketing strategy, target audience

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 di lakukan 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: Influencer Marketing, Strategi Pemasaran Digital, Audiens Target

1. PENDAHULUAN

Digital marketing atau pemasaran digital adalah kegiatan promosi produk/jasaatau mencari saluran/ channel termasuk kegiatan branding menggunakan berbagai media digital seperti website, e-mail, data base, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya blog, adwords, feed, podcast dan jejaring sosial sehingga memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran. Digital marketing sebagai eksploitasi terhadap teknologi digital yang digunakan untuk menciptakan suatu saluran untuk mencapai resipien potensial untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan konsumen yanglebih efektif. Digital Marketing membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa yang mereka punya. DigitalMarketing juga dapat membuat atau membuka pasar- pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak.

Menurut Nadya (2016), digital marketing adalah pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing). Aksesoris manik-manik telah menjadi bagian penting dalam dunia fashion dan gaya hidup. Mereka bukan hanya elemen penunjang penampilan, tetapi juga merupakan ekspresi dari kreativitas dan kepribadian individu, banyak masyarakat menggunakan media digital sebagai peluang bisnis dalam upaya meningkatkan ekonomi mereka . Berdasarkan latar belakang tersebut, tim program pengabdian kepada masyarakat (PKM) universitas pamulang yang berjumlah 36 mahasiswa ikut serta dalam

melakukan kegiatan praktek pembuatan aksesoris dari manik manik sebagaiupaya contoh peluang bisnis yang bisa dilakukan bagi para siswa siswi di SMA PGRI Rumpin kab. Bogor. Dengan tema : "workshop praktek pembuatan aksesorismanik – manik sebagai peluang bisnis bagi anak muda."

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.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pembahasan kegiatan pengabdian kepada masyarakat antara lain sebagai berikut; Tingkat pemahaman siswa dan siswi SMA PGRI Rumpin dalam memahami media digital marketing serta cara mengoptimalkan penggunaannya agar bisa menjadikan peluang usaha yang menjanjikan di masa yang akan datang. Tingkat 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.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan salah satu bentuk kepedulian mahasiswa kepada anak muda seperti siswa siswi di PGRI Rumpin untuk meningkatkan kemampuan penggunaan media digital berdasarkan perkembangan teknologi yang ada untuk menciptakan minat siswa dan siswi sebagai pengusaha muda masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Mustopa, R., Mujiyanto, H., & Ikhsan, A. F. (2024). Sosialisasi Pemasaran Digital pada UMKM Desa Selaawi Talegong Kabupaten Garut. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 448–455. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39086>
- Ndun, A. N., Mulik, S. E., Nguru, D. A., Lawa, A. B., Sabat, D. M., Setyani, N. M. P., ... Banamtuan, A. N. (2024). Pelatihan Tata Cara Submit Artikel Melalui Open Journal System (OJS) Bagi Mahasiswa. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 416–426. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39001>
- Nofia Sari, O., & Kurnia, K. (2024). Sosialisasi Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Balikpapan. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 277–285. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38654>
- Nuralam, I. P., Asmoro, P. S., Ramadhan, H. M., Novianti, N., Laili, F., & Aini, E. K. (2024). Kontribusi Media Sosial terhadap Penguatan Usaha dan Sustainable Tourism di Kota Lama Semarang. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 375–383. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38927>
- Nurliani, N., Suherah, S., & Agustrai, A. (2024). Penerapan Penerapan Model Pembukaan Usahatani pada Kelompok Tani di Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 345–352. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38816>
- Permatasari, R. I., Juhaeti, Sitio, V. S. S., Simamora, S. C., & Wijayanti, D. (2024). Edukasi Wirausaha Bagi Siswa-Siswi SMK PGRI 1 Jakarta : Berani Jadi Enterpreneur Muda . *DEDIKASI PKM*, 5(2), 499 – 505. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39288>
- Ramadhan, I., Imran, I., Ayuni, N., Vaderofa Putri, M., Novita, K., & Alhambasy C, F. (2024). Healthy Training Program Bina Desa: Meningkatkan Kesadaran Kesehatan Dan

- Lingkungan Bersih Melalui Pelatihan Berbasis Masyarakat Di Sungai Kupah. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 353–360. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38865>
- Sakina, A. W., Dibyorini, M. C. R., Wedjadjati, R. S., & Adiwirahayu, A. (2024). Pengorganisasian Gerakan Kolaborasi Pengelolaan Sumber Daya Air Berbasis Integrated Community Development (ICD). *DEDIKASI PKM*, 5(2), 267–276. <https://doi.org/10.32493/dedikasiipkm.v5i2.36335>
- Sumaji, S., Prasetyaningsih, E., Hari Abrianto, T., & Sugianto, A. (2024). Pelatihan Seni Batik Guna Meningkatkan Ekonomi Warga Muhammadiyah Dusun Trenceng Mrican Ponorogo. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 391–397. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38937>
- Utami, A. W., Nurhaeni, F., & Anisadewi, S. (2024). Cerdas Menggunakan Obat : Edukasi Swamedikasi Batuk Kepada Ibu-Ibu Di Dusun Kenteng, Sentolo, Demangrejo, Kulon Progo. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 333–339. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.37845>
- Valexsta, A. Y., Satang, A., Open, B. D., & Yugar, F. (2024). Manusia dan Alam (Refleksi Kritis untuk Memanusiakan Alam Berdasarkan Perspektif Filsafat Identitas F.W. J. Schelling). *DEDIKASI PKM*, 5(2), 442–447. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38877>
- Wulandari, E. C., Prawesti, Y., & Phoa, V. (2024). Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Digital Pada Kios UMKM Desa Kembangkuning, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 456–463. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39090>
- Yuliawati, Y., Agustine, A. T., Nurhasanah, S., Nurhasanah, I. Y., Erlansyah, M. D. A., Mubharoq, M. R., ... Julaeha, S. (2024). Sosialisasi Pembukuan Digital Melalui Aplikasi Credibook Pada KWT 16 Desa Sukamaju Majalaya Kabupaten Bandung. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 485–490. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38152>
- Yuwono, W., & Kamilatu Naimah, M. (2024). Pengembangan Branding Melalui Digital Marketing pada UMKM Egy Juice. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 298–306. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38655>
- Zahiroh, L., Hidayati, N., Visabilillah, R. A., & All Habsy, B. (2024). Pelatihan Tarjim Kids Untuk Meningkatkan Self Management dengan Strategi Self Reward Anak-Anak di Desa Randuagung. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 315–321. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38748>