

Pelatihan Memaksimalkan Fitur *Live Streaming* di Media Sosial sebagai *Digital Marketing* Kepada Siswa SMK di Jakarta Barat**RR Roosita Cindrakasih¹, Amalliah², Flora Meliana Siahaan³, Safrezi Fitra⁴**^{1,2,3,4} Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika¹flora.fmn@bsi.ac.id ²amalliah.all@bsi.ac.id ³roosita.rrc@bsi.sc.id ⁴safrezi.sea@bsi.ac.id**Abstrak**

Kegiatan pengabdian masyarakat berdasarkan kebutuhan pihak mitra untuk memberikan materi tentang bagaimana memaksimalkan fitur live streaming sebagai pemasaran digital bagi para siswa SMK di Jakarta Barat. Para siswa tersebut belum pernah mendapatkan pengetahuan dan wawasan mengenai digital marketing dan pemanfaatan fitur live streaming di media sosial. Oleh karena itu berdasarkan kebutuhan pihak mitra, maka kegiatan pengabdian masyarakat mengangkat tema “Pelatihan Memaksimalkan Fitur Live Streaming Di Media Sosial Sebagai Digital Marketing Pada P2KPTK Jakarta Barat”. Metode yang digunakan terdiri dari 3 tahap, yaitu; (1) Tahap persiapan meliputi identifikasi permasalahan dan pengajuan perijinan kepada mitra; (2) Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat; (3) Tahap evaluasi, pemberian kuesioner untuk mengetahui pemahaman pengetahuan tentang fitur live streaming di media sosial dan digital marketing. Hasil yang didapatkan dari pengabdian masyarakat ini adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital marketing dan pemanfaatan fitur live streaming bagi peserta dimana bermanfaat menunjang kegiatannya baik di dalam Yayasan maupun di sekolah. Mitra juga puas dengan hasil dari kegiatan tersebut karena memberikan keahlian bagi para peserta siswa beberapa SMK di Jakarta Barat.

Kata kunci: pemasaran digital, *live streaming*, komunikasi, media sosial**Abstract**

Community service activities are based on the needs of partners to provide material on how to maximize the live streaming feature as digital marketing for SMK students in West Jakarta. These students have never gained knowledge and insight regarding digital marketing and the use of live streaming features on social media. Therefore, based on the needs of the partners, the community service activities have the theme "Training to Maximize Live Streaming Features on Social Media as Digital Marketing at P2KPTK West Jakarta". The method used consists of 3 stages, namely; (1) The preparatory stage includes identifying problems and submitting permits to partners; (2) The stage of implementing community service activities; (3) Evaluation stage, giving questionnaires to find out understanding of knowledge about live streaming features on social media and digital marketing. The results obtained from this community service are an increase in digital marketing knowledge and skills and the use of live streaming features for participants which are useful to support their activities both within the Foundation and at school. Partners are also satisfied with the results of the activity because it provides expertise for the student participants at several SMKs in West Jakarta.

Keywords: digital marketing, *live streaming*, communication, social media

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan pasar dengan pertumbuhan *digital marketing* yang cukup besar. Sejak 2014, Euromonitor mencatat penjualan melalui online di Indonesia sudah mencapai US\$1,1 miliar. Data sensus Badan Pusat Statistik (BPS) juga menyebut, industri *e-commerce* Indonesia dalam 10 tahun terakhir meningkat hingga 17 persen dengan total jumlah usaha *e-commerce* mencapai 26,2 juta unit. Pada tahun 2018, *e-commerce* di Indonesia tercatat mengalami pertumbuhan sangat pesat, dan diperkirakan akan terus meningkat seiring berkembangnya jumlah pengusaha dan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di tanah air.

Potensi besar industri *e-commerce* di Indonesia juga dipengaruhi gaya belanja yang mulai bergeser ke online, terutama oleh generasi milenial. Menurut Indonesia Millennial Report 2022, milenial sangat suka mencari perbandingan harga, fitur, program promo dan kualitas produk di beberapa *e-commerce* sebelum memutuskan membeli sebuah barang. Para milenial juga tidak segan untuk merekomendasikan *e-commerce* atau toko online favorit mereka kepada teman-teman mereka.

Selama kurun waktu 4 tahun terakhir, *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan hingga 500 persen. Riset Google dan Temasek dalam laporan E-Conomy SEA 2018 menunjukkan bahwa ekonomi digital Indonesia tahun ini mencapai US\$27 miliar atau sekitar Rp 391 triliun. Angka tersebut menjadikan transaksi ekonomi digital Indonesia berada di peringkat pertama untuk kawasan Asia Tenggara dengan kontribusi sebesar 49 persen. Meski demikian, produk-produk asal Indonesia yang dijual di platform *e-commerce* masih di bawah 10 persen sehingga menjadi tantangan bersama agar membuat digital ekonomi dan *e-commerce* tidak hanya besar karena Indonesia sebatas sebagai market saja.

Memasuki ekosistem industri 4.0 menuntut para pelaku bisnis di Indonesia untuk terus melakukan pengembangan - pengembangan di setiap lini. Hal ini secara sadar maupun tidak membawa kita manusia Indonesia untuk semakin 'melek' terhadap teknologi. Kenyataannya saat ini masih banyak kalangan pelaku industri mulai dari kalangan UMKM dan yang setara dengannya kurang menyadari prospek dan peluang yang diberikan melalui media komunikasi internet atau media digital. Bicara mengenai kualitas produk ataupun jasa, sebetulnya produk maupun jasa dalam negeri tidak kalah dibanding produk- produk impor. Hal ini diperparah

budaya konsumtif masyarakat yang lebih bangga menggunakan produk branded luar dibanding produk asli Indonesia.

Pembekalan edukasi terkait dengan penggunaan fasilitas internet, terlebih terkait membangun bisnis sangat diperlukan oleh masyarakat, khususnya para pelaku usaha kecil dan menengah agar dapat bersaing, memperkenalkan produk atau jasa mereka dengan metode yang baru agar mendapat pasar yang maksimal. Untuk itu, kami selaku tim pengabdian berinisiatif untuk sharing knowledge materi berkaitan dengan pemasaran digital (*digital marketing*).

Meta, Bain & Company (2022) menyatakan bahwa ekonomi digital di Asia Tenggara terus meningkat. Hampir 80% konsumen di Asia Tenggara beralih ke digital. Di Indonesia jumlah konsumen digital mencapai 168 juta konsumen pada akhir tahun 2022. Oleh sebab itu sudah saatnya bagi perusahaan dan pebisnis beralih ke dunia digital untuk menemukan konsumen digital.

Kamus bahasa Inggris Oxford mendefinisikan *live streaming* sebagai transmisi liputan video dan atau audio secara langsung dari suatu acara melalui internet. Mirip dengan siaran langsung yang dilakukan di televisi atau radio, perbedaannya adalah tidak perlu membayar untuk menonton pada saat membuat siaran tersebut. (Lind 2018).

Untuk memberikan pengetahuan baru mengenai bagaimana cara memasarkan produk via internet, kita perlu mengenal beberapa istilah dalam bisnis online, mempromosikan produk dan metode-metode yang dapat dilakukan dengan harapan menjadi rintisan usaha yang kompetitif dan berdaya saing. Industri kreatif yang bertumpu pada pemanfaatan pengetahuan dan kreatifitas dipercaya telah menjelma menjadi trend dan kekuatan baru yang mewarnai kompetisi dan arah perkembangan ekonomi. Dalam perjalanannya kemudian, konsep ekonomi kreatif ini semakin mendapat perhatian utama di banyak negara karena ternyata dapat memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian.

P2KPTK2 yang merupakan Unit Pelaksana Teknis Dinas Pendidikan dalam pelaksanaan kegiatan pengembangan kompetensi pendidik, tenaga kependidikan dan kejuruan yang mempunyai tugas melaksanakan pembinaan dan pengembangan kompetensi pendidik dan tenaga kependidikan pada semua jenjang pendidikan dan kejuruan. Hal tersebut sesuai dengan Pergub 369 Tahun 2016 tentang Pembentukan, Organisasi dan Tata Kerja Pusat Pengembangan Kompetensi Pendidik, Tenaga Kependidikan dan Kejuruan.

Mengacu kepada butir Analisis Situasi, maka permasalahan yang saat ini dihadapi oleh P2KPTK2 sebagai berikut:

- a. Bagaimana memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada para peserta mengenai *Digital marketing E-commerce*?
- b. Bagaimana memberikan pelatihan kepada para peserta mengembangkan pemasaran dan penjualan produk secara online dengan teknik *digital marketing* dan *live streaming*?

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di P2KPTK2 Jakarta Barat yang berada di Jalan Kerajinan No.42, RT.009/RW.002, Kelurahan Krukut, Kecamatan Tamansari, Kota Administrasi Jakarta Barat, Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Metode pelaksanaan ini menggambarkan tahapan implementasi atau langkah-langkah solusi yang diberikan untuk mengatasi permasalahan mitra. Metode pelatihan dilaksanakan dalam bentuk pengajaran tatap muka langsung. Pelaksanaan acara yaitu beberapa panitia dan peserta bertemu dan mengadakan acara di lokasi kantor P2KPTK2 Jakarta Barat.

Para Siswa SMK diberikan pembekalan berupa pelatihan bagaimana fitur *live streaming* yang ada pada media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube dapat dimaksimalkan untuk berinteraksi langsung dengan audience. Fitur ini dapat digunakan untuk bisnis atau berjualan, dan membangun suatu perspektif terhadap suatu brand, produk, perusahaan atau bahkan diri sendiri.

Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa SMK sehingga menjadi tenaga kerja yang unggul di berbagai industri maupun usaha. Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) ditekankan untuk menjadi tenaga ahli yang siap bekerja dan berwirausaha, sehingga penting dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan bagaimana memaksimalkan akun media sosial mereka dengan baik, sehingga media bukan saja memberikan informasi atau hiburan akan tetapi dapat menciptakan penghasilan atau “cuan”

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai

tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku sosial.

Kegiatan pengabdian masyarakat disesuaikan dari kebutuhan masyarakat setempat sehingga sasaran tepat guna dimana individu dapat mengembangkan potensi dirinya di tengah lingkungan masyarakat.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini juga merupakan sumbangsih para dosen dan melibatkan para mahasiswa dari Universitas Bina Sarana Informatika untuk memberikan edukasi bagaimana memaksimalkan fitur *live streaming* sebagai *digital marketing*. Pengabdian masyarakat (Abdimas) di P2KPTK Jakarta Barat dilakukan secara tatap muka. Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dihadiri oleh para siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Jakarta Barat yaitu SMK Jakarta Barat 1, SMKN 9 Jakarta, dan SMK Tunas Harapan.

Para peserta kegiatan mengikuti dengan antusias. Tutor memberikan pengetahuan dasar mengenai *digital marketing* dan bagaimana memaksimalkan pemanfaatan *live streaming* di media sosial untuk pemasaran digital.

Media sosial banyak digunakan oleh masyarakat dalam melakukan banyak aktivitas mulai dari entertainment, melakukan bisnis, mencari informasi atau aktivitas lainnya. Media Sosial merupakan layanan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan konsumen untuk berbagi pendapat, pemikiran, cara pandang dan pengalaman (Kaplan & Haenlein, 2010). Menurut Yoo & Gretzel (2011), media sosial mampu memenuhi kebutuhan konsumen atas informasi dengan menawarkan informasi yang faktual, spesifik, berbasis pengalaman dan bersifat non-komersial, yang dapat diperoleh dan diakses melalui sumber-sumber informasi diluar batasan lingkaran kehidupan sosial konsumen tersebut.

Media sosial mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan di manapun. Media sosial sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen di manapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat berpotensi untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merk suatu produk (Merill, 2011).

Pada media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, *networking*, dan berbagai kegiatan lainnya. Media sosial menggunakan teknologi berbasis *website* atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif.

Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan adalah YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, Blog, dan lain-lain.

Dalam media sosial ini orang tidak hanya bertukar informasi saja, namun juga gambar, foto ataupun video, bahkan tidak jarang digunakan sebagai media untuk berbisnis bagi penggunanya. Bagi pihak penjual, perdagangan elektronik melalui media sosial akan membantu untuk memperluas daerah pemasaran produk yang akan dijualnya, sedangkan bagi pembeli, akan mempermudah mendapatkan dan membandingkan informasi tentang produk yang akan dibelinya.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini juga merupakan sumbangsih para dosen dan melibatkan para mahasiswa dari Universitas Bina Sarana Informatika untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa SMK sehingga menjadi tenaga kerja yang unggul di berbagai industri maupun usaha. Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) ditekankan untuk menjadi tenaga ahli yang siap bekerja dan berwirausaha, sehingga penting dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan bagaimana memaksimalkan akun media sosial mereka dengan baik, sehingga media bukan saja memberikan informasi atau hiburan akan tetapi dapat menciptakan penghasilan atau “cuan”

Pelaksanaan kegiatan pada sesi presentasi untuk memaparkan materi seputar *digital marketing*, media sosial dan *live streaming* di media sosial. Kemudiandilanjutkan dengan praktik mulai dari perencanaan, penyiapan alat yang dibutuhkan hingga simulasi *live streaming* di media sosial.

Setelah dilakukan pelatihan, pemahaman materi dan langsung praktek membuat penggunaan media sosial untuk berkomunikasi dengan menyampaikan pesan dan berdialog, peserta pelatihan peserta pelatihan pada PKM ini mampu memiliki peningkatan sebesar 50%.



Gambar 1. Pelaksanaan PKM Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas BSI

KESIMPULAN

Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan Pelatihan Memaksimalkan Fitur *Live streaming* Di Media Sosial Sebagai *Digital marketing* Pada P2KPTK Jakarta Barat sangat dibutuhkan oleh siswa SMK untuk selalu dipergunakan dalam berkomunikasi dan belajar serta keahlian dengan baik agar kelas siswa SMK siap di dunia kerja.

Para peserta juga merasa puas dengan pemaparan dan pelatihan langsung yang diberikan. Ini ditunjukkan dengan hasil kuesioner yang diisi oleh para peserta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dosen dan para mahasiswa yang terlibat dalam pengabdian masyarakat memberikan ucapan terimakasih kepada pihak mitra yakni P2KPTK Jakarta Barat yang telah memberikan kesempatan waktu dan tempat dalam pengabdian kepada masyarakat ini.

Ucapan terima kasih juga diberikan kepada LPPM Universitas Bina Sarana Informatika dalam proses persiapan sampai dengan laporan pengabdian masyarakat yang selalu memberikan masukan dan membantu pula dalam proses e-sertifikat mitra dan para peserta yang sangat berguna dan bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Evans, D. 2008. *Social Media Marketing: An Hour a Day*. Indianapolis, IN: Wiley Publishing.
- IDN Researches Institute. 2022, *Indonesia Milenial Report 2022*, IDN Media
- Kaplan, A.M & Haenlein, M. 2010. *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons
- Lind, Joonas. 2018. "The Role and Potential of Live Streaming in Marketing for Small and Medium-Sized Enterprises".
- Merril, T., Latham, K. Santalesa R, Navetta, D, 2011. *Social Media: The Business Benefit May Be Enormous, But Can The Risks Reputation, Legal, Operational Be Mitigated* Information Law Group
- Yoo, K. H & Gretzel, U. 2011. *Creating More Credible and Persuasive Recommender Systems: The Influence of Source Characteristics on Recommender System Evaluations*. Recommender Systems Handbook, Vienna, Austria: Springer