

Workshop Digital Marketing dan Multimedia SMA Negeri 15 Bandar Lampung

Donaya Pasha^{1*}, Very Hendra Saputra²

¹Teknologi Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Teknokrat Indonesia

²Pendidikan Matematika, Fakultas Sastra dan Ilmu Pendidikan, Universitas Teknokrat Indonesia

Email: ¹donayapasha@teknokrat.ac.id , ²very_hendra@teknokrat.ac.id

(Donaya Pasha* : coressponding author)

Abstrak- Digital marketing memberikan berbagai keuntungan bagi siswa dan guru dalam konteks pendidikan modern. Bagi siswa, pemanfaatan strategi digital marketing dapat menjadi peluang untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam pemasaran online, media sosial, dan analisis data. Tujuan utama dari kegiatan pengabdian digital marketing adalah memberikan pemahaman tentang meningkatkan visibilitas dan keberadaan suatu bisnis atau produk di dunia maya. Melalui pemanfaatan berbagai saluran digital seperti media sosial, mesin pencari, dan email, tujuan ini bertujuan untuk mencapai sejumlah sasaran kritis, termasuk peningkatan traffic website, konversi pengunjung menjadi pelanggan, dan peningkatan kesadaran merek. Pemaparan materi tentang digital marketing tidak hanya memberikan materi tetapi juga cara praktis dalam melakukan kegiatan digital marketing yang dilakukan, sehingga para siswa dan guru dapat membuat sebuah branding sendiri melalui akun media sosial.

Kata Kunci: Branding; Digital Marketing; Media Sosial; Pemasaran; Strategi

Abstract- Digital marketing provides various advantages for students and teachers in the context of modern education. For students, the utilization of digital marketing strategies can be an opportunity to improve their skills in online marketing, social media, and data analysis. The main purpose of digital marketing service activities is to provide an understanding of increasing the visibility and presence of a business or product in cyberspace. Through the utilization of various digital channels such as social media, search engines, and email, this goal aims to achieve a number of critical goals, including increasing website traffic, converting visitors into customers, and increasing brand awareness. The presentation of material about digital marketing not only provides material but also practical ways to carry out digital marketing activities carried out, so that students and teachers can create their own branding through accounts social media.

Keywords: Branding; Digital Marketing; Social Media; Marketing; Strategy

1. PENDAHULUAN

Teknologi digital telah mengubah secara mendasar cara kita berinteraksi, bekerja, dan hidup sehari-hari(Rahmanto, 2021). Dengan cepatnya kemajuan dalam bidang ini, kita kini dapat mengakses informasi dengan mudah melalui perangkat pintar, berkomunikasi dengan orang di seluruh dunia dalam hitungan detik, dan bahkan mengelola aspek-aspek penting dalam kehidupan kita, seperti kesehatan dan keuangan, dengan bantuan aplikasi dan *platform* digital. Internet, kecerdasan buatan, dan komputasi awan adalah beberapa dari banyak inovasi teknologi digital yang telah merevolusi cara kita bekerja dan berinteraksi, membuka pintu untuk kemungkinan baru dan menciptakan dunia yang lebih terhubung secara global(Anom et al., 2022). Meskipun memberikan manfaat yang besar, perkembangan teknologi digital juga menimbulkan berbagai tantangan, termasuk masalah privasi dan keamanan data. Pentingnya literasi digital juga semakin menonjol, karena masyarakat perlu memahami cara menggunakan teknologi ini secara bertanggung jawab. *Platform* media sosial, *e-commerce*, dan aplikasi berbasis data semakin menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, mengubah cara kita berkomunikasi, berbelanja, dan berbagi informasi. Teknologi digital juga telah mengubah lanskap bisnis, dengan perusahaan yang semakin mengandalkan analisis data untuk pengambilan keputusan, otomatisasi proses, dan meningkatkan efisiensi operasional(Fakhrurozi et al., 2021). Sementara itu, tren seperti *Internet of Things* (IoT) dan realitas virtual memberikan gambaran tentang masa depan yang semakin terhubung dan terintegrasi. Di tengah berbagai potensi dan tantangan, inovasi terus berkembang, memberikan harapan untuk

solusi yang lebih pintar dan efektif dalam menanggapi berbagai permasalahan global. Seiring teknologi digital terus berevolusi, kritis bagi kita untuk tetap beradaptasi, belajar, dan berkolaborasi untuk memastikan bahwa dampak positifnya lebih dominan daripada risiko yang mungkin timbul.

Digital marketing merujuk pada penggunaan saluran digital, *platform*, dan teknologi untuk mempromosikan produk atau layanan kepada audiens target. Di era terkoneksi seperti sekarang ini, bisnis memanfaatkan berbagai alat online seperti media sosial, mesin pencari, email, dan situs web untuk mencapai dan berinteraksi dengan pelanggan mereka. Berbeda dengan pemasaran tradisional, pemasaran digital menawarkan pendekatan yang lebih interaktif dan personal, memungkinkan perusahaan untuk menganalisis dan menyesuaikan strategi mereka secara *real-time* berdasarkan perilaku konsumen dan analisis data. Selain itu, pemasaran digital juga memberikan keuntungan dalam hal pelacakan dan pengukuran hasil secara lebih akurat (Sisca & Trisnawati, 2021). Pemasaran digital juga memungkinkan interaksi dua arah, di mana pelanggan dapat memberikan umpan balik secara langsung, memperkuat keterlibatan dan kepercayaan.

Digital marketing memanfaatkan teknologi informasi sebagai landasan utama dalam pelaksanaan strategi pemasaran (Wulandari et al., 2021). Teknologi informasi memungkinkan digital marketing untuk menciptakan, menyebarkan, dan mengelola pesan-pesan pemasaran melalui berbagai saluran online. Dengan terus mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi informasi ke dalam strategi digital marketing, bisnis dapat memanfaatkan potensi penuh dari perangkat dan alat yang tersedia untuk mencapai tujuan pemasaran dalam lingkungan digital yang terus berubah ini (Ruslaini et al., 2021). Mengembangkan dan memanfaatkan teknologi informasi, digital marketing dapat terus beradaptasi dengan dinamika pasar, memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen, dan mencapai hasil pemasaran yang lebih efektif dalam era digital yang terus berkembang ini.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian digital marketing adalah memberikan pemahaman tentang meningkatkan visibilitas dan keberadaan suatu bisnis atau produk di dunia maya. Melalui pemanfaatan berbagai saluran digital seperti media sosial, mesin pencari, dan email, tujuan ini bertujuan untuk mencapai sejumlah sasaran kritis, termasuk peningkatan traffic website, konversi pengunjung menjadi pelanggan, dan peningkatan kesadaran merek. Digital marketing juga mengincar pembentukan hubungan yang kuat dengan pelanggan, baik melalui interaksi langsung maupun penyampaian konten yang relevan.

2. METODE PELAKSANAAN

Tahapan kegiatan digital marketing mencakup serangkaian langkah yang dirancang untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan secara efektif. Berikut tahapan umum materi yang disampaikan dalam kegiatan digital marketing:

- a. Riset dan Analisis
 1. Identifikasi target audiens dan peluang pasar.
 2. Lakukan riset pesaing untuk memahami tren industri dan strategi yang efektif.
 3. Evaluasi kebutuhan dan tujuan bisnis atau proyek.
- b. Perumusan Strategi
 1. Tetapkan tujuan yang jelas dan terukur.
 2. Pilih saluran digital yang paling relevan dengan audiens target.
 3. Rancang pesan dan nilai tambah yang ingin disampaikan.
- c. Pemilihan Saluran dan Platform
 1. Pilih platform media sosial, mesin pencari, dan saluran digital lainnya yang sesuai dengan karakteristik audiens dan tujuan kampanye.
 2. Sesuaikan jenis konten dengan saluran yang dipilih.
- d. Pembuatan Konten
 1. Buat konten yang menarik, relevan, dan bermutu tinggi sesuai dengan strategi yang telah dirumuskan.

2. Sesuaikan konten dengan kebutuhan masing-masing saluran, seperti gambar untuk Instagram atau artikel blog untuk situs web.
- e. Optimasi SEO
 1. Gunakan teknik SEO untuk meningkatkan visibilitas konten di mesin pencari.
 2. Pilih kata kunci yang relevan dan integrasikan mereka ke dalam konten dan meta deskripsi.
- f. Pemasaran Email:
 1. Kirimkan email yang tersegmentasi dan personal kepada pelanggan potensial.
 2. Gunakan alat analisis untuk melacak tingkat pembukaan, klik, dan konversi.
- g. Pengelolaan Media Sosial:
 1. Jadwalkan posting dan interaksi di platform media sosial.
 2. Gunakan alat analisis untuk mengukur kinerja dan respons pengguna.

2.1 Pelaksanaan Kegiatan

Materi Digital Marketing mencakup sejumlah konsep dan strategi yang mendukung promosi produk atau layanan melalui *platform* digital. Materi yang diberikan dalam kegiatan Digital Marketing yaitu:

- a. Pengenalan Digital Marketing
- b. Strategi Digital Marketing
- c. Analisis dan Pengukuran
- d. Pentingnya Penggunaan Data

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penjelasan Kegiatan Digital Marketing

Digital marketing memberikan berbagai keuntungan bagi siswa dan guru dalam konteks pendidikan modern. Bagi siswa, pemanfaatan strategi digital marketing dapat menjadi peluang untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam pemasaran online, media sosial, dan analisis data. Dengan mengerti konsep-konsep tersebut, mereka dapat membangun keahlian yang relevan untuk karir di era digital. Selain itu, siswa juga dapat mengakses sumber daya pendidikan online dan kursus yang mendukung pembelajaran mereka. Bagi guru, digital marketing memberikan platform untuk mengembangkan dan mempromosikan kursus mereka secara efektif kepada target audiens. Dengan memahami teknik pemasaran digital, guru dapat meningkatkan visibilitas kursus mereka, menarik lebih banyak siswa, dan memperluas dampak pendidikan mereka. Keseluruhan, penggunaan digital marketing di lingkungan pendidikan memberikan peluang pertumbuhan dan pemberdayaan baik bagi siswa maupun guru. Para siswa juga dapat memanfaatkan keuntungan digital marketing untuk membangun merek pribadi mereka. Dengan mengembangkan identitas digital yang kuat, siswa dapat menonjol di dunia daring, menarik perhatian calon pengusaha atau institusi pendidikan tinggi. Selain itu, digital marketing juga memungkinkan guru untuk memberikan umpan balik secara langsung dan berkolaborasi dengan siswa melalui platform online, meningkatkan interaksi dan kualitas pembelajaran. Bagi guru yang ingin mengorganisir acara atau proyek kelas, digital marketing menyediakan alat untuk mempromosikan kegiatan tersebut kepada komunitas sekolah atau bahkan secara global. Dengan demikian, keuntungan digital marketing dalam konteks pendidikan menciptakan lingkungan yang dinamis, inovatif, dan terkoneksi secara digital, mempersiapkan siswa dan guru untuk tantangan dunia modern.

Selain itu, digital marketing juga membuka peluang kolaborasi antara siswa dan guru dengan dunia industri. Siswa dapat terlibat dalam proyek-proyek dunia nyata yang melibatkan strategi pemasaran digital, memberi mereka pengalaman praktis dan memperluas jaringan profesional mereka. Guru, di sisi lain, dapat mengundang pembicara tamu atau mitra industri untuk berbagi pengetahuan langsung dengan siswa melalui webinar atau sesi online. Semua ini tidak hanya meningkatkan relevansi pembelajaran, tetapi juga membantu siswa dan guru membangun koneksi yang dapat mendukung perkembangan karir mereka. Keuntungan digital

marketing bagi siswa dan guru tidak hanya terbatas pada aspek pendidikan dan karir, tetapi juga mencakup akses mudah terhadap berbagai sumber daya pendidikan, seperti buku digital, kursus online, dan platform belajar daring. Ini memungkinkan siswa untuk belajar secara mandiri dan guru untuk menyediakan materi yang lebih bervariasi dan dinamis. Dengan demikian, pemanfaatan digital marketing dalam konteks pendidikan bukan hanya tentang mempromosikan kursus atau pembelajaran, tetapi juga tentang membangun ekosistem pendidikan yang berdaya saing, inovatif, dan terhubung dengan dunia luar.

3.3 Dokumentasi Kegiatan

Kegiatan dalam pengabdian kepada masyarakat ini dimulai pada pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 15.00 WIB. Kegiatan pertama kali dibuka dengan sambutan Kepala Sekolah, berikut hasil dokumentasi setelah sambutan yang diberikan Kepala Sekolah.



Gambar 1. Sesi Pembukaan Kegiatan

Selanjutnya masuk dalam kegiatan inti yaitu penjelasan dan manfaat dalam menerapkan digital marketing, dokumentasi pemaparan materi digital marketing disajikan pada gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Pemaparan Materi Digital Marketing

Dalam pemaparan materi tentang digital marketing tidak hanya memberikan materi tetapi juga cara praktis dalam melakukan kegiatan digital marketing yang dilakukan, sehingga para siswa dan guru dapat membuat sebuah branding sendiri melalui akun media sosial.

4. KESIMPULAN

Digital marketing memberikan berbagai keuntungan bagi siswa dan guru dalam konteks pendidikan modern. Bagi siswa, pemanfaatan strategi digital marketing dapat menjadi peluang untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam pemasaran online, media sosial, dan analisis data. Tujuan utama dari kegiatan pengabdian digital marketing adalah memberikan pemahaman tentang meningkatkan visibilitas dan keberadaan suatu bisnis atau produk di dunia maya. Melalui pemanfaatan berbagai saluran digital seperti media sosial, mesin pencari, dan email,

tujuan ini bertujuan untuk mencapai sejumlah sasaran kritis, termasuk peningkatan traffic website, konversi pengunjung menjadi pelanggan, dan peningkatan kesadaran merek. Pemaparan materi tentang digital marketing tidak hanya memberikan materi tetapi juga cara praktis dalam melakukan kegiatan digital marketing yang dilakukan, sehingga para siswa dan guru dapat membuat sebuah branding sendiri melalui akun media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Anom, R. I. P., Barusman, T. M., Barusman, A. R. P., & Warganegara, T. L. P. (2022). Pengaruh Tingkat Literasi Digital dan Kualitas Teknologi Informasi terhadap Keputusan Berkunjung Turis ke Wisata Bahari Lampung pada masa Pandemi Covid-19. *VISIONIST*, 11(2), 15–25.
- Fakhrurozi, J., Pasha, D., Jupriyadi, J., & Anggrenia, I. (2021). PEMERTAHANAN SASTRA LISAN LAMPUNG BERBASIS DIGITAL DI KABUPATEN PESAWARAN. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(1), 27–36.
- Rahmanto, Y. (2021). Digitalisasi Artefak pada Museum Lampung Menggunakan Teknik Fotogrametri Jarak Dekat untuk Pemodelan Artefak 3D. *Jurnal CoreIT: Jurnal Hasil Penelitian Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 7(1), 13–19.
- Ruslaini, R., Abizar, A., Ramadhan, N., & Ahmad, I. (2021). PENINGKATAN MANAJEMEN DAN TEKNOLOGI PEMASARAN PADA UMKM OJESA (OJEK SAHABAT WANITA) DALAM MENGATASI LESS CONTACT EKONOMI MASA COVID-19. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 139–144.
- Sisca, Y., & Trisnawati, F. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Pemasaran Secara Digital Berbasis E-Marketing. *Jurnal Dunia Bisnis*, 1(1), 1–11.
- Wulandari, Z., Alam, A., Purbo Tyas, G., & Syahidah, Y. (2021). Webinar Dan Pelatihan Digital Marketing sebagai upaya meningkatkan promosi produk UMKM. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(2), 45–51. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v5i2.3055>