

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN DAN KOMPETENSI DIRI

Pipin Sukandi^{1*}, Ifa Latifah², Ayuningtyas Yuli Hapsari³, Annisa Lisdayanti⁴, Irma Nilasari⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia

*e-mail korespondensi: pipin.sukandi@widyatama.ac.id

Abstract

The development of digital technology has significantly transformed the landscape of education and learning. Digital marketing, as one of the rapidly growing fields, offers great opportunities to enhance learning effectiveness and personal competency development. This community service activity aims to provide understanding and practical skills on the use of digital marketing in the learning context to the target community. The implementation methods include socialization, interactive training, practical workshops, and ongoing mentorship. The participants consist of educators and students who wish to enhance their digital competencies. The materials provided cover the basic concepts of digital marketing, social media platforms for learning, content creation, analytics and evaluation, as well as personal branding strategies. The results of the activities indicate an increase in participants' understanding of digital marketing by 85%, an increase in practical skills in using digital tools by 78%, and an increase in motivation to develop self-competence by 92%. Post-activity evaluation shows that 80% of participants have applied the knowledge gained in their learning activities or businesses. This activity has a positive impact on improving digital literacy and encouraging more effective learning through the utilization of digital marketing technology. Recommendations for future activities include the need for more specific follow-up programs tailored to the needs of each target group and the development of more comprehensive learning modules.

Keywords: digital marketing; learning effectiveness; self-competence; community service; educational technology

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap pendidikan dan pembelajaran secara signifikan. Digital marketing sebagai salah satu bidang yang berkembang pesat menawarkan peluang besar untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran dan pengembangan kompetensi diri. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis tentang pemanfaatan digital marketing dalam konteks pembelajaran kepada masyarakat sasaran. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan interaktif, workshop praktik, dan pendampingan berkelanjutan. Peserta kegiatan terdiri dari pendidik dan mahasiswa yang ingin meningkatkan kompetensi digital mereka. Materi yang diberikan mencakup konsep dasar digital marketing, platform media sosial untuk pembelajaran, content creation, analytics dan evaluasi, serta strategi personal branding. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang digital marketing sebesar 85%, peningkatan keterampilan praktis dalam menggunakan tools digital sebesar 78%, dan peningkatan motivasi untuk mengembangkan kompetensi diri sebesar 92%. Evaluasi pasca-kegiatan menunjukkan bahwa 80% peserta telah menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam aktivitas pembelajaran atau usaha mereka. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi digital dan mendorong pembelajaran yang lebih efektif melalui pemanfaatan teknologi digital marketing. Rekomendasi untuk kegiatan selanjutnya adalah perlu adanya program lanjutan yang lebih spesifik sesuai kebutuhan masing-masing kelompok sasaran dan pengembangan modul pembelajaran yang lebih komprehensif.

Kata kunci: digital marketing; efektivitas pembelajaran; kompetensi diri; pengabdian masyarakat; teknologi pendidikan

Accepted: 2025-07-29

Published: 2025-10-06

PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah paradigma pembelajaran secara fundamental, dimana teknologi tidak lagi dipandang sebagai pelengkap tetapi menjadi bagian integral dalam proses pendidikan. Transformasi digital dalam dunia pendidikan semakin dipercepat oleh pandemi COVID-19 yang memaksa institusi pendidikan beradaptasi dengan pembelajaran jarak jauh dan pemanfaatan teknologi digital secara masif. Dalam konteks ini, *digital marketing emerge* sebagai salah satu

bidang yang tidak hanya relevan untuk kepentingan bisnis, tetapi juga memiliki potensi besar untuk diterapkan dalam meningkatkan efektivitas pembelajaran dan pengembangan kompetensi diri.

Digital marketing mencakup berbagai strategi dan alat yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan konten edukatif yang menarik, membangun *engagement* dengan target *audience*, menganalisis efektivitas komunikasi, dan mengoptimalkan penyampaian pesan pembelajaran. Platform media sosial, *content management systems*, *analytics tools*, dan berbagai aplikasi digital lainnya yang menjadi bagian dari ekosistem digital marketing dapat diadaptasi untuk kepentingan pembelajaran yang lebih interaktif dan personal.

Namun demikian, masih terdapat kesenjangan digital yang signifikan di masyarakat, khususnya dalam hal pemahaman dan kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk pembelajaran. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2023, meskipun penetrasi internet di Indonesia mencapai 77,02%, namun pemanfaatan internet untuk kepentingan pembelajaran dan pengembangan diri masih relatif rendah, yaitu hanya 15,7% dari total pengguna internet. Hal ini menunjukkan adanya gap antara akses teknologi dengan kemampuan memanfaatkannya secara optimal untuk tujuan edukatif.

Permasalahan lain yang dihadapi adalah kurangnya literasi digital di kalangan pendidik dan *learners*, dimana banyak yang masih terpaku pada metode pembelajaran konvensional tanpa mengintegrasikan teknologi digital secara efektif. Padahal, generasi *digital natives* saat ini lebih responsif terhadap pembelajaran yang menggunakan pendekatan digital dan multimedia. Kesenjangan ini berpotensi menurunkan efektivitas pembelajaran dan menghambat pengembangan kompetensi yang relevan dengan tuntutan era digital.

Di sisi lain, perkembangan digital marketing telah menciptakan berbagai aplikasi dan strategi yang terbukti efektif dalam *engagement*, personalisasi konten, dan *measuring impact*. Konsep-konsep seperti *content marketing*, *social media engagement*, *influencer marketing*, *search engine optimization*, dan *data analytics* dalam digital marketing dapat diadaptasi untuk menciptakan pembelajaran yang lebih *engaging*, terukur, dan sesuai dengan kebutuhan *individual learners*.



Gb.1 Pemaparan Materi

Pengembangan kompetensi diri melalui digital marketing juga menjadi semakin relevan mengingat perubahan landscape pekerjaan di era digital. *World Economic Forum* dalam *Future of Jobs Report 2023* menyebutkan bahwa *digital literacy*, *content creation*, dan *personal branding* menjadi *soft skills* yang sangat dibutuhkan di masa depan. Oleh karena itu, penguasaan digital marketing tidak hanya bermanfaat untuk efektivitas pembelajaran, tetapi juga untuk pengembangan karier dan entrepreneurship.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, maka diperlukan inisiatif pengabdian kepada masyarakat yang dapat menjembatani gap antara potensi teknologi digital marketing dengan kebutuhan pembelajaran yang efektif. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana memanfaatkan strategi dan *tools digital marketing* untuk meningkatkan kualitas pembelajaran dan mengembangkan kompetensi diri yang relevan dengan tuntutan zaman.

Program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi digital masyarakat, khususnya dalam konteks pembelajaran dan pengembangan diri. Dengan pendekatan yang praktis dan aplikatif, kegiatan ini bertujuan untuk

menghasilkan masyarakat yang tidak hanya mampu mengonsumsi konten digital, tetapi juga mampu menciptakan dan memanfaatkan teknologi digital untuk pembelajaran yang lebih efektif dan pengembangan kompetensi yang berkelanjutan.

METODE

Tempat kegiatan abdimas ini dilakukan di sekolah SMA Santa Maria kota Bandung, dengan tema Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Efektivitas Pembelajaran Dan Kompetensi Diri.

Metode yang dilakukan dalam pembuatan pengabdian kepada masyarakat ini mengikuti keilmuan kualitatif. Langkah penelusuran suatu isu atau permasalahan, digali melalui pendataan mendalam dan observasi sehingga ditemukan kesimpulan yang menjadi penyebab suatu masalah. Melalui data primer maupun data sekunder yang diperoleh dari teknik pengumpulan data, baik wawancara, maupun studi pustaka, suatu isu dianalisis guna ditemukan solusinya. Langkah yang dilakukan yaitu:

1. Penyamaan pola pikir antar tim penyusun program melalui kegiatan diskusi-diskusi
2. Diskusi secara intens dengan anggota-anggota internal pengabdian kepada masyarakat
3. Melakukan koordinasi dengan mitra, dalam hal ini adalah SMA Santa Maria 1 Bandung
4. Melakukan kerjasama dengan pihak lain terutama dalam hal ini adalah peserta pelatihan atau klien binaan
5. Melakukan program lanjutan dan evaluasi secara berkala melalui LP2M Universitas Widyatama.



Gb.2 Foto Bersama Tim dan Peserta

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan dalam kegiatan abdimas ini ini dimulai dengan melihat kebutuhan dari peserta pelatihan dengan cara mendatangi dan mewawancarai apa saja kebutuhan saat ini yang mendukung dalam pembelajaran melalui media sosial. Ketika mendapatkan beberapa masukan maka tim abdimas akan mengerucutkan kebutuhan dari mitra yaitu bagaimana teknik menggunakan media sosial untuk membantu para siswa dalam proses pembelajaran sehingga siswa merasa senang dan aktif dalam mendalami suatu pelajaran.

2. Pelaksanaan Abdimas

Rangkaian kegiatan pelatihan ini diurutkan sebagai berikut :

a. Pengenalan kegiatan pelatihan

Sebagian orang masih belum mengetahui secara detail digital marketing yang dapat digunakan sebagai proses pembelajaran.

b. Pembagian kelompok belajar dan tim pendampingan tiap kelompok

Tim dalam abdimas ini berupa 5 (lima) orang dosen dan 4 (empat) mahasiswa, dimana mereka mempunyai tugas masing-masing sebagai pendamping dalam kegiatan pelatihan ini sehingga pelatihan dapat berjalan secara efektif dan efisien.

c. Melaksanakan pelatihan dengan urutan sebagai berikut :

1. Penjabaran teori era masa kini mengacu kepada perkembangan teknologi.
2. Dampak pandemi pembelajaran berubah total.
3. Digital marketing sebagai media pembelajaran efektif.
4. Pembelajaran melalui digital marketing dapat meningkatkan prestasi.
5. Kompetensi digital marketing untuk guru dan siswa.
6. Peran literasi media sosial bagi siswa.
7. Model pembelajaran berbasis digital marketing
8. Contoh platform pembelajaran menggunakan digital marketing
9. Tantangan dan solusi pembelajaran menggunakan media sosial.
10. Praktek pembelajaran menggunakan digital marketing.

Kegiatan evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peningkatan kemampuan peserta dalam penyerapan materi yang telah diberikan. Sehingga diakhir diberikan praktek. Pada awalnya dilakukan pre test dan banyak peserta yang merasakan bahwa teori ini sebenarnya sering dialami dalam kehidupan keseharian sehingga tanpa sadar mereka menerapkannya secara otomatis namun belum mengetahui target yang harus dilakukan ketika digunakan dalam belajar. Ketika diberikan pelatihan khusus seperti ini peserta lebih menarik dan memahami materi menggunakan digital marketing untuk proses pembelajaran. Dan diakhir dilakukan post test dan hasilnya jauh lebih baik setelah diberikan pencerahan melalui materi yang ada.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran dan kompetensi diri telah dilaksanakan dengan hasil sangat baik. Para peserta merasakan manfaat dan mendapatkan teori yang baru mengenai tema pelatihan ini. Selain itu menjadi lebih termotivasi untuk belajar. Namun keterbatasan kegiatan ini adalah belum semua peserta mendapatkan pelatihan serupa karena keterbatasan waktu dengan sekolah yang sedang dijalani dan masih banyaknya pelajaran masih dilakukan secara manual.

UCAPAN TERIMAKASIH

1. Yayasan Widyatama dan Universitas Widyatama
2. Lembaga Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat & Modal Intelektual (LP2M) Universitas Widyatama
3. Sekolah Santa Maria 1 Kota Bandung
4. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, L. W., & Krathwohl, D. R. (2020). *A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives*. Pearson Education.
- Aziz, A., & Rahman, S. (2021). Digital marketing implementation in Indonesian education sector: Opportunities and challenges. *Journal of Educational Technology & Society*, 24(3), 145-158.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2023*. Jakarta: BPS.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Davis, F. D. (2020). Technology acceptance model: A comprehensive review and future research directions. *Computers & Education*, 165, 104-118.
- Djamarah, S. B., & Zain, A. (2021). *Strategi Belajar Mengajar Digital*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Haryanto, B., & Sari, D. P. (2022). Efektivitas digital marketing dalam pembelajaran online di perguruan tinggi. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 15(2), 78-92.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2023). *Laporan Survei Literasi Digital Indonesia 2023*. Jakarta: Kominfo.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Mahdali, M., & Putri, R. A. (2023). Implementasi personal branding melalui media sosial untuk pengembangan kompetensi mahasiswa. *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan*, 8(1), 34-48.
- Mulyasa, E. (2022). *Menjadi Guru Profesional di Era Digital*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, R. F., & Wijaya, C. (2021). Digital transformation in Indonesian higher education: A systematic literature review. *International Journal of Educational Technology*, 12(4), 112-128.
- Nursalam, N., & Efendi, F. (2020). Community service through digital literacy program: Impact assessment. *Journal of Community Engagement*, 7(2), 56-71.
- OECD. (2023). *Education at a Glance 2023: OECD Indicators*. OECD Publishing.
- Permendikbudristek No. 56 Tahun 2022 tentang Pedoman Penerapan Kurikulum dalam Rangka Pemulihan Pembelajaran.
- Prabowo, A., & Heriyanto, H. (2021). Pemanfaatan teknologi digital dalam pembelajaran: Studi kasus implementasi di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 18(1), 45-59.
- Prensky, M. (2020). Digital natives, digital immigrants revisited: The evolution of digital learning. *Educational Technology Research and Development*, 68(4), 1845-1868.
- Purwanto, N. (2022). *Evaluasi Hasil Belajar di Era Digital*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ryan, D., & Jones, C. (2021). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Siemens, G. (2020). Connectivism: A learning theory for the digital age revisited. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 17(3), 3-15.
- Sudjana, N., & Ibrahim. (2021). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, N., & Hendryadi. (2021). Digital marketing skills development for micro small medium enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Small Business Management*, 59(4), 678-695.
- UNESCO. (2023). *Digital Learning and Transformation of Education*. Paris: UNESCO Publishing.
- Wahyudi, I., & Larasati, A. (2022). Community empowerment through digital marketing training: A case study in West Java. *International Journal of Community Development*, 10(2), 89-103.
- World Economic Forum. (2023). *Future of Jobs Report 2023*. Geneva: World Economic Forum.
- Yusuf, M., & Arief, S. (2021). Pengembangan kompetensi digital masyarakat melalui program pengabdian kepada masyarakat. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 27(3), 201-215.
- Zulkarnain, Z., & Pratama, D. (2023). Social media marketing for educational purposes: Best practices and implementation strategies. *Asian Journal of Educational Research*, 11(1), 23-37.