

PELATIHAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN DI ASM INSULINDO

Sufajar Butsianto¹, Asep Arwan Sulaeman², Arif Siswandi³, Wisnu Setyawan⁴

^{1,2,3}Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa

³Akuntansi, Universitas Pelita Bangsa

¹sufajar@pelitabangsa.ac.id, ²aseparwan@pelitabangsa.ac.id, ³arif.siswandi@pelitabangsa.ac.id,

⁴wisnu@pelitabangsa.ac.id

Diterima: 22 Juli 2025

Disetujui: 28 Juli 2025

Dipublikasikan: 30 Juli 2025

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mahasiswa serta civitas akademika ASM Insulindo dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif di era digital. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook telah menjadi platform strategis dalam memperluas jangkauan bisnis dan membangun brand awareness. Namun, pemanfaatannya masih belum optimal di kalangan mahasiswa yang memiliki potensi besar sebagai digital marketer. Melalui pelatihan ini, peserta dibekali dengan pengetahuan dasar mengenai digital marketing, strategi konten kreatif, penggunaan fitur-fitur iklan media sosial, serta analisis performa pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi interaktif, praktik langsung, dan studi kasus. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap teknik pemasaran digital serta kemampuan membuat dan mengelola konten promosi secara mandiri. Diharapkan pelatihan ini dapat menjadi langkah awal dalam menciptakan wirausahawan muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Kata Kunci: pelatihan, media sosial, pemasaran digital, mahasiswa, ASM Insulindo

Abstract

However, their utilization remains under-optimal among students who have significant potential as digital marketers. Through this training, participants were equipped with basic knowledge of digital marketing, creative content strategies, the use of social media advertising features, and digital marketing performance analysis. The methods used included lectures, interactive discussions, hands-on practice, and case studies. The results of the activity demonstrated a significant increase in participants' understanding of digital marketing techniques and their ability to create and manage promotional content independently. It is hoped that this training will be the first step in creating young entrepreneurs who are adaptable to developments in digital technology.

Keywords: training, social media, digital marketing, students, ASM Insulindo.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan (Firmansyah et al., 2025), termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran. Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif dan efisien (Dwijayanti et al., 2022). Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business bukan hanya berfungsi sebagai media komunikasi sosial, tetapi juga menjadi sarana strategis untuk membangun brand, menjangkau konsumen secara lebih luas, dan meningkatkan penjualan (Framuditya Bagas Saputra et al., 2023).

Namun demikian, pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran masih belum optimal, khususnya di kalangan mahasiswa dan pelaku usaha pemula. Berdasarkan observasi awal di lingkungan Akademi Sekretari dan Manajemen (ASM) Insulindo, ditemukan bahwa sebagian besar mahasiswa telah aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, tetapi belum memiliki pemahaman dan keterampilan yang cukup dalam mengelola media sosial secara profesional untuk tujuan bisnis.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai respon terhadap kebutuhan tersebut (Nurddin et al., 2024), dengan memberikan pelatihan praktis mengenai strategi pemasaran melalui media sosial. Tujuannya adalah untuk membekali mahasiswa ASM Insulindo dengan pengetahuan dan kemampuan dalam merancang konten pemasaran digital, memahami audiens target, serta memanfaatkan fitur-fitur promosi yang tersedia di berbagai platform digital.

Dengan adanya kegiatan pelatihan ini, diharapkan peserta mampu mengembangkan kreativitas, berpikir strategis, dan mulai menginisiasi langkah-langkah kewirausahaan berbasis digital (Gairah Sinulingga, 2024). Selain itu, kegiatan ini juga sejalan dengan program penguatan kompetensi mahasiswa di luar kurikulum formal, sebagai bekal menghadapi dunia kerja dan industri yang semakin kompetitif.



METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang secara partisipatif dan aplikatif (Ibrahim et al., 2025) agar peserta dapat langsung memahami dan mempraktikkan materi yang diberikan. Adapun pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan dan Perencanaan Kegiatan

Tahap awal dilakukan melalui observasi dan komunikasi dengan pihak ASM Insulindo untuk mengidentifikasi kebutuhan peserta terkait literasi digital dan pemasaran melalui media sosial. Hasil dari identifikasi ini dijadikan dasar untuk menyusun materi pelatihan yang sesuai dengan

- kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta.
2. **Penyusunan Modul dan Materi Pelatihan**
Tim pengabdian menyusun modul pelatihan yang terdiri dari:
 - Pengenalan konsep dasar digital marketing
 - Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi
 - Strategi membuat konten kreatif dan menarik
 - Teknik copywriting dasar
 - Penggunaan fitur periklanan di Instagram dan Facebook
 - Analisis insight dan performa media sosial
 3. **Pelaksanaan Pelatihan**
Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk kegiatan luring (tatap muka) di kampus ASM Insulindo, dengan metode:
 - Ceramah interaktif untuk penyampaian materi teori
 - Diskusi kelompok untuk menstimulasi pemahaman dan pemecahan masalah
 - Praktik langsung (hands-on training), di mana peserta diajak untuk membuat akun bisnis, merancang konten promosi, dan menganalisis performa unggahan menggunakan fitur analitik media sosial
 4. **Evaluasi dan Umpan Balik**
Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Selain itu, dilakukan survei kepuasan terhadap pelaksanaan pelatihan guna memperoleh umpan balik untuk pengembangan kegiatan serupa di masa mendatang.
 5. **Pendampingan dan Tindak Lanjut**
Setelah pelatihan selesai, tim pengabdian membuka sesi konsultasi daring (melalui grup WhatsApp) sebagai bentuk pendampingan lanjutan bagi peserta yang ingin mengembangkan praktik pemasaran digital secara berkelanjutan.

Dengan pendekatan yang terstruktur dan partisipatif ini, diharapkan pelatihan dapat memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan kapasitas mahasiswa(Intan Purnomo & Mudji Kuswinarno, 2024) ASM Insulindo dalam mengelola media sosial sebagai alat pemasaran yang produktif dan inovatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berupa Pelatihan Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran di ASM Insulindo memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital dan keterampilan pemasaran digital di kalangan mahasiswa. Beberapa hasil utama yang dicapai antara lain:

1. **Peningkatan Pengetahuan Peserta**
Melalui pelaksanaan pre-test dan post-test, terjadi peningkatan signifikan pada pemahaman peserta terhadap konsep dasar pemasaran digital, strategi konten, serta pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi. Rata-rata peningkatan skor mencapai lebih dari 25 poin.
2. **Kemampuan Praktis dalam Mengelola Media Sosial**
Peserta pelatihan berhasil membuat akun bisnis di media sosial (Instagram dan Facebook), merancang konten promosi menggunakan tools seperti Canva, serta memahami waktu unggah dan penggunaan hashtag untuk meningkatkan jangkauan.

3. **Antusiasme dan Keterlibatan Tinggi**

Sebagian besar peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, aktif dalam diskusi dan praktik langsung. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan dan minat besar terhadap pelatihan serupa di masa depan.

4. **Tindak Lanjut dan Penerapan Langsung**

Beberapa peserta mulai menerapkan hasil pelatihan untuk mengembangkan usaha kecil atau mendukung promosi unit kegiatan kampus. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan memiliki relevansi langsung dengan kebutuhan praktis mereka.

5. **Terbentuknya Komunitas Belajar Digital Marketing**

Sebagai tindak lanjut, dibentuk grup pendampingan daring sebagai sarana konsultasi dan berbagi praktik terbaik antarpeserta. Hal ini diharapkan menjadi cikal bakal terbentuknya komunitas belajar pemasaran digital di lingkungan kampus ASM Insulindo.



Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuan utamanya dalam meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran mahasiswa serta membangun kesadaran pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dalam dunia usaha dan kerja.

2. **Pembahasan**

Kegiatan pelatihan penggunaan media sosial untuk pemasaran yang dilaksanakan di ASM Insulindo menunjukkan bahwa mahasiswa dan sivitas akademika memiliki potensi besar untuk mengembangkan keterampilan digital, khususnya dalam ranah pemasaran berbasis media sosial. Hal ini menjadi penting mengingat perkembangan dunia usaha saat ini sangat bergantung pada kemampuan memanfaatkan platform digital secara strategis dan kreatif.

Hasil peningkatan skor dari pre-test ke post-test menandakan adanya transformasi pemahaman peserta, dari yang sebelumnya hanya menggunakan media sosial untuk keperluan personal, menjadi lebih terarah dalam menggunakannya untuk tujuan promosi. Ini membuktikan bahwa media sosial tidak hanya sekadar sarana hiburan, tetapi juga dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun brand dan meningkatkan nilai ekonomi, khususnya bagi generasi muda.

Lebih lanjut, pelatihan ini berhasil menjembatani kesenjangan antara pengetahuan teoritis yang diperoleh mahasiswa di bangku kuliah dengan praktik nyata yang dibutuhkan di dunia kerja dan wirausaha. Sesi praktik langsung, seperti pembuatan akun bisnis, penyusunan konten promosi, dan analisis performa unggahan, memberikan pengalaman konkret yang dapat langsung diterapkan dalam konteks riil.

Selain itu, pendekatan partisipatif dan metode interaktif yang digunakan dalam pelatihan membuat peserta merasa lebih terlibat dan antusias. Hal ini terlihat dari tingkat kehadiran yang tinggi, antusiasme dalam diskusi, serta inisiatif peserta untuk bertanya dan mencoba fitur-fitur baru dari platform media sosial yang sebelumnya belum mereka kenal.

Kegiatan ini juga memberi kontribusi terhadap pengembangan soft skill peserta, seperti kreativitas dalam membuat konten, kemampuan berpikir kritis dalam memilih strategi promosi, serta kolaborasi dalam menyusun kampanye pemasaran digital. Dampak jangka panjang dari pelatihan ini diharapkan mampu menciptakan individu yang lebih adaptif, produktif, dan siap bersaing dalam dunia digital yang kompetitif.

Dengan terbentuknya grup pendampingan pasca pelatihan, kegiatan ini tidak hanya berhenti pada transfer pengetahuan sesaat, tetapi juga membuka peluang untuk pengembangan berkelanjutan melalui komunitas belajar. Ini merupakan langkah strategis dalam membangun ekosistem kewirausahaan digital di lingkungan ASM Insulindo.

PENUTUP

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran melalui media sosial bagi mahasiswa dan sivitas akademika ASM Insulindo. Pelatihan yang diselenggarakan tidak hanya memperluas pemahaman peserta terhadap konsep pemasaran digital, tetapi juga mendorong mereka untuk menerapkan ilmu tersebut dalam konteks praktis, baik untuk kepentingan pribadi, akademik, maupun wirausaha. Antusiasme peserta, peningkatan pemahaman, serta hasil praktik yang ditunjukkan selama pelatihan membuktikan bahwa generasi muda memiliki potensi besar dalam mengembangkan pemasaran berbasis digital. Melalui pendekatan interaktif dan partisipatif, kegiatan ini berhasil menciptakan suasana belajar yang menyenangkan dan aplikatif. Sebagai tindak lanjut, terbentuknya forum komunikasi digital melalui grup pendampingan menjadi langkah penting untuk menjaga kesinambungan pembelajaran dan kolaborasi. Diharapkan kegiatan ini dapat menjadi model bagi program pengabdian selanjutnya yang berfokus pada pengembangan keterampilan abad 21, khususnya dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek dalam bentuk peningkatan kapasitas individu, tetapi juga mendorong terciptanya ekosistem kampus yang inovatif, kreatif, dan adaptif terhadap perubahan teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran di ASM Insulindo tidak akan terlaksana dengan baik tanpa dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Universitas Pelita Bangsa, yang telah memberikan kepercayaan, dukungan dana, serta fasilitas administratif dalam pelaksanaan kegiatan ini.
2. Sivitas Akademika ASM Insulindo, khususnya pimpinan, dosen, dan mahasiswa yang telah memberikan sambutan hangat, partisipasi aktif, serta antusiasme yang luar biasa selama kegiatan berlangsung.

Semoga kerja sama ini menjadi langkah awal untuk sinergi yang berkelanjutan dalam upaya pengembangan kapasitas masyarakat melalui kegiatan pendidikan, pelatihan, dan pemberdayaan berbasis teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. W. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 6(2), 68–75. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2408>
- Firmansyah, Erisa Ardika Prasada, Nyayu Soraya, Rohmadi, & Middy Boty. (2025). Pendampingan Peningkatan Kualitas Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Mahasiswa KKN ke-82 UIN Raden Fatah Palembang. *Inisiatif: Jurnal Dedikasi Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 15–26.
- Framuditya Bagas Saputra, Amyra Syalsabila, Yurni Fadhillah, & Ricky Firmansyah. (2023). Peran Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan Perusahaan Mangkok Manis. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3), 66–77. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.199>
- Gairah Sinulingga. (2024). Strategi Kewirausahaan Kreatif di Era Digital. *Jurnal Manajemen Riset Bisnis Indonesia (JMRBI)*, 13(2).
- Ibrahim, A., Ermatita, E., Oklilas, A. F., Farissi, A., Ruskan, E. L., Sari, P., & Gumay, N. K. P. (2025). Pelatihan Pemahaman Literasi Digital Bersama Aparat Desa Sungai Pinang Berbasis Teknologi Informasi. *JURNAL ABDIMAS MADUMA*, 4(1), 92–98. <https://doi.org/10.52622/jam.v4i1.413>
- Intan Purnomo, & Mudji Kuswinarno. (2024). Analisis Dampak Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Peningkatan Produktivitas Karyawan di Perusahaan. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 3(1), 25–33. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v3i1.1401>
- Nurddin, D. F., Hartinawanti, Doni, L., & Gusli, S. (2024). Pelatihan Pembuatan Media Inovatif Pembelajaran Bilangan bagi Guru di SD Negeri 2 Jaya Bakti. *BERBAKTI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 127–133. <https://doi.org/10.30822/berbakti.v2i2.3529>