

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL PADA KEGIATAN DIGITAL MARKETING PROGRAM KAMPUS MENGAJAR 7 DI SMP ROMLY TAMIM SURABAYA

Vina Afrilia, Ni Made Ida Pratiwi

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

vinaafrilia21@gmail.com, madeida@untag-sby.ac.id

Abstract: Campus Teaching Student Service at SMP ROMLY TAMIM, a private school located in Kenjeran, Bulak District, Surabaya City. The Teaching Campus program not only focuses on improving students' Literacy and Numeracy but also helps students adapt to the technology that is developing very quickly in the current digital era and has many negative and positive impacts on various aspects of life including economic aspects and student education. Digital Marketing is one way that students can improve their skills in the economic aspect. This Digital Marketing activity received a positive response from teachers and students, many grade 8 students were curious and interested in creating promotional video content, the products that students promoted through youtube and tiktok accounts became better known to people, and of course the seblak seller in this promotional video was very grateful to students for promoting their products and making the seller get a lot of profit.

Abstrak: Pengabdian Mahasiswa Kampus Mengajar di SMP ROMLY TAMIM sekolah swasta yang berada di Kenjeran Kecamatan Bulak, Kota Surabaya. Program Kampus Mengajar tidak hanya berfokus pada peningkatan Literasi dan Numerasi siswa tetapi juga membantu siswa dalam melakukan adaptasi terhadap teknologi yang berkembang sangat cepat di era digital saat ini dan sangat memberikan banyak sekali dampak negatif maupun positif untuk berbagai aspek kehidupan termasuk aspek ekonomi serta pendidikan siswa. Digital Marketing merupakan salah satu cara agar siswa dapat meningkatkan keahlian dalam aspek ekonomi. Kegiatan Digital Marketing ini mendapatkan respon positif dari guru dan juga siswa, banyak siswa kelas 8 yang ingin tahu serta tertarik membuat konten video promosi, produk yang siswa promosikan melalui akun youtube dan tiktok menjadi lebih dikenal orang, dan tentunya penjual seblak yang ada di video promosi ini sangat berterima kasih kepada siswa karena sudah mempromosikan produknya dan membuat penjual mendapatkan banyak keuntungan.

PENDAHULUAN

Kampus Mengajar merupakan salah satu program dari kampus merdeka yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar di luar kampus selama satu semester guna melatih kemampuan menyelesaikan suatu permasalahan, mahasiswa akan mendapatkan konversi mata kuliah sebanyak 20 sks. Saat ini Program Kampus Mengajar sudah memasuki Angkatan ke 7 yang dilaksanakan di berbagai sekolah seperti di SMP

ROMLY TAMIM salah satu sekolah swasta di Kenjeran Kecamatan Bulak, Kota Surabaya yang menjadi tempat penugasan mahasiswa.

Program Kampus Mengajar, program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan Literasi dan Numerasi siswa tetapi juga membantu siswa dalam melakukan adaptasi terhadap teknologi yang berkembang sangat cepat di era digital saat ini dan sangat memberikan banyak sekali dampak negatif maupun positif untuk berbagai aspek kehidupan termasuk aspek ekonomi serta pendidikan siswa.

Digital Marketing merupakan salah satu cara agar siswa dapat meningkatkan keahlian dalam aspek ekonomi, siswa bukan hanya mempelajari pelajaran sekolah tetapi juga pengetahuan ekonomi agar nantinya pengetahuan ini dapat diterapkan oleh siswa ketika nantinya mereka terjun langsung ke lingkungan masyarakat. Pentingnya siswa memahami Digital Marketing karena memungkinkan siswa untuk memanfaatkan peluang bisnis online agar menambah uang saku, kebanyakan siswa hanya menggunakan akun media sosial mereka untuk bermain saja tetapi di samping itu ada banyak sekali manfaat yang akan didapatkan jika siswa memahami segala fitur yang ada di aplikasi tersebut. Dengan melaksanakan kegiatan promosi melalui Digital marketing memudahkan seluruh konsumen untuk dapat mengenal produk yang di jual, sehingga produk yang di jual akan memberikan keuntungan bagi siswa karena banyaknya pembeli yang tertarik dengan konten video promosi dan membeli produknya.

METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan pengabdian ini penulis melakukan beberapa tahapan diantaranya sebagai berikut :

1. Observasi

Tahapan yang dilakukan pertama kali oleh penulis adalah melaksanakan Observasi mengenai lingkungan dan kebutuhan sekolah, kegiatan ini dilaksanakan guna untuk membantu penulis dalam menyusun Rencana Aksi Kolaborasi yang akan dilaksanakan selama penugasan. Kegiatan Observasi dilaksanakan selama satu minggu yaitu mulai tanggal 26 Februari sampai dengan 1 Maret 2024.

Kegiatan observasi dilaksanakan dengan didampingi oleh Dosen Pembimbing Lapangan pada saat pertama kali mahasiswa terjun ke sekolah bertemu langsung dengan kepala sekolah SMP ROMLY TAMIM SURABAYA Ibu Alimatul Adibah, S.Pd, hasil dari kegiatan observasi didapati jumlah tenaga pendidik ada 15, jumlah siswa 88, kelas sebanyak 4 kelas terdiri dari kelas 7A,7B,8,9, terdapat 2 ruang Laboratorium, 1 ruang perpustakaan, dan 2 ruang guru.

Selain itu penulis juga melaksanakan kegiatan observasi dengan mengamati lingkungan sekolah mulai dari masyarakat sekitar, ruang laboratorium, perpustakaan serta penulis juga melaksanakan asistensi mengajar dengan mendampingi guru mata pelajaran pada saat jam pelajaran guna mengetahui bagaimana metode pengajaran yang dilaksanakan di SMP Romly Tamim Surabaya.

2. Perancangan Program

Berdasarkan hasil Observasi penulis mengetahui bahwa ada beberapa hal yang menjadi prioritas dalam perancangan program kerja, seperti kurangnya pengetahuan siswa mengenai teknologi, kurangnya minat literasi siswa, kurangnya

pemahaman siswa mengenai numerasi. serta pelestarian kerajinan lokal disekitar. Dalam jurnal ini penulis fokus pada adaptasi digital dan pelestarian kerajinan lokal, dikarenakan letak sekolah yang berada di pesisir pantai kenjeran tentunya banyak orang tua siswa yang bekerja sebagai nelayan serta menjual kerajinan lokal yang ada disana oleh karena itu penulis merancang program kerja mengenai Digital Marketing.

Sosialisasi Digital Marketing tentunya akan menambah wawasan siswa mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dalam mempromosikan produk yang sudah ada agar dikenal oleh banyak orang dan menambah uang saku bagi siswa.

3. Sosialisasi Program

Pelaksanaan program Sosialisasi Digital Marketing ini dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

1. Penyampaian Materi

Pemaparan materi terkait pentingnya Digital Marketing dan manfaat pelaksanaan digital marketing di era digital

2. Sharing session

Siswa menceritakan tentang pengalaman wirusaha mereka dan menjelaskan produk yang dijual di sekitar sekolah

3. Diskusi

Setelah pemaparan dan sharing tentunya siswa diberi kesempatan untuk bertanya mengenai apa saja yang siswa belum ketahui tentang Teknologi dan Digital Marketing

4. Penulisan Kesimpulan

Untuk mengingat materi yang sudah di sampaikan siswa diberi tugas menulis kesimpulan di kertas agar nantinya bisa dipelajari kembali

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perencanaan

Promosi produk melalui media sosial menjadi trend dimasa kini bukan hanya sebagai tempat bertukar informasi tetapi dapat dijadikan tempat untuk menjual dan mempromosikan produk. Kegiatan memasarkan suatu produk bisa dilakukan melalui berbagai cara, seperti salah satunya dengan membuat video atau konten yang berisi iklan produk dengan adanya video atau konten promosi tentunya akan semakin banyak orang yang melihat dan tertarik untuk membeli produk.

Pembuatan video atau konten promosi dengan menggunakan media sosial ini cocok untuk para siswa yang menginginkan uang saku tambahan karena iklan ini gratis dan siswa dapat dengan lebih mudah mengikuti perkembangan teknologi, siswa juga dapat melakukan sosialisasi Digital Marketing kepada orang tua, masyarakat sekitar agar produk mereka dapat lebih dikenal oleh banyak orang.

Adapun beberapa akun media sosial yang dijadikan media dalam kegiatan Digital Marketing oleh Penulis yang berkolaborasi dengan siswa kelas 8 SMP Romly Tamim Surabaya:

1. Akun TikTok

Aplikasi TikTok adalah aplikasi yang juga dapat melihat video pendek dengan berbagai ekspresi dari masing-masing pencipta. Dan pengguna aplikasi tersebut bisa meniru dari video pengguna lain, seperti pembuatan video dengan musik kontemporer yang juga dibuat oleh semua orang. Dan video juga dibuat oleh elaku bisnis yang mempromosikan produk mereka sehingga mereka dapat dikenal oleh masyarakat dalam arti luas (Hasiholan, 2020)

Dikalangan remaja atau siswa aplikasi TikTok saat ini menjadi suatu trend yang wajib diikuti karena banyak sekali fitur-fitur menarik tiktok yang sangat mengasah kreaivitas mereka, tentunya juga dapat dijadikan sebagai media untuk melakukan Digital Marketing

2. Akun Youtube

Youtube juga tidak kalah terkenalnya dengan aplikasi yang lain, dengan menggunakan youtube sebagai media promosi tentunya juga akan memudahkan siswa dalam melakukan kegiatan promosi tanpa perlu mengeluarkan biaya yang mahal.

2. Pelaksanaan

Kegiatan Digital Marketing di mulai dengan dilaksanakannya sosialisasi mengenai materi Digital Marketing, diikuti oleh semua siswa kelas 8 dan dilanjutkan dengan kegiatan sharing session beberapa siswa menceritakan pengalaman dan yang mereka ketahui mengenai promosi, seteah itu ada sesi diskusi semua siswa satu kelas dibagi menjadi 4 kelompok dimana setiap kelompok terdiri dari 5-6 orang untuk berdiskusi mengenai produk apa yang akan mereka promosikan dan bagaimana konsep promosi yang akan dibuat, siswa diberi waktu selama satu minggu untuk membuat video promosi dan video di upload di akun youtube, tiktok siswa, setelah siswa membuat video dan diupload kemudian di hari berikutnya siswa diminta untuk memberikan kesimpulan mengenai kegiatan digital marketing yang sudah dilaksanakan.



Gambar 1 dan 2 Sosialisasi Digital Marketing



<https://vt.tiktok.com/ZSYdD3jyT/>



https://youtu.be/I_sHYUeTFMo?si=Xms6NRUD296i1U7z

Gambar 3 dan 4 Luaran Digital Marketing Bentuk Video Promosi

3. Evaluasi

Setelah kegiatan Digital Marketing dilaksanakan, ternyata terdapat beberapa kendala seperti :

1. Banyak siswa yang masih belum paham mengenai fitur di akun youtube seperti pembuatan thumbnail, padahal thumbnail ini sangat bermanfaat untuk menarik banyaknya viewer
2. Beberapa siswa tidak ikut berpartisipasi dalam pembuatan video promosi

KESIMPULAN

Promosi produk melalui media sosial menjadi trend dimasa kini bukan hanya sebagai tempat bertukar informasi tetapi dapat dijadikan tempat untuk menjual dan mempromosikan produ, pembuatan video atau konten promosi dengan menggunakan media sosial ini cocok untuk para siswa yang menginginkan uang saku tambahan karena iklan ini gratis dan siswa dapat dengan lebih mudah mengikuti perkembangan teknologi, siswa juga dapat melakukan sosialisasi Digital Marketing kepada orang tua, masyarakat sekitar agar produk mereka dapat lebih dikenal oleh banyak orang.

Kegiatan Digital Marketing ini mendapatkan respon positif dari guru dan juga siswa, banyak siswa kelas 8 yang ingin tahu serta tertarik membuat konten video promosi, produk yang siswa promosikan melalui akun youtube dan tiktok menjadi lebih dikenal orang, dan tentunya penjual seblak yang ada di video promosi ini sangat berterima kasih kepada siswa karena sudah mempromosikan produknya dan membuat penjual mendapatkan banyak keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Gurning, M. R. (2022). Pengembangan Literasi, Numerasi, Adaptasi, Teknologi, Oleh Kampus Mengajar Angkatan Iii Di Smp Swasta Harapan Bunut. *Abdi Implementasi Pancasila: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 58-63.
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan media sosial TikTok untuk pemasaran bisnis digital sebagai media promosi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 291-296.
- Pranoto, H., & Warada, H. SOSIALISASI POTENSI DIGITAL MARKETING PADA SISWA SMPN 2 MUARA WIS, DESA LEBAK CILONG. *DESA MANDIRI MENYONGSONG PEMBANGUNAN IKN*, 61.
- Santoso, H. D., Sari, D. P., Fadilla, A. D., Utami, F. F., Rahayu, F. P., Sari, D. C., & Sya'bani, N. P. (2022). Asistensi Mengajar, Adaptasi Teknologi, Dan Administrasi Dalam Program Kampus Mengajar. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 4(2), 100.
- Tasruddin, R. (2021). Tren media online sebagai media promosi. *Jurnal Mercusuar*, 1(3).