



80-88 Pendekatan Penggunaan Media Sosial Guna Memperluas Promosi dan Meningkatkan Perkembangan Bisnis Pelajar SMK N 1 SELO

Social Media Usage Approach to Expand Promotion and Improve Business Development of Students at SMK N 1 SELO

Talita Putri Lestari^{1*}, Alfiana Nahdiana², Ririn Dwi Ariani³, Ika Ramadani⁴,
Novita Ambarwati⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Universitas Boyolali, Indonesia

Email: eunothalita@gmail.com¹, alfiananahdiana@gmail.com², ririndwiarianitkj2@gmail.com³,
ramadani.ika109@gmail.com⁴, nta738364@gmail.com⁵

*Penulis Korespondensi: eunothalita@email.com

Article History:

Naskah Masuk: 18 November, 2025;

Revisi: 19 Desember, 2025;

Diterima: 18 Januari 2026;

Terbit: 20 Januari 2026

Keywords: Digital Branding; Digital Platforms; Promotion; SMKN 1 Selo; Social Media.

Abstract: The utilization of digital technology in the Industry 4.0 era has become crucial for vocational high school (SMK) students to build economic independence. However, partners at SMKN 1 Selo still face obstacles in optimizing social media and digital platforms as effective promotional tools for student work and self-development. This community service activity aims to enhance students' understanding and skills in using social media (Instagram, TikTok) and other digital platforms as creative marketing instruments. The method employed is a descriptive qualitative approach through participatory training, which includes material presentation on digital branding strategies, visual content creation practices, and copywriting techniques. The results of the activity indicate a significant improvement in students' technical abilities, where they demonstrated the capacity to produce engaging promotional content and understand social media algorithms to reach a wider audience. This study aims to describe the process and impact of utilizing social media and digital platforms as promotional tools for SMKN 1 Selo students. The primary focus of this activity is to provide a deep understanding of personal branding strategies and creative product marketing in the digital age. Through this program, it is expected that SMKN 1 Selo students will possess higher digital competitiveness and the ability to leverage the digital ecosystem to support the promotion of vocational products and their professional profiles in the future.

Abstrak

Pemanfaatan teknologi digital di era industri 4.0 menjadi krusial bagi siswa sekolah menengah kejuruan (SMK) untuk membangun kemandirian ekonomi. Namun, mitra pengabdian di SMKN 1 Selo masih menghadapi kendala dalam mengoptimalkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi yang efektif untuk hasil karya siswa maupun pengembangan diri. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam menggunakan media sosial (Instagram, TikTok) dan platform digital lainnya sebagai instrumen pemasaran kreatif. Metode yang digunakan adalah pelatihan partisipatif yang meliputi pemaparan materi strategi *digital branding*, praktik pembuatan konten visual, serta teknik penulisan *copywriting*. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan teknis siswa, di mana 85% peserta mampu memproduksi konten promosi yang menarik dan memahami algoritma media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian pengabdian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses dan dampak pemanfaatan media sosial serta platform digital sebagai sarana promosi bagi siswa SMKN 1 Selo. Fokus utama kegiatan ini adalah memberikan pemahaman mendalam mengenai strategi personal branding dan pemasaran produk kreatif di era digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa SMKN 1 Selo memiliki daya saing digital yang lebih tinggi serta mampu memanfaatkan ekosistem digital untuk mendukung promosi produk kejuruan maupun profil profesional mereka di masa depan.

Kata Kunci: Digital Branding; Media Sosial; Platform Digital; Promosi; SMKN 1 Selo.

1. PENDAHULUAN

Media sosial adalah wadah komunikasi yang bikin orang maupun kelompok bisa saling terhubung, berbagi informasi, dan berinteraksi tanpa terhalang jarak atau waktu. Dalam perkembangannya, media sosial nggak cuma dipakai untuk kebutuhan sosial dan ekonomi, tapi juga jadi sarana penting buat nyebarin berbagai informasi.(Maulidim, S. 2024). Platfrom digital yang dimaksud seperti Shopee, Tiktokshop, Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, dll. Penggunaan media sosial memiliki berbagai manfaat, antara lain sebagai ruang untuk belajar, menyerap informasi, sekaligus menyampaikan gagasan; sebagai sarana dokumentasi, pengelolaan, dan pengintegrasian data; serta membantu pengguna memperoleh wawasan baru. Selain itu, media sosial juga mendukung proses perencanaan, penyusunan strategi, dan manajemen kegiatan, sekaligus berfungsi sebagai alat untuk melakukan kontrol, evaluasi, dan pengukuran terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan. (Fajrussalam, H., Farhatunisa, G. Realistiya, R. Rosyani, W.A. & Rahmawati, Y, (2023).

Pendidikan memiliki peran strategis dalam membentuk kualitas individu dan masyarakat. Sebagai proses yang berlangsung secara terencana, pendidikan tidak hanya berfungsi untuk mentransfer ilmu pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga untuk mengembangkan kesadaran, karakter, dan kepribadian peserta didik. Di era perkembangan teknologi digital, pendidikan semakin dituntut untuk mampu memfasilitasi penguasaan literasi digital, pemanfaatan media sosial, serta kemampuan mengelola informasi secara kreatif dan produktif. Melalui integrasi pendidikan dan teknologi, pelajar dapat memperoleh pengetahuan serta kompetensi yang relevan untuk memajukan inovasi, mengembangkan potensi bisnis, dan memanfaatkan platform digital secara optimal. Dengan demikian, pendidikan tidak hanya menjadi sarana pewarisan nilai budaya dan moral, tetapi juga menjadi fondasi penting bagi pengembangan keterampilan abad 21 yang mendorong kemandirian, kreativitas, dan kesiapan pelajar dalam menghadapi tantangan dan peluang di masa depan. (Dewi, A. C., Putra, A., Rante, H. T., Bastian, M. A., Rafsanjani, M. R., & Kurniawan, F. (2024).

Hamzah, seorang pakar linguistik sekaligus teknologi pendidikan, menjelaskan bahwa integrasi teknologi dapat memberdayakan pendidik dalam menciptakan lingkungan belajar yang dinamis serta mampu menyesuaikan diri dengan beragam gaya dan preferensi belajar peserta didik. Pemanfaatan platform digital memungkinkan pendidik merancang pembelajaran yang lebih personal sehingga hubungan antara siswa dengan mata pelajaran Bahasa Indonesia dapat berkembang secara lebih mendalam. Sementara itu, Anita (2021), seorang peneliti yang berfokus pada isu inklusi digital, menegaskan bahwa penting untuk tetap memperhatikan aspek kesetaraan dalam penerapan teknologi pendidikan. Ia menyoroti bahwa berbagai upaya perlu

dilakukan agar seluruh siswa, tanpa terkecuali dan terlepas dari kondisi sosial-ekonominya, dapat memperoleh manfaat yang setara dari pembelajaran bahasa berbasis teknologi. (Purba, A., & Saragih, A. (2023).

Media sosial kini sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat, termasuk di Indonesia. Seiring pesatnya perkembangan dan inovasi teknologi, penggunaan media sosial terus meningkat setiap hari dan bahkan telah menjadi kebutuhan dasar bagi banyak orang. Berbagai platform seperti WhatsApp, Telegram, Instagram, Facebook, dan Line memungkinkan masyarakat berkomunikasi tanpa terhalang status sosial. Media sosial juga berfungsi sebagai sarana interaksi timbal balik secara online yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja (Mulawarman & Nurfitri, 2017; Taprial & Kanwar, 2012). Selain itu, menurut Watie (2011), media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran untuk memastikan proses belajar mengajar tetap berlangsung dengan baik. (Rahman, M., Nursyabilah, I., Astuti, P., Syam, M. I., Mukramin, S. U., & Kurnawati, W. O. I. (2023).

Setiap media sosial memiliki karakteristik dan keunggulan yang berbeda sehingga banyak orang menggunakan lebih dari satu platform untuk kebutuhan yang beragam, termasuk dalam pembelajaran. Facebook dapat menjadi ruang diskusi antara guru dan siswa melalui grup kelas, TikTok memudahkan penyampaian materi dan pengumuman secara cepat lewat video singkat yang menarik, YouTube cocok untuk pembelajaran model flipped classroom karena memungkinkan siswa mengakses materi sebelum masuk kelas, dan Instagram menyediakan berbagai fitur seperti *Story*, *Reels*, *Live*, dan *Feed* yang bisa dikembangkan sebagai media belajar *audiovisual*. Berbagai fitur ini membuat proses belajar menjadi lebih variatif, interaktif, dan mudah dipahami, serta memberikan ruang bagi guru dan siswa untuk berdiskusi dan berkreasi. Secara keseluruhan, keempat platform tersebut—beserta media sosial lainnya—terus berkembang dan berpotensi besar untuk dimanfaatkan sebagai media pembelajaran yang lebih menarik dan efektif. (Prasetya, A. D., Utama, A. H., & Mastur, M. (2024).

2. METODE

Pengabdian ini disusun menggunakan pendekatan kualitatif dengan cara menggambarkan pemanfaatan berbagai platform media sosial (Moto, 2019) seperti Instagram, Twitter, YouTube, serta website atau blog sebagai sarana pembelajaran alternatif di luar materi yang diberikan oleh dosen atau pengajar. Fokus pengabdian ini adalah melihat bagaimana berbagai akun pada keempat platform tersebut dimanfaatkan sebagai wadah penyampaian informasi dan pengetahuan yang relevan, sehingga mampu memberikan nilai edukatif tambahan bagi siswa. (Aprilizdihar, M., Pitaloka, E. D., & Dewi, S. (2021).

Bahan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi materi presentasi tentang pengenalan media sosial dan platform digital, contoh konten promosi, serta alat pendukung seperti laptop, proyektor, dan jaringan internet. Materi yang disampaikan mencakup pengertian media sosial, manfaat media sosial dalam kegiatan promosi, serta contoh penggunaan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk memasarkan produk (Kotler & Keller, 2016; Tuten & Solomon, 2020). Selain itu, disiapkan pula contoh gambar dan video promosi sebagai bahan pembelajaran bagi siswa guna meningkatkan pemahaman visual dan daya tarik pesan pemasaran (Kaplan & Haenlein, 2010).

Metode pelaksanaan kegiatan diawali dengan penyampaian materi secara langsung melalui presentasi. Selanjutnya, dilakukan diskusi dan tanya jawab untuk mengetahui tingkat pemahaman siswa terhadap materi yang telah disampaikan (Sugiyono, 2021). Siswa juga diberikan contoh sederhana mengenai cara membuat konten promosi yang menarik dan cara berkomunikasi dengan calon konsumen melalui media sosial, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi digital dan pemasaran praktis (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019; Kietzmann et al., 2011).

Pada tahap akhir, dilakukan evaluasi secara sederhana untuk melihat respon dan pemahaman siswa setelah mengikuti kegiatan sosialisasi. Evaluasi ini penting untuk menilai efektivitas kegiatan pengabdian serta keberhasilan transfer pengetahuan dan keterampilan kepada peserta (Arikunto, 2019). Melalui penggunaan bahan dan metode tersebut, diharapkan kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi siswa, khususnya dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dasar dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi (Kotler et al., 2021).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi yang dilakukan pada 12 November 2025 dengan diikuti 36 siswa dengan presentase laki-laki 14, dan perempuan 22 serta beberapa tim. Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya, bisa dilihat bahwa platform media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok memang sangat bisa dimanfaatkan sebagai tempat untuk menyajikan konten edukasi atau pembelajaran digital. Penggunaan media sosial sebagai wadah belajar ini membantu para pengguna untuk menambah pengetahuan, mendapatkan wawasan baru, sekaligus memudahkan mereka dalam memahami materi yang disampaikan.

Selain itu, adanya konten edukasi di media sosial juga dapat meningkatkan kualitas belajar para penggunanya. Konten-konten tersebut mampu membuat pengguna lebih mandiri dalam belajar dan mendorong minat mereka untuk mencari hal-hal baru yang menarik.

Dalam proses memanfaatkan media sosial sebagai sumber belajar, pengguna juga perlu lebih cermat dalam memilih platform yang sesuai dengan materi yang ingin dipelajari. Penting juga untuk memilih konten edukasi yang benar-benar berkualitas agar proses belajar lebih efektif. Di sisi lain, fitur-fitur yang tersedia di berbagai platform media sosial bisa menjadi kesempatan bagi pengguna untuk mencoba membuat konten edukasi atau pembelajaran digital yang kreatif dan bermanfaat.

Berdasarkan hasil sosialisasi yang dilakukan pada pelajar SMKN 1 Selo, dapat diketahui bahwa media sosial dan platform digital sudah banyak dimanfaatkan sebagai sarana promosi. Sebagian besar siswa menggunakan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka miliki. Media sosial dipilih karena mudah digunakan dan sudah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari siswa.

Platform yang paling sering digunakan adalah Instagram dan WhatsApp. Instagram dimanfaatkan untuk menampilkan foto dan video produk agar terlihat menarik, sedangkan WhatsApp digunakan untuk berkomunikasi langsung dengan calon pembeli. Selain itu, beberapa siswa juga mulai menggunakan platform digital lain seperti marketplace untuk membantu proses penjualan. Pemanfaatan media sosial ini dinilai dapat memperluas jangkauan promosi dan memudahkan siswa dalam menawarkan produknya kepada masyarakat.

Hasil sosialisasi juga menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial memberikan pengaruh positif terhadap ketertarikan konsumen. Konten promosi yang disertai gambar, video, dan tulisan yang menarik dapat membuat calon pembeli lebih tertarik. Namun, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi siswa, seperti kurangnya pengetahuan tentang cara promosi yang baik, kesulitan membuat konten secara rutin, serta pengelolaan akun media sosial yang belum maksimal.



Gambar 1. Peserta Sosialisasi.



Gambar 2. Peserta Sosialisasi.



Gambar 3. Pemaparan Materi.



Gambar 4. Pemaparan Materi.

Pembahasan

Pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi oleh pelajar SMKN 1 Selo menunjukkan bahwa teknologi digital memiliki peran penting dalam mendukung

kegiatan promosi siswa. Media sosial tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran yang efektif dan hemat biaya. Hal ini memberikan kesempatan bagi siswa untuk belajar berwirausaha sejak dini.

Penggunaan Instagram dan WhatsApp sebagai media promosi menunjukkan bahwa siswa cenderung memilih platform yang mudah diakses dan sering digunakan. Tampilan visual yang menarik menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, kreativitas siswa dalam membuat konten promosi sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pemasaran produk.

Meskipun demikian, kemampuan siswa dalam menerapkan strategi promosi digital masih perlu ditingkatkan. Banyak siswa yang belum memahami cara menentukan target pasar, waktu yang tepat untuk mengunggah konten, serta cara melihat respon konsumen. Oleh karena itu, peran sekolah sangat dibutuhkan untuk memberikan pembelajaran dan pendampingan terkait pemasaran digital agar siswa dapat memanfaatkan media sosial secara lebih efektif.

Secara keseluruhan, pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi memberikan dampak positif bagi pelajar SMKN 1 Selo. Media sosial dapat membantu siswa meningkatkan kreativitas, kemandirian, dan keterampilan berwirausaha yang bermanfaat bagi masa depan mereka.

4. KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan di SMKN 1 Selo dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada siswa mengenai pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi. Sosialisasi ini ditujukan untuk membantu siswa mengenal potensi media sosial tidak hanya sebagai media komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai alat yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan kewirausahaan. Kegiatan ini diikuti oleh siswa dengan penuh antusias karena materi yang disampaikan dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka.

Pada pelaksanaan sosialisasi, pemateri menjelaskan berbagai jenis media sosial yang sering digunakan oleh pelajar, seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, dan TikTok. Setiap platform diperkenalkan beserta fungsinya dalam kegiatan promosi. Siswa diberikan pemahaman bahwa media sosial memiliki kelebihan dalam menjangkau konsumen yang lebih luas, mudah digunakan, serta tidak memerlukan biaya yang besar. Selain itu, siswa juga diperkenalkan pada platform digital lain, seperti marketplace, yang dapat dimanfaatkan sebagai pendukung dalam proses promosi dan penjualan.

Materi sosialisasi juga membahas pentingnya konten dalam kegiatan promosi. Siswa

diberikan contoh sederhana mengenai cara membuat konten promosi yang menarik, mulai dari penggunaan foto produk yang jelas, video singkat, hingga penulisan caption yang mudah dipahami. Melalui penjelasan tersebut, siswa diajak untuk lebih kreatif dan percaya diri dalam mempromosikan produk yang dimiliki. Selain itu, siswa juga diberi pemahaman tentang cara berkomunikasi yang baik dan sopan dengan calon pembeli melalui media sosial.

Selama kegiatan berlangsung, terjadi interaksi antara pemateri dan siswa melalui sesi tanya jawab dan diskusi ringan. Siswa menyampaikan pendapat serta pengalaman mereka dalam menggunakan media sosial untuk promosi. Dari diskusi tersebut, diketahui bahwa sebagian siswa sudah pernah mencoba mempromosikan produk, namun masih mengalami kesulitan dalam mengatur waktu unggahan dan menjaga konsistensi konten. Oleh karena itu, sosialisasi ini memberikan wawasan awal bagi siswa untuk lebih memahami cara memanfaatkan media sosial secara lebih terarah.

Secara keseluruhan, kegiatan sosialisasi ini memberikan dampak positif bagi siswa SMKN 1 Selo. Sosialisasi mampu menambah pengetahuan, meningkatkan kesadaran, serta menumbuhkan minat siswa untuk menggunakan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi. Diharapkan melalui kegiatan ini, siswa dapat lebih bijak dan kreatif dalam memanfaatkan media sosial serta mampu mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang bermanfaat di masa depan.

PENGAKUAN

Dengan selesainya kegiatan pengabdian ini, kami dari kelompok 1 mengucapkan terimakasih kepada SMK N 1 SELO yang telah bekerjasama sehingga dapat berjalannya kegiatan ini dengan lancar, Dosen Pembimbing yang telah membimbing dari awal hingga kegiatan selesai dilaksanakan, dan teman-teman atas kerjasama dan dukungannya sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR REFERENSI

- Aprilizdihar, M., Pitaloka, E. D., & Dewi, S. (2021). Pemanfaatan sosial media sebagai sarana pembelajaran di era digital. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts (DECA)*, 4(2), 101–110.
- Arikunto, S. (2019). *Dasar-dasar evaluasi pendidikan* (3rd ed.). Bumi Aksara.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.

- Dewi, A. C., Putra, A., Rante, H. T., Bastian, M. A., Rafsanjani, M. R., & Kurniawan, F. (2024). Pendidikan dalam upaya memajukan teknologi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 34–43.
- Fajrussalam, H., Farhatunnisa, G., Realistiya, R., Rosyani, W. A., & Rahmawati, Y. (2023). Penggunaan media sosial sebagai sarana pengembangan dakwah Islam. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2), 2337–2447.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Maulidin, S. (2024). Pendidikan pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan pada pelajar. *Journal Khafi: Journal of Islamic Studies*, 2(3), 27–39.
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Prasetya, A. D., Utama, A. H., & Mastur, M. (2024). Pemanfaatan sosial media sebagai penyajian konten pembelajaran digital: Studi literature review. *Jurnal Riset dan Inovasi Pembelajaran*, 4(2), 1004–1017. <https://doi.org/10.51574/jrip.v4i2.1702>
- Purba, A., & Saragih, A. (2023). Peran teknologi dalam transformasi pendidikan bahasa Indonesia di era digital. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 3(3), 43–52. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v3i3.619>
- Rahman, M., Nursyabilah, I., Astuti, P., Syam, M. I., Mukramin, S. U., & Kurnawati, W. O. I. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran. *Journal on Education*, 5(3), 10646–10653. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1890>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social media marketing* (3rd ed.). Sage Publications.