

Pemasaran Digital Dasar Untuk Remaja Kreatif Di SMA 3 Muhammadiyah Jember

Budi Santoso^{1*}, Gardina Aulin Nuha², Jekti Rahayu³, Septy Holisa Umamy⁴, Vesa Karsi Sukmawati⁵,
Lely Kusumawati⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Muhammadiyah Jember

Email: ^{1*}budisantoso@unmuhjember.ac.id, ²gardina@unmuhjember.ac.id, ³jektirahayu@unmuhjember.ac.id,

Diterima: Februari 2026 | Dipublikasikan: Agustus 2026

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola interaksi dan aktivitas ekonomi generasi muda, namun pemanfaatan media sosial oleh siswa sekolah menengah masih cenderung bersifat konsumtif dan belum diarahkan pada kegiatan produktif. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi digital, pemahaman konsep dasar pemasaran, serta keterampilan produksi konten kreatif siswa di SMA Muhammadiyah 3 Jember. Program dilaksanakan melalui workshop dan pelatihan berbasis praktik dengan pendekatan partisipatif dan learning by doing. Materi yang diberikan meliputi dasar-dasar pemasaran digital, penentuan target audiens, pengemasan pesan promosi, serta pelatihan pembuatan poster dan video pendek menggunakan aplikasi desain digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa mengenai pentingnya pemasaran sejak dini dan pemanfaatan media sosial secara produktif. Siswa mampu menghasilkan karya konten digital sederhana serta menunjukkan peningkatan kreativitas dan rasa percaya diri dalam menyampaikan ide bisnis. Selain itu, terjadi perubahan pola pikir dari penggunaan media sosial yang konsumtif menjadi lebih produktif dan bernilai ekonomi. Secara keseluruhan, program ini efektif dalam menumbuhkan literasi digital dan jiwa kewirausahaan siswa. Untuk keberlanjutan dampak, diperlukan pendampingan dan pelatihan lanjutan agar keterampilan teknis dan strategi pemasaran siswa semakin berkembang secara optimal.

Kata Kunci : literasi digital, pemasaran digital, kewirausahaan remaja, konten kreatif, media sosial

Abstract

The development of digital technology has transformed the interaction patterns and economic activities of young people. However, the use of social media by high school students remains largely consumptive and has not been directed toward productive activities. This Community Service Program aims to enhance digital literacy, understanding of basic marketing concepts, and creative content production skills among students at SMA Muhammadiyah 3 Jember. The program was implemented through workshops and practice-based training using a participatory and learning-by-doing approach. The materials covered fundamental digital marketing concepts, target audience identification, promotional message development, and training in creating posters and short videos using digital design applications. The results indicate an improvement in students' understanding of the importance of marketing from an early age and the productive use of social media. Students were able to produce simple digital content and demonstrated increased creativity and confidence in presenting business ideas. In addition, there was a shift in mindset from consumptive social media use to more productive and economically valuable activities. Overall, the program was effective in fostering students' digital literacy and entrepreneurial mindset. To ensure sustainability, further mentoring and advanced training are recommended to strengthen students' technical skills and marketing strategies for optimal development.

Keywords: digital literacy, digital marketing, youth entrepreneurship, creative content, social media.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dalam satu dekade terakhir telah mengubah secara signifikan perilaku ekonomi masyarakat, termasuk cara individu khususnya generasi muda mengakses informasi, berinteraksi, dan memasarkan produk. Transformasi digital ini membuka peluang besar bagi remaja untuk berkreasi dan memulai aktivitas kewirausahaan secara lebih mudah melalui berbagai platform digital. Namun, potensi tersebut masih belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan oleh sebagian besar siswa sekolah menengah atas karena keterbatasan literasi digital, minimnya wawasan pemasaran modern, serta kurangnya pendampingan terstruktur. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa tingkat literasi digital remaja di Indonesia masih perlu diperkuat terutama dalam konteks pemanfaatan teknologi untuk aktivitas produktif dan ekonomi kreatif. Hal ini didukung oleh Suryani dan Wahyudi (2020) yang menegaskan bahwa pelatihan literasi digital berbasis proyek dapat meningkatkan kemampuan remaja dalam memproduksi konten kreatif dan memahami alur distribusi informasi digital.

SMA Muhammadiyah 3 Jember merupakan salah satu sekolah menengah yang memiliki populasi siswa dengan karakteristik heterogen, baik dari sisi latar belakang sosial ekonomi, minat belajar, maupun akses terhadap teknologi. Secara umum, siswa memiliki ketertarikan tinggi terhadap penggunaan media digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Namun, aktivitas tersebut masih dominan bersifat konsumtif dan belum diarahkan pada aktivitas produktif seperti pembuatan konten kreatif, personal branding, atau pemasaran digital dasar. Kondisi ini sejalan dengan Lestari et al. (2021) yang menyatakan bahwa meskipun akses platform digital kalangan remaja tinggi, pemanfaatannya untuk pengembangan kewirausahaan masih rendah. Hasil observasi menunjukkan bahwa beberapa siswa memiliki minat terhadap kegiatan wirausaha seperti menjual makanan ringan atau produk kreatif sederhana, namun masih dilakukan secara tradisional tanpa pemasaran digital, fenomena yang juga ditemukan dalam penelitian Hutabarat dan Simanjuntak (2019) pada usaha remaja yang belum memahami *social media analytics*.

Sekolah telah mendorong pengembangan kreativitas melalui kegiatan ekstrakurikuler, tetapi belum ada program pendampingan khusus terkait pemasaran digital. Keterbatasan ini sejalan dengan temuan Sari dan Mahfudz (2022) bahwa pelajar membutuhkan pelatihan pembuatan konten promosi untuk meningkatkan kepercayaan diri dan kreativitas visual mereka. Hal ini diperkuat oleh Wulandari dan Prasetyo (2020) yang menemukan bahwa pelatihan *digital entrepreneurship* efektif meningkatkan pemahaman remaja mengenai perencanaan konten dan strategi pemasaran digital. Sebagai lembaga pendidikan yang membina remaja usia produktif,

SMA Muhammadiyah 3 Jember memiliki peran strategis dalam menumbuhkan pola pikir kewirausahaan sejak dini. Namun, tantangan muncul dari kurangnya pemahaman teknis mengenai strategi pemasaran digital, pemahaman etika digital, serta belum adanya kurikulum pendukung yang mengajarkan praktik pemasaran berbasis media sosial. Penelitian Rachman dan Yuliana (2023) menunjukkan bahwa pelatihan *personal branding* dapat meningkatkan kualitas profil digital remaja serta mendorong mereka menggunakan media sosial secara produktif.

Sejumlah penelitian menguatkan bahwa remaja memiliki potensi besar memanfaatkan media digital untuk berwirausaha tetapi memerlukan pendampingan sistematis. Fitria dan Nugroho (2021) menemukan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap kemampuan remaja dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi. Ardani et al. (2020) juga membuktikan bahwa pelatihan pemasaran digital dapat meningkatkan jangkauan dan efektivitas strategi promosi pelaku usaha muda. Rahmawati dan Sari (2022) menekankan bahwa meskipun generasi Z memiliki kreativitas visual tinggi, mereka membutuhkan pemahaman lebih dalam tentang segmentasi pasar dan branding kondisi yang juga terlihat pada siswa SMA Muhammadiyah 3 Jember.

Penelitian Amalia dan Puspitasari (2021) menunjukkan bahwa platform video pendek seperti TikTok dapat efektif meningkatkan jangkauan promosi siswa setelah pendampingan teknis. Hanafiah dan Lazuardi (2022) juga mengidentifikasi bahwa kurangnya pengetahuan dalam editing konten dan strategi unggah menjadi hambatan utama dalam memulai pemasaran digital. Selain itu, Wijaya dan Rini (2020) menegaskan bahwa pelatihan literasi digital yang dipadukan dengan kewirausahaan sederhana mampu menumbuhkan *entrepreneurial mindset* remaja. Putri et al. (2022) juga menyatakan bahwa integrasi pemasaran digital ke dalam kegiatan ekstrakurikuler dapat meningkatkan motivasi berwirausaha dan kemampuan presentasi siswa.

Kemampuan pemasaran digital turut berperan dalam membangun pola pikir kewirausahaan berbasis kreativitas dan teknologi. Hal ini sesuai dengan pandangan Hidayat dan Prabowo (2020) yang menyatakan bahwa pemahaman pemasaran digital merupakan fondasi penting bagi remaja untuk memulai usaha kecil dan memanfaatkan peluang ekonomi digital yang berkembang pesat. Oleh karena itu, Tim PKM akan melakukan kegiatan “Pemasaran Digital Dasar untuk Remaja Kreatif di SMA 3 Muhammadiyah Jember” yang tidak hanya memberikan teori, tetapi juga praktik langsung seperti pembuatan konten, pengelolaan media sosial, serta penguatan *personal branding*. Program ini diharapkan mampu mendorong siswa beralih dari penggunaan media digital yang bersifat konsumtif menuju pemanfaatan yang produktif, kreatif, dan bernilai ekonomi, sehingga dapat meningkatkan literasi digital dan menumbuhkan kemandirian serta daya saing siswa dalam ekosistem digital.

Metode Kegiatan

Kegiatan PKM ini akan dilaksanakan di SMA Muhammadiyah 3 Jember, yang merupakan salah satu lembaga pendidikan islam. Lokasi lembaga pendidikan Mitra terletak di Jl. Mastrip No.3, Lingkungan Panji, Tegalgede, Kecamatan Sumbersari, Jember, Jawa Timur, Indonesi. Kegiatan ini direncanakan akan dilaksanakan pada Bulan Desember 2025 - Februari 2026. Kegiatan PKM melibatkan 32 siswa sebagai peserta yang mengikuti seluruh rangkaian kegiatan mulai dari penyampaian materi, diskusi, hingga praktik pembuatan konten digital. Evaluasi dilakukan menggunakan pre-test dan post-test sederhana untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep dasar pemasaran digital, pemanfaatan media sosial secara produktif, serta peluang bisnis bagi remaja. Selain itu, tim PKM menggunakan lembar observasi partisipatif untuk menilai keaktifan peserta dalam diskusi, kemampuan mengemukakan ide bisnis, kreativitas dalam menyusun poster digital menggunakan Canva, kepercayaan diri saat mempresentasikan hasil praktik, dan kemampuan bekerja sama dalam kelompok.

Kegiatan PKM ini diberikan melalui metode ceramah dengan pendekatan *participatory learning* yang menekankan prinsip *learning by doing*, dimana peserta kegiatan merupakan siswa SMA Muhammadiyah 3 Jember. Perincian metode pelaksanaan kegiatan pada bidang permasalahan yang dihadapi Mitra adalah:

1. Permasalahan rendahnya literasi digital dan pemahaman konsep dasar pemasaran

Siswa akan diberikan pemaparan mengenai pemahaman konsep dasar pemasaran. Narasumber dari tim PKM memberikan penjelasan mengenai dasar-dasar pemasaran digital, termasuk segmentasi pasar, penentuan target audiens, pengemasan pesan, serta perilaku pengguna media sosial. Materi disampaikan menggunakan contoh sederhana agar siswa mudah memahaminya, misalnya melalui analisis tren konten viral atau strategi promosi oleh influencer.

2. Keterbatasan Keterampilan Produksi Konten Kreatif Berbasis Teknologi

Siswa akan diberikan pemaparan mengenai Keterampilan Produksi Konten Kreatif Berbasis Teknologi. Selanjutnya pelatihan produksi konten kreatif berbasis teknologi dilakukan melalui praktik langsung agar siswa mampu membuat poster digital dan video pendek secara mandiri. Kegiatan diawali dengan pengenalan aplikasi sederhana seperti Canva dan CapCut, disertai demonstrasi penggunaan fitur dasar untuk desain grafis dan editing video. Setelah itu, siswa mempraktikkan teknik pengambilan gambar menggunakan smartphone, seperti pengaturan sudut dan pencahayaan, sehingga memperoleh bahan visual yang layak digunakan.

Dengan pendampingan instruktur, siswa kemudian menyusun dua karya konten: satu poster digital dan satu video singkat berdurasi 15–30 detik. Mereka belajar merangkai pesan utama, memilih elemen visual yang tepat, serta mengedit gambar dan video hingga menjadi konten utuh. Setelah karya selesai, instruktur memberikan umpan balik singkat untuk membantu siswa memperbaiki kualitas visual dan kejelasan pesan.

Hasil Kegiatan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada bulan Januari hingga Februari 2026. Kegiatan persiapan diawali di Bulan Januari 2026 dengan menjalin komunikasi dengan Mitra SMA Muhammadiyah 03 Jember. Komunikasi tersebut bertujuan guna menetapkan masalah prioritas Mitra dan menyepakati solusi pemecahan masalah Mitra. Komunikasi ini dilakukan agar perencanaan kegiatan PKM lebih matang dan penyampaian materi nantinya tepat sasaran. Kegiatan penyampaian materi kepada Mitra diselenggarakan pada hari Kamis tanggal 23 Januari 2026, Pukul 09.00 WIB, di SMA Muhammadiyah 03 Jember, yang berlokasi di Jalan Mastrip No.3, Lingkungan Panji, Tegalgede, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. Pelaksanaan kegiatan ini, dibantu oleh dua orang mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember. Acara dibuka dengan penyampaian sambutan dari Pimpinan SMA Muhammadiyah 03 Jember dan penyampaian ucapan terima kasih dari Tim PKM.



Gambar 1.1 Foto Bersama Tim PKM dan Peserta PKM

Pada pukul 09.15, dimulai penyampaian materi dengan topik “Pemasaran Digital Dasar untuk Remaja Kreatif”. Pemaparan materi diawali dengan penyampaian pentingnya memahami pemasaran sejak dini, dimana salah satunya adalah melatih cara berpikir kreatif dan strategis, meningkatkan kemampuan komunikasi, serta membuka peluang usaha atau personal branding lewat media sosial seperti Instagram dan TikTok. Kemudian Tim PKM juga mengoptimalkan keahlian menjadi peluang bisnis. Tim PKM selanjutnya menekankan pentingnya berpikir kreatif untuk memulai melakukan bisnis sejak dini. Tim PKM selanjutnya menjelaskan mengenai

peluang-peluang yang dapat dilakukan oleh remaja SMA untuk melakukan bisnis. Selain itu pemikiran kreatif terkait ide bisnis peserta juga diarahkan oleh Tim PKM melalui pemahaman penggunaan aplikasi untuk memfasilitasi kegiatan bisnis. Pelatihan diakhiri dengan praktek menggunakan aplikasi Canva, yang tersedia dan dapat digunakan secara gratis bagi masyarakat. Kegiatan PKM diikuti oleh 32 siswa SMA Muhammadiyah 3 Jember yang berpartisipasi aktif selama seluruh rangkaian pelatihan.

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test sederhana, sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai konsep dasar pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, serta pentingnya membangun ide bisnis sejak usia sekolah. Selain itu, hasil observasi partisipatif selama proses pelatihan menunjukkan siswa menjadi lebih aktif mengemukakan ide, lebih berani mempresentasikan hasil desain, serta mampu menghasilkan poster promosi sederhana menggunakan Canva. Temuan ini menunjukkan adanya peningkatan kreativitas, rasa percaya diri, dan perubahan pola pikir dari penggunaan media sosial yang semula lebih bersifat konsumtif menjadi lebih produktif dan bernilai ekonomi.

Aspek	Instrumen	Hasil
Pemahaman pemasaran digital	Pre-test & Post-test	Sebagian besar siswa meningkat
Kreativitas	Observasi	Mampu membuat poster Canva
Kepercayaan diri	Observasi presentasi	Lebih berani mempresentasikan ide
Perubahan pola pikir	Observasi & diskusi	Media sosial dipandang lebih produktif



Gambar 1.3 Kegiatan Presentasi dan Diskusi Tim PKM dan Peserta

Dalam diskusi materi ini, Mitra dalam hal ini siswa/siswi kembali menyampaikan hambatannya dalam menciptakan ide bisnis dan menggunakan aplikasi Canva. Untuk itu, Tim PKM menyampaikan beberapa saran solusi permasalahan antara lain: 1. Mendorong siswa untuk menggali ide bisnis dari hal sederhana di sekitar mereka, seperti hobi, tren di sekolah, atau kebutuhan teman sebaya. 2. Menyarankan kegiatan brainstorming kelompok agar ide dapat muncul melalui diskusi dan saling bertukar gagasan. 3. Menganjurkan latihan rutin menggunakan

Canva, dimulai dari template yang sudah tersedia sebelum mencoba membuat desain sendiri. 4. Menyarankan pemanfaatan tutorial online agar siswa dapat belajar secara mandiri di luar sesi pendampingan. 5. Mengajukan praktik langsung membuat contoh produk dan desain promosi sederhana, agar siswa lebih percaya diri dan terbiasa mencoba. PKM yang dilaksanakan pada Januari hingga Februari 2026 telah menghasilkan capaian berupa peningkatan pemahaman Mitra mengenai pentingnya pemasaran dan bisnis sejak dini serta praktik menggunakan aplikasi Canva. Melalui penyampaian materi mengenai Pemasaran dan Bisnis, Mitra memperoleh pengetahuan dasar mengenai perlunya peka terhadap keahlian dan kondisi sekitar sehingga dapat menjadi peluang bisnis bagi siswa/siswi. Selain itu, Mitra juga memperoleh gambaran teknis mengenai langkah-langkah menggunakan aplikasi Canva. Sebelum pelaksanaan PKM, siswa tidak terpikirkan untuk memiliki ide bisnis dan melakukan pemasaran melalui aplikasi tertentu. Keterbatasan pengetahuan dan praktek menjadi salah satu kendala utama dalam pemahaman terkait bisnis dan pemasaran.

Setelah kegiatan PKM dilaksanakan, terjadi perubahan pada aspek pemahaman dan pola pikir Mitra terhadap pentingnya memahami peluang untuk menjadikan bisnis serta melakukan pemasaran melalui media sosial atau penggunaan aplikasi Canva. Melalui kegiatan tersebut, siswa menjadi lebih kreatif dalam menemukan dan mengembangkan ide bisnis, serta lebih percaya diri dalam menyampaikan gagasan yang dimiliki. Selain itu, keterampilan digital mereka juga meningkat, khususnya dalam menggunakan Canva untuk membuat desain promosi. Proses diskusi dan praktik yang dilakukan turut melatih kemampuan berpikir kritis dan pemecahan masalah ketika menghadapi kendala. Secara keseluruhan, kegiatan ini mampu menumbuhkan jiwa kewirausahaan sejak dini dan mempersiapkan siswa agar lebih siap menghadapi tantangan di dunia kerja maupun bisnis. Berdasarkan hasil evaluasi, rekomendasi dari kegiatan ini adalah agar pendampingan dan pelatihan kewirausahaan dilakukan secara berkelanjutan, tidak hanya dalam satu kali pertemuan. Sekolah disarankan untuk memberikan ruang praktik yang lebih banyak, seperti proyek bisnis sederhana atau bazar siswa, agar ide yang telah dibuat dapat langsung diuji. Selain itu, perlu adanya pelatihan lanjutan untuk meningkatkan keterampilan digital siswa, khususnya dalam penggunaan Canva dan media promosi lainnya. Dukungan dari guru serta monitoring berkala juga penting agar siswa tetap termotivasi dan mampu mengembangkan ide bisnisnya secara konsisten.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “*Pemasaran Digital Dasar untuk Remaja Kreatif di SMA Muhammadiyah 3 Jember*” telah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Program ini berhasil memberikan pemahaman dasar mengenai literasi digital dan konsep pemasaran digital kepada siswa, serta melatih keterampilan produksi konten kreatif menggunakan aplikasi digital seperti Canva. Melalui kegiatan ini, terjadi peningkatan pemahaman siswa mengenai pentingnya menggali ide bisnis sejak dini dan memanfaatkan media sosial secara produktif. Siswa menjadi lebih terbuka dalam melihat peluang usaha di lingkungan sekitar, lebih percaya diri dalam menyampaikan ide, serta lebih terampil dalam membuat desain promosi sederhana. Kegiatan ini juga memberikan dampak positif dalam menumbuhkan pola pikir kewirausahaan, kreativitas, serta kemampuan berpikir kritis siswa. Secara umum, program PKM ini telah memberikan kontribusi nyata dalam mendukung peningkatan literasi digital dan penguatan jiwa kewirausahaan remaja di lingkungan SMA Muhammadiyah 3 Jember.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada LPPM Unmuh Jember dan SMA Muhammadiyah 03 Jember selaku Mitra.

Daftar Pustaka

- Suryani, L., & Wahyudi, A. (2020). *Pelatihan Literasi Digital Berbasis Proyek untuk Remaja*. Jurnal Pendidikan dan Teknologi, 8(2), 115–124.
- Lestari, P., Andini, M., & Raharjo, F. (2021). *Pemanfaatan Instagram dalam Pembelajaran Kewirausahaan Siswa SMA*. Jurnal Ekonomi Pendidikan, 9(1), 45–55.
- Hutabarat, R., & Simanjuntak, J. (2019). *Analisis Pemanfaatan Media Sosial pada Usaha Remaja Berbasis Sekolah*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital, 4(3), 201–210.
- Sari, K., & Mahfudz, M. (2022). *Pelatihan Pembuatan Konten Video Pendek untuk Meningkatkan Kreativitas Siswa*. Jurnal Pengabdian Kreatif, 5(1), 33–41.
- Wulandari, T., & Prasetyo, D. (2020). *Pendampingan Digital Entrepreneurship bagi Pelajar Sekolah Menengah*. Jurnal Pemberdayaan Remaja, 2(2), 89–98.
- Rachman, H., & Yuliana, P. (2023). *Penguatan Personal Branding Digital untuk Pelajar SMA*. Jurnal Komunikasi Digital Indonesia, 11(1), 12–25.
- Fitria, N., & Nugroho, R. (2021). *Pengaruh Literasi Digital terhadap Kemampuan Wirausaha Berbasis Teknologi pada Remaja*. Jurnal Sosial dan Teknologi, 7(2), 88–97.
- Ardani, R., Kusuma, D., & Fahri, A. (2020). *Efektivitas Pelatihan Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Strategi Promosi Pelaku Usaha Muda*. Jurnal Pengabdian Ekonomi Kreatif, 4(1), 51–59.
- Rahmawati, S., & Sari, L. (2022). *Kreativitas Visual dan Pemahaman Prinsip Pemasaran Digital pada Generasi Z*. Jurnal Media dan Kreativitas, 3(2), 70–80.
- Amalia, R., & Puspitasari, F. (2021). *Optimalisasi TikTok sebagai Media Pemasaran Produk Pelajar*. Jurnal Komunikasi Pendidikan, 9(3), 156–165.
- Hanafiah, A., & Lazuardi, A. (2022). *Hambatan Teknis Siswa dalam Memulai Pemasaran Digital*. Jurnal Teknologi Pendidikan, 6(4), 210–218.
- Wijaya, B., & Rini, S. (2020). *Pengaruh Pelatihan Literasi Digital dan Kewirausahaan terhadap Entrepreneurial Mindset Remaja*. Jurnal Pendidikan Kewirausahaan, 5(1), 41–50.
- Putri, D., Nugraha, H., & Salim, M. (2022). *Integrasi Pemasaran Digital dalam Ekstrakurikuler untuk Meningkatkan Kemampuan Storytelling Siswa*. Jurnal Pembinaan Sekolah, 3(1), 25–34.
- Hidayat, M., & Prabowo, R. (2020). *Peran Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Kecil pada Remaja*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan, 12(2), 99–108.