



PELATIHAN DIGITAL MARKETING: PENGUATAN KOMPETENSI REMAJA DALAM MENGHADAPI EKONOMI DIGITAL

Wiwini Riski Windarsari¹, Andi Ratu Ayuashari Anwar², Nur Fadilah Ayu Sandira³,
 Andi Bulqiah Nur Bunyamin⁴, Achmad Ridha⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Makassar

Email: wiwin.riski.windarsari@unm.ac.id¹

ratuashari@unm.ac.id²

nur.fadhilah.ayu@unm.ac.id³

andi.bulqiah@unm.ac.id⁴

achmad.ridha@unm.ac.id⁵

Abstrak	Info Artikel
<p><i>Transformasi digital telah merevolusi cara bisnis berinteraksi dengan konsumen, membuka peluang baru dalam pemasaran digital yang lebih cepat, terukur, dan hemat biaya. Namun, tantangan utama saat ini adalah rendahnya pemahaman dan keterampilan digital marketing di kalangan remaja, terutama mereka yang bersiap memasuki dunia kerja atau membangun usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi dan kompetensi digital marketing melalui pelatihan berbasis praktik bagi remaja usia 17 hingga 23 tahun. Pelatihan dilaksanakan pada 7 Februari 2025 di Playground Workspace, Makassar, dengan pendekatan partisipatif dan aplikasi langsung terhadap konsep-konsep digital marketing modern. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test serta observasi keterlibatan peserta. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan pada tingkat pemahaman, dari rata-rata 52% menjadi 86% setelah pelatihan. Temuan ini memperkuat pentingnya integrasi pendekatan edukatif berbasis praktik dan teknologi dalam pemberdayaan generasi muda menghadapi tantangan ekonomi digital.</i></p>	<p>Diajukan : 26-02-2025 Diterima : 25-05-2025 Diterbitkan : 04-06-2025</p> <p>Kata kunci: <i>Digital marketing, pelatihan, remaja, pengabdian masyarakat, transformasi digital</i></p>
<p>Abstract</p> <p><i>Digital transformation has revolutionized the way businesses interact with consumers, opening up new opportunities for faster, more scalable, and more cost-effective digital marketing. However, the main challenge today is the low level of understanding and skills in digital marketing among young people, especially those preparing to enter the workforce or start a business. This community service activity aims to improve digital marketing literacy and competence through practice-based training for young people aged 17 to 23 years. The training was held on February 7, 2025 at Playground Workspace, Makassar, with a participatory approach and direct application of modern digital marketing concepts. Evaluation was carried out through pre-tests and post-tests as well as observations of participant engagement. The results showed a significant increase in the level of understanding, from an average of 52% to 86% after training. These findings reinforce the importance of integrating practice-based educational approaches and technology in empowering the younger generation to face the challenges of the digital economy.</i></p>	<p>Keywords: <i>Digital marketing, training, young people, community service, digital transformation</i></p>
<p>Cara mensitasi artikel: Windarsari, W.R., Anwar, A.R.A.A., Sandira, N.F.A., Bunyamin, A.B.N., & Ridha, A. (2025). Pelatihan Digital Marketing: Penguatan Kompetensi Remaja Dalam Menghadapi Ekonomi Digital. <i>IJCD</i>:</p>	

PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah lanskap industri dan ekonomi secara global, termasuk dalam bidang pemasaran. Konsep pemasaran konvensional yang mengandalkan media cetak, televisi, atau brosur kini telah bergeser menuju strategi yang lebih adaptif dan berbasis data melalui digital marketing. Strategi ini memungkinkan pelaku usaha menjangkau audiens secara spesifik, interaktif, dan efisien melalui berbagai kanal seperti media sosial, mesin pencari, dan platform periklanan digital. Namun, meskipun peluang di sektor ini sangat besar, tingkat literasi digital marketing di kalangan remaja Indonesia masih tergolong rendah. Keterbatasan akses terhadap edukasi digital yang sistematis dan aplikatif menjadi salah satu hambatan utama. Padahal, remaja adalah target utama dari ekosistem media dan pemasaran yang baru, karena penggunaan media baru dan peningkatan daya beli mereka menjadikan mereka target utama bagi para pengiklan (Montgomery et al., 2012). Remaja merupakan kelompok demografis yang sangat potensial dalam ekosistem ekonomi digital karena mereka tumbuh dalam lingkungan digital dan memiliki kecenderungan tinggi terhadap penggunaan teknologi.

Untuk memahami lebih dalam urgensi penguasaan digital marketing oleh remaja, penting terlebih dahulu meninjau definisi serta komponen utama dari strategi ini dalam konteks bisnis modern. Digital marketing, yang mencakup pemanfaatan berbagai platform digital untuk menjangkau, menarik, dan mempertahankan konsumen, telah menjadi pendekatan utama dalam strategi bisnis modern. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), digital marketing mencakup berbagai aktivitas seperti search engine optimization (SEO), social media marketing (SMM), email marketing, content marketing, dan paid advertising yang terintegrasi secara online. Keunggulan utamanya terletak pada kemampuan targeting yang presisi, pengukuran performa yang real-time, dan efisiensi biaya dibandingkan pemasaran konvensional.

Literatur juga menunjukkan bahwa kompetensi digital marketing semakin relevan dalam menyiapkan sumber daya manusia menghadapi ekonomi digital. Studi oleh Tuten dan Solomon (2017) menekankan bahwa penguasaan digital marketing bukan hanya diperlukan oleh pelaku bisnis, tetapi juga penting sebagai literasi digital dasar bagi generasi muda. Kompetensi ini memungkinkan mereka memanfaatkan teknologi secara produktif, baik sebagai konsumen cerdas maupun produsen konten dan jasa digital. Dalam konteks Indonesia, integrasi keterampilan digital dalam pendidikan non-formal dan program pemberdayaan pemuda merupakan strategi krusial dalam menanggapi tantangan bonus demografi dan transformasi ekonomi berbasis teknologi (Kemendikbudristek, 2023).

Namun demikian, kesenjangan antara teori dan praktik masih menjadi hambatan signifikan dalam penguasaan digital marketing oleh remaja (Grant, 2005). Sebagian besar remaja pengguna aktif media sosial tidak memahami prinsip-prinsip strategis di balik konten digital, seperti segmentasi audiens, penulisan naskah promosi, pemanfaatan algoritma, atau optimalisasi kampanye. Di sisi lain, lembaga pendidikan formal masih terbatas dalam menyediakan pelatihan yang aplikatif dan berbasis industri. Oleh karena

itu, program pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan digital marketing berbasis praktik menjadi alternatif strategis untuk menjembatani kesenjangan tersebut.

Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi medium yang relevan untuk menjawab kebutuhan peningkatan kapasitas remaja dalam menghadapi ekonomi digital. Pelatihan digital marketing yang dirancang secara sistematis dan berbasis praktik diharapkan dapat memberikan pemahaman menyeluruh tentang strategi pemasaran digital, mulai dari konsep dasar hingga implementasi teknis. Dengan membekali remaja dengan keterampilan tersebut, mereka tidak hanya siap bersaing di dunia kerja modern, tetapi juga mampu mengembangkan potensi kewirausahaan berbasis digital yang inklusif dan berdaya saing.

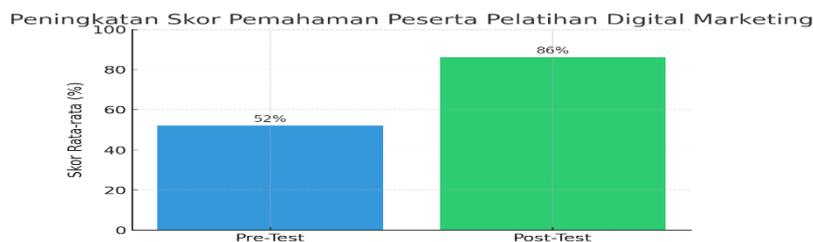
METODE

Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 7 Februari 2025 di Playground Workspace, Makassar, dengan melibatkan sebanyak 35 peserta berusia antara 17 hingga 23 tahun. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini bersifat partisipatif dan berbasis praktik langsung. Kegiatan diawali dengan pre-test untuk mengukur pengetahuan awal peserta mengenai digital marketing. Materi yang disampaikan mencakup konsep-konsep utama dalam digital marketing seperti pengertian umum digital marketing, customer journey, perbandingan digital dan traditional marketing, serta strategi pemasaran melalui kanal digital seperti media sosial, website, dan search engine optimization (SEO). Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada elemen-elemen pendukung digital marketing seperti paid advertising, content strategy, serta peran influencer dan key opinion consumers (KOC).

Setelah penyampaian materi, peserta diberikan tugas untuk menyusun strategi pemasaran digital sederhana, termasuk perancangan konten visual, penulisan caption, pemilihan hashtag, dan perencanaan distribusi melalui platform sosial media populer seperti Instagram dan TikTok. Studi kasus dari kampanye brand ternama digunakan untuk memperkuat pemahaman peserta terhadap praktik nyata. Pelatihan diakhiri dengan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman, serta survei evaluatif yang mencakup tingkat kepuasan dan relevansi materi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan digital marketing yang dilaksanakan pada 7 Februari 2025 di Playground Workspace, Makassar, berhasil mencapai tujuan utama yaitu meningkatkan literasi dan keterampilan peserta dalam memahami konsep dan praktik dasar pemasaran digital. Sebanyak 35 peserta yang terdiri dari remaja berusia 17 hingga 23 tahun mengikuti kegiatan ini secara aktif.



Gambar 1. Hasil skor pre-test dan post-test

Berdasarkan hasil evaluasi pre-test, diketahui bahwa rata-rata pemahaman awal peserta hanya mencapai 52%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum familiar dengan prinsip-prinsip digital marketing, seperti strategi konten, segmentasi audiens, dan pemanfaatan media sosial secara strategis.

Setelah pelatihan berlangsung, dilakukan evaluasi melalui post-test yang menunjukkan peningkatan signifikan, dengan rata-rata skor peserta mencapai 86%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa metode pelatihan yang diterapkan—yang menggabungkan pemaparan teori, studi kasus, dan praktik langsung—mampu mendorong pemahaman secara menyeluruh. Selain itu, observasi terhadap keaktifan peserta dalam diskusi dan sesi praktik memperlihatkan keterlibatan yang tinggi: 91% peserta mengerjakan tugas praktik dengan lengkap, dan 85% memberikan umpan balik positif terhadap format pelatihan yang digunakan.



Gambar 2. Peserta melaksanakan uji test

Salah satu aspek yang paling menarik bagi peserta adalah sesi perancangan konten promosi menggunakan pendekatan customer journey dan audience targeting. Peserta diajak untuk membuat konten visual menggunakan Canva dan menyusun rencana distribusi di Instagram dan TikTok. Sebagian besar peserta menyusun konten yang sesuai dengan audiens target yang telah mereka definisikan sendiri, menunjukkan bahwa mereka mulai memahami logika dasar dari pemasaran berbasis data. Hal ini diperkuat dengan hasil survei yang menunjukkan bahwa 88% peserta merasa mampu mengaplikasikan materi pelatihan dalam konteks riil, baik untuk pengembangan usaha pribadi maupun sebagai keterampilan tambahan untuk pekerjaan di masa depan.

Namun demikian, terdapat beberapa tantangan yang dicatat selama pelatihan. Salah satunya adalah adanya disparitas latar belakang dan pengalaman digital antar peserta, yang memengaruhi kecepatan dalam memahami materi teknis seperti pengaturan iklan berbayar atau optimalisasi konten berbasis algoritma. Meskipun telah disediakan sesi praktik, beberapa peserta masih memerlukan pendampingan lebih lanjut untuk menyelesaikan tugas-tugas berbasis platform. Ini menunjukkan bahwa pelatihan semacam ini memerlukan strategi diferensiasi tingkat pemahaman agar seluruh peserta dapat memperoleh manfaat maksimal.

Temuan penting lainnya adalah tingginya minat peserta terhadap pengembangan keterampilan lanjutan dalam digital marketing. Ketika ditanya dalam survei akhir,

sebanyak 94% peserta menyatakan tertarik mengikuti pelatihan lanjutan yang membahas topik seperti manajemen iklan digital, pembuatan website sederhana, serta pemanfaatan data analitik untuk evaluasi kampanye. Ini menjadi indikator bahwa pelatihan ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek dalam bentuk peningkatan pemahaman, tetapi juga membangkitkan motivasi peserta untuk terus belajar dan mengembangkan diri.

Secara keseluruhan, pelatihan ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif yang bersifat partisipatif dan aplikatif sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital marketing di kalangan remaja. Keberhasilan pelatihan ini juga tidak terlepas dari pemilihan metode yang mengedepankan praktik langsung dan penggunaan perangkat digital yang relevan dengan kebiasaan peserta. Oleh karena itu, kegiatan serupa dapat direplikasi dalam skala lebih luas sebagai strategi pemberdayaan generasi muda di era transformasi digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan digital marketing yang dilaksanakan sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat ini terbukti efektif dalam meningkatkan literasi dan keterampilan pemasaran digital bagi remaja. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis mengenai konsep-konsep digital marketing, tetapi juga melatih peserta dalam menyusun strategi dan konten pemasaran yang aplikatif. Peningkatan skor pemahaman peserta dari 52% menjadi 86% menunjukkan bahwa pendekatan edukatif berbasis praktik memiliki dampak positif yang signifikan.

Kegiatan serupa perlu direplikasi secara berkelanjutan, dengan pengembangan kurikulum yang lebih mendalam serta penyertaan sesi lanjutan seperti manajemen kampanye digital, penggunaan data analitik, dan integrasi platform e-commerce. Disarankan pula untuk menjalin kemitraan dengan praktisi industri dan alumni yang bergerak di bidang digital marketing agar peserta dapat memperoleh wawasan kontekstual dan peluang mentoring. Dengan demikian, pengabdian ini dapat menjadi kontribusi nyata dalam mempersiapkan generasi muda yang adaptif, kompeten, dan siap bersaing di era ekonomi digital.

DAFTAR RUJUKAN

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kemendikbudristek. (2023). *Strategi transformasi digital pendidikan tinggi untuk mendukung SDM unggul*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Grant, I. (2005). Young Peoples' Relationships with Online Marketing Practices: An Intrusion Too Far?. *Journal of Marketing Management*, 21, 607 - 623. <https://doi.org/10.1362/0267257054307417>.
- Montgomery, K., Chester, J., Grier, S., & Dorfman, L. (2012). The new threat of digital marketing.. *Pediatric clinics of North America*, 59 3, 659-75, viii . <https://doi.org/10.1016/j.pcl.2012.03.022>.