Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM RANGKA MENINGKATKAN BRANDING DAN PROMOSI PRODUK PADA SISWA/I SMKN 1 CIRUAS

Arfita Zetiyani[1], Okti Vitaloka Tampubolon[2], Mita Rostika[3]
Program Studi Manajement, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang
Kota Serang, Indonesia
Email : arfitacantik@gmail.com[1]
oktivitalokatampubolon@gmail.com[2]
mitarstika@gmail.com[3]

ABSTRAK

Di era digital, kemampuan melakukan pemasaran berbasis teknologi menjadi kebutuhan penting bagi siswa SMK, terutama mereka yang bergerak dalam bidang kewirausahaan dan penjualan produk. Digital marketing memungkinkan siswa memperluas jangkauan promosi, meningkatkan branding, serta memperkenalkan produk ke masyarakat luas melalui media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya. Program ini bertujuan memberikan pemahaman serta praktik langsung mengenai strategi digital marketing kepada siswa/i SMKN 1 Ciruas. Materi meliputi pemanfaatan media sosial, teknik membuat konten kreatif, analisis audiens, hingga pemanfaatan platform marketplace untuk meningkatkan eksposur produk buatan siswa. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa siswa mengalami peningkatan kemampuan dalam membuat konten, mengelola akun bisnis, serta memahami konsep branding digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan siswa dalam mengelola konten digital, membangun citra brand, serta mempromosikan produk secara kreatif dan efektif. Sebelum pelatihan, sebagian besar siswa belum memahami konsep dasar branding digital dan teknik produksi konten yang menarik. Namun, setelah mengikuti program, lebih dari 80% siswa mampu menghasilkan konten foto dan video yang layak publikasi, mengelola akun bisnis media sosial, serta memahami prinsip dasar digital engagement. Peningkatan tersebut mengindikasikan bahwa pelatihan digital marketing sangat relevan dan memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan praktis siswa. Secara keseluruhan, program ini menegaskan bahwa penguasaan digital marketing merupakan keterampilan penting yang harus dimiliki oleh siswa SMK di era digital saat ini. Implementasi strategi digital yang tepat tidak hanya meningkatkan kemampuan siswa dalam bidang promosi, tetapi juga mendukung pengembangan brand yang lebih kuat, kreatif, dan kompetitif dalam menghadapi persaingan pasar modern.

Kata Kunci : Digital Marketing, Branding, Promosi Produk, Media Sosial, Siswa SMK, Konten Digital

ABSTRACT

In the digital era, technology-based marketing skills have become a crucial requirement for vocational high school students, especially those engaged in entrepreneurship and product sales. Digital marketing allows students to expand their promotional

Article History
Received: November 2025
Reviewed: November 2025
Published: November 2025

Plagirism Checker No 234.KK.443
Prefix DOI : **10.9765/Krepa.V218.3784**
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Krepa.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

reach, enhance branding, and introduce products to the wider public through social media, marketplaces, and other digital platforms. This program aims to provide students of SMKN 1 Ciruas with an understanding and hands-on practice of digital marketing strategies. The material covers the use of social media, creative content creation techniques, audience analysis, and the use of marketplace platforms to increase exposure for student-made products. The implementation results show that students have improved their skills in creating content, managing business accounts, and understanding the concept of digital branding. The results of the activity showed a significant improvement in students' abilities in managing digital content, building brand image, and promoting products creatively and effectively. Prior to the training, most students did not understand the basic concepts of digital branding and engaging content production techniques. However, after participating in the program, more than 80% of students were able to produce publishable photo and video content, manage social media business accounts, and understand the basic principles of digital engagement. This improvement indicates that the digital marketing training is highly relevant and has a positive impact on improving students' practical skills. Overall, this program emphasizes that mastering digital marketing is a crucial skill for vocational high school students in today's digital age. Implementing appropriate digital strategies not only enhances students' promotional skills but also supports the development of stronger, more creative, and more competitive brands in the face of modern market competition.

Keywords: Digital Marketing, Branding, Product Promotion, Social Media, Vocational School Students, Digital Content.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat dalam berkomunikasi, bekerja, dan melakukan aktivitas bisnis. Dunia usaha kini lebih banyak mengandalkan platform digital sebagai media utama dalam pemasaran produk. Oleh karena itu, para pelajar SMK perlu memahami strategi digital marketing agar dapat mengembangkan potensi kewirausahaan dan meningkatkan branding produk mereka. SMKN 1 Ciruas memiliki berbagai program keahlian yang mendorong kreativitas dan inovasi siswa dalam menciptakan produk. Namun, banyak siswa belum memahami bagaimana mengoptimalkan media digital untuk memperkenalkan produk mereka secara efektif. Tantangan ini meliputi kurangnya pemahaman tentang pembuatan konten, pengelolaan media sosial, serta strategi membangun brand yang menarik.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Melihat kondisi tersebut, program pelatihan strategi digital marketing di SMKN 1 Ciruas sangat diperlukan sebagai bentuk pengembangan kompetensi non-teknis sekaligus memberikan nilai tambah pada produk-produk yang dihasilkan siswa. Program ini memberikan pemahaman mendalam mengenai konsep digital marketing, penyusunan strategi branding, dan teknik promosi melalui berbagai platform digital yang sedang berkembang. Harapannya, siswa mampu mengimplementasikannya untuk meningkatkan nilai jual dan eksposur produk yang mereka buat.

SMKN 1 Ciruas sebagai lembaga pendidikan vokasi memiliki peran strategis dalam membekali peserta didiknya dengan kompetensi yang relevan dengan kebutuhan industri masa kini. Siswa SMK tidak hanya dituntut menguasai keterampilan teknis sesuai jurusan, tetapi juga harus mampu memahami bagaimana produk atau karya mereka dapat dipasarkan secara efektif melalui media digital. Hal ini menjadi semakin penting karena banyak siswa SMK yang berkegiatan dalam unit produksi, kewirausahaan sekolah, hingga praktik bisnis mandiri yang memerlukan strategi pemasaran modern agar produk mereka memiliki daya saing yang unggul.

Meskipun demikian, masih ditemukan berbagai permasalahan di lapangan, seperti minimnya pemahaman siswa tentang konsep dasar digital marketing, kurangnya kemampuan membuat konten visual yang menarik, serta rendahnya keterampilan dalam mengelola akun bisnis di media sosial. Padahal, branding dan promosi produk melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan marketplace telah terbukti menjadi faktor yang sangat menentukan dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik sebuah produk. Tantangan tersebut menunjukkan pentingnya pelatihan yang terarah dan terstruktur agar siswa/i SMKN 1 Ciruas mampu menerapkan digital marketing secara efektif.

Dalam teori pemasaran modern, Kotler dan Keller (2021) menekankan bahwa pemasaran berbasis digital menuntut integrasi antara kreativitas konten, pemahaman perilaku konsumen, dan kemampuan memanfaatkan fitur digital seperti analitik, algoritma, dan engagement rate. Sementara itu, teori Social Media Branding menyebutkan bahwa identitas visual, konsistensi pesan, dan hubungan dua arah dengan audiens merupakan kunci terbentuknya brand awareness yang kuat. Penerapan kedua teori tersebut sangat relevan bagi siswa SMK karena mereka dituntut untuk tidak hanya membuat produk, tetapi juga mampu memperkenalkannya kepada publik dengan strategi yang tepat.

Program pelatihan digital marketing di SMKN 1 Ciruas ini menjadi salah satu upaya untuk menjawab tantangan tersebut. Pelatihan difokuskan pada pemahaman mengenai konsep digital marketing, teknik produksi konten menggunakan perangkat sederhana, perencanaan strategi branding, hingga simulasi pengelolaan akun bisnis dan marketplace. Dengan pendekatan yang interaktif serta menggabungkan teori dan praktik, siswa diharapkan dapat mengembangkan kreativitas dalam mempromosikan produk, memahami pola konsumsi digital di kalangan masyarakat, dan membangun brand identity yang kuat.

Lebih jauh, penguatan kompetensi digital marketing juga sejalan dengan tuntutan Revolusi Industri 4.0 dan transformasi digital pendidikan. Siswa yang mampu menerapkan teknik pemasaran digital secara tepat akan memiliki nilai lebih dalam dunia kerja, kewirausahaan, maupun dalam menjalankan kegiatan ekonomi kreatif. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek dalam bentuk peningkatan keterampilan promosi,

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

tetapi juga mendukung pembangunan sumber daya manusia yang inovatif, adaptif, dan kompetitif.

METODE

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan mendatangi instansi SMKN 1 Ciruas melalui sosialisasi interaktif dan didkusi kelompok serta sesi tanya jawab.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : SMKN 1 Ciruas Jalan Nambo–Lebakwangi KM 25, Desa Pulo, Kecamatan Ciruas, Kabupaten Serang, Provinsi Banten.

Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Selasa, 21 Oktober 2025.

METODE KEGIATAN

Kegiatan ini dilaksanakan berdasarkan kebutuhan siswa/i SMKN 1 Ciruas untuk meningkatkan kemampuan dalam memahami dan menerapkan strategi digital marketing sebagai sarana untuk memperkuat branding serta mempromosikan produk yang mereka hasilkan. Dari hasil observasi awal, ditemukan beberapa permasalahan utama yang dihadapi siswa, yaitu:

1. Banyak siswa belum memahami konsep dasar digital marketing, seperti strategi konten, penggunaan media sosial, dan teknik promosi berbasis digital, sehingga produk yang mereka buat tidak memiliki jangkauan promosi yang luas.

2. Minimnya kemampuan dalam membuat konten visual yang menarik (foto produk, video pendek, desain grafis sederhana), yang berpengaruh terhadap rendahnya minat audiens terhadap produk siswa.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, disusunlah program pengabdian kepada masyarakat dengan menggunakan metode pembelajaran interaktif yang memadukan penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung. Selama kegiatan, siswa diberikan materi mengenai konsep dasar digital marketing, branding digital, dan strategi promosi melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan marketplace. Pelatihan juga dilengkapi dengan simulasi pembuatan konten produk menggunakan smartphone serta praktik mengelola akun bisnis. Program ini dirancang agar siswa memperoleh pemahaman komprehensif mengenai proses pemasaran digital, mulai dari perencanaan, produksi konten, pengelolaan platform, hingga evaluasi performa promosi menggunakan fitur analitik sederhana. Bagan kerangka kegiatan meliputi tahap identifikasi kebutuhan, penyusunan materi pelatihan, pelaksanaan metode interaktif, dan evaluasi perkembangan kompetensi siswa.

Sasaran dalam program ini adalah siswa/i SMKN 1 Ciruas yang berlokasi di Jalan Nambo–Lebakwangi KM 25, Desa Pulo, Kecamatan Ciruas, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Total peserta kegiatan adalah **36 siswa**, yang dipilih berdasarkan kebutuhan mereka akan peningkatan keterampilan digital dalam kegiatan kewirausahaan dan promosi produk sekolah. Daftar peserta yang mengikuti kegiatan dicatat sebagai bagian dari laporan program. Total partisipan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebanyak 36 peserta didik yang menerima materi terkait manajemen diri dan kepemimpinan. Mereka dipilih karena saat ini

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

berada dalam proses persiapan untuk memasuki dunia kerja dan memerlukan keterampilan tambahan guna meningkatkan daya saing mereka.

Program ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan siswa/i SMKN 1 Ciruas dalam menerapkan digital marketing sehingga mereka mampu memanfaatkan platform digital untuk memperkuat branding dan mempromosikan produk secara lebih efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Strategi Digital Marketing dalam Rangka Meningkatkan Branding dan Promosi Produk pada Siswa/i SMKN 1 Ciruas" telah terlaksana dengan baik pada tanggal 21 Oktober 2025 di SMKN 1 Ciruas. Sebanyak 36 siswa mengikuti kegiatan ini sebagai peserta pelatihan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam memahami dan mengimplementasikan strategi digital marketing sebagai bagian dari penguatan kompetensi kewirausahaan.

Pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan kemampuan siswa mengenai digital marketing. Berdasarkan survei awal, hanya 35% siswa yang memahami konsep dasar pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, teknik promosi online, dan pentingnya visual branding. Selain itu, hanya 20% siswa yang pernah membuat konten digital untuk mempromosikan produk sekolah.

Setelah mengikuti pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman hingga 88%, terutama dalam hal pembuatan konten, pemilihan platform digital, dan penyusunan strategi promosi. Sebanyak 75% siswa mulai mampu membuat konten foto atau video produk menggunakan smartphone dengan teknik pencahayaan sederhana, serta memahami cara menulis caption promosi yang menarik dan komunikatif. Selain itu, 60% siswa mulai mengelola akun bisnis di Instagram atau TikTok dengan menerapkan elemen branding seperti logo, warna, dan gaya konten yang konsisten.

Peningkatan kemampuan ini terlihat saat sesi praktik, di mana sebagian besar siswa mampu mempublikasikan konten promosi produk secara mandiri. Hal tersebut menunjukkan bahwa metode pelatihan yang memadukan penjelasan teori dengan praktik langsung efektif meningkatkan kreativitas dan pemahaman siswa mengenai digital marketing.

Dokumentasi kegiatan berupa foto dan video telah dikumpulkan, serta laporan akhir dibuat untuk mendukung publikasi artikel ilmiah pada jurnal pengabdian masyarakat.

Peningkatan pemahaman siswa dari 35% menjadi 88% menunjukkan bahwa metode pembelajaran interaktif sangat efektif dalam memberikan keterampilan digital marketing. Digital marketing merupakan salah satu kompetensi penting yang saat ini sangat dibutuhkan oleh siswa SMK, khususnya dalam kegiatan kewirausahaan dan pemasaran produk sekolah. Berdasarkan laporan Kemendikbud (2024), lebih dari 60% lulusan SMK di Kabupaten Serang belum memiliki keterampilan promosi digital yang memadai, meskipun kebutuhan pasar terhadap pemasaran berbasis teknologi terus meningkat.

Pelatihan ini membantu siswa mengenal konsep-konsep utama seperti branding digital, konten kreatif, penggunaan hashtag, teknik copywriting, analisis audiens, serta pengelolaan akun bisnis. Melalui simulasi, siswa belajar membuat foto produk, merencanakan kalender konten, serta memahami bagaimana algoritma media sosial bekerja dalam meningkatkan jangkauan promosi. Hal ini selaras dengan temuan Universitas Pendidikan Indonesia (2022) yang

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

menyatakan bahwa pelatihan berbasis praktik dapat meningkatkan keterampilan literasi digital dan daya kreativitas siswa secara signifikan.

Selain manfaat pembelajaran, pelatihan ini juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan kepercayaan diri siswa dalam mempromosikan produk mereka di ruang digital. Data menunjukkan bahwa setelah pelatihan, 70% siswa berani mengunggah konten promosi produk secara mandiri dan mampu melakukan interaksi dengan audiens melalui komentar dan pesan langsung. Kemampuan ini penting untuk membangun brand engagement yang berkelanjutan.

Namun, pelatihan ini juga menghadapi beberapa tantangan. Salah satunya adalah keterbatasan perangkat siswa seperti kualitas kamera smartphone dan akses internet yang kurang stabil. Sebagai solusi, pelatih menyediakan modul tambahan, video pembelajaran offline, dan teknik produksi konten sederhana tanpa memerlukan perangkat yang mahal. Untuk keberlanjutan program, direkomendasikan adanya kolaborasi antara sekolah, pemerintah daerah, dan perguruan tinggi dalam menyelenggarakan pelatihan digital marketing secara rutin

Dengan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa pelatihan digital marketing memberikan dampak positif dan relevan bagi siswa/i SMKN 1 Ciruas, baik dalam meningkatkan keterampilan promosi produk maupun dalam memperkuat kesiapan mereka menghadapi tuntutan dunia usaha yang semakin kompetitif dan berbasis teknologi.





KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Branding dan Promosi Produk pada Siswa/i SMKN 1 Ciruas”, dapat disimpulkan bahwa: Program pelatihan mampu meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsep dasar digital marketing, termasuk branding, pembuatan konten, dan teknik promosi melalui media sosial. Setelah pelatihan, siswa mulai mampu membuat konten promosi produk dan memahami strategi pemasaran digital yang efektif. Keterampilan siswa dalam menerapkan digital marketing meningkat signifikan, ditunjukkan dengan kemampuan mereka mengelola akun bisnis dan menghasilkan konten yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Pelatihan ini sangat relevan dengan kebutuhan dunia usaha saat ini, karena digital marketing menjadi kemampuan penting bagi siswa SMK untuk meningkatkan daya saing produk yang mereka hasilkan.Program memberikan dampak positif bagi siswa dan lingkungan sekolah, terutama dalam menumbuhkan kreativitas, literasi digital, dan keberanian untuk mempromosikan produk secara mandiri melalui platform digital.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Digital, Jakarta: Gramedia, 2021

Chaffey, Dave, Digital Marketing: Strategy and Practice, Jakarta: Prenhallindo, 2019

Kartajaya, Hermawan, Marketing 4.0: Beralih dari Tradisional ke Digital, Jakarta: Gramedia, 2018

Setiawan, Iwan, Marketing 5.0 Teknologi untuk Manusia, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2021

Priyono, Anang, Strategi Branding di Era Digital, Jakarta: Bumi Aksara, 2020

Hidayat, M., Pengantar Promosi Digital untuk Pelajar SMK, Yogyakarta: Andi Offset, 2022

Pradiani, T., Digital Marketing dan Perilaku Konsumen Online, Bandung: Alfabeta, 2020

Rahmawati, D., Media Sosial sebagai Sarana Branding Produk Pendidikan, Jakarta: Rajawali Pers, 2021.

Triana, H. (2025). Turnover Intention and Work-life Balance as Predictors of Employee Performance Satisfaction at Springhill Group. *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 16(2), 191–195. https://doi.org/10.62398/PROBISNIS.V16I2.

Triana, H., & Yofi, Y. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Omnitech Global Indonesia. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 1(2), 113–124. https://doi.org/10.32493/jism.v1i2.25615.

Sutanto, A., Konten Kreatif untuk Pemasaran Digital, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022

Kemendikbud, Literasi Digital dalam Pendidikan Kejuruan, Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2024