

UPAYA PENINGKATAN MOTIVASI BELAJAR PEMASARAN DIGITAL SISWA SMK NEGERI 7 KOTA SERANG MELALUI MEDIA SOSIAL

Sehabudin¹, Ida Rosyidah², Taufiq³, Rustandi⁴

Manajemen, Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Sehabudin966@gmail.com¹, idarsydh05@gmail.com², taufiqikirizki@gmail.com³,

dosen03391@unpam.ac.id⁴

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan motivasi belajar siswa dalam mata pelajaran Pemasaran Digital melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembelajaran yang interaktif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Subjek penelitian adalah siswa kelas XI program keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran di SMKN 7 Kota Serang. Metode penelitian yang digunakan adalah Seminar. Melalui seminar interaktif, diskusi, dan simulasi, siswa dibekali dengan keterampilan strategi pemasaran, dan perencanaan SDM untuk menghadapi dinamika ekonomi digital. Dalam konteks generasi muda, pengembangan jiwa kewirausahaan menjadi kunci untuk membuka lapangan kerja dan mendukung pembangunan ekonomi, terutama di tengah tantangan meningkatnya pengangguran. Program pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada sosialisasi dan pelatihan bagi siswa SMK Negeri 7 Kota Serang mengenai pemanfaatan teknologi, perencanaan usaha, dan pengembangan potensi kewirausahaan. Media sosial yang digunakan adalah Tiktok, Instagram dan Whatsapp. Menunjukkan kreativitas dalam mengembangkan konten pemasaran digital. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial terbukti efektif sebagai strategi inovatif dalam meningkatkan motivasi belajar siswa di era digital. **Kata kunci : Motivasi belajar, Pemasaran digital, Media sosial, Pembelajaran Inovatif**

ABSTRACT

This study aims to increase student learning motivation in the Digital Marketing subject through the use of social media as an interactive and relevant learning tool for everyday life. The research subjects were 11th grade students of the Online Business and Marketing expertise program at SMKN 7 Serang City. The research method used was a Seminar. Through interactive seminars, discussions, and simulations, students are equipped with marketing strategy skills and HR planning to face the dynamics of the digital economy. In the context of the younger generation, developing an entrepreneurial spirit is key to creating jobs and supporting economic development, especially amidst the challenges of increasing unemployment. This community service program focuses on socialization and training

Article History

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: November 2025

Plagirism Checker No
234.KK.443

Prefix DOI :

Plagirism Checker No

Prefix DOI : Prefix DOI :

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

for students of SMKN 7 Serang City regarding the use of technology, business planning, and developing entrepreneurial potential. The social media used were TikTok, Instagram, and WhatsApp. Demonstrating creativity in developing digital marketing content. Thus, the use of social media has proven effective as an innovative strategy in increasing student learning motivation in the digital era.

Keywords: *Learning motivation, Digital marketing, Social media, Innovative learning*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital pada abad ke-21 telah memberikan dampak pengaruh besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor pendidikan dan pemasaran. Internet berfungsi tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai media utama dalam pembelajaran dan pengembangan keterampilan, termasuk dalam bidang pemasaran digital. Berdasarkan laporan We Are Social (2025), total pengguna internet di seluruh dunia mencapai lebih dari 5,35 miliar orang, dimana lebih dari 4,95 miliar orang di antaranya aktif menggunakan media sosial. Data ini menunjukkan bahwa hampir 62% dari populasi dunia menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan, seperti hiburan, komunikasi, dan pendidikan.

Di Indonesia, akses internet berkembang sangat sangat cepat sekali. Menurut informasi yang di peroleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), tingkat penetrasi internet telah mencapai 79,5% dari total populasi, yaitu sekitar 221 juta pengguna. Angka ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak di dunia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa kelompok pengguna internet terbanyak berasal dari usia remaja dan dewasa muda, yaitu rentang usia 16-24 tahun. Kelompok ini terdiri dari mayoritas siswa SMA/SMK, yang menunjukkan bahwa mereka adalah generasi digital yang dibesarkan dengan akses luas terhadap media sosial dan teknologi digital. Media sosial ini menjadi salah satu platform paling berpengaruh, dengan YouTube, Instagram, TikTok, dan WhatsApp sebagai aplikasi yang paling banyak populer. Ini mengindikasikan adanya potensi besar untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat peningkatan kualitas pendidikan, terutama di bidang pemasaran digital sesuai dengan penelitian dari Gilang Prathivi (2020) mengenai penerapan digital marketing pada wirausaha muda di Indonesia bahwa pengetahuan dan frekuensi penggunaan internet berpengaruh terhadap keberhasilan implementasi digital marketing. Dalam implementasi digital marketingnya melalui media sosial, siswa dapat belajar strategi promosi, branding, hingga analisis pasar secara langsung dari lingkungan digital yang mereka gunakan sehari-hari.

Di samping itu, media sosial memiliki sifat interaktif yang memungkinkan siswa untuk tidak hanya menjadi pengguna informasi, tetapi juga pencipta konten. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial dalam pengajaran pemasaran digital dapat meningkatkan motivasi intrinsik siswa karena mereka merasa lebih terlibat, kreatif, dan terhubung dengan tren yang ada di dunia nyata. Di pihak lain, meskipun media sosial memberikan kesempatan besar, tantangan juga muncul. Banyak pelajar yang lebih menggunakan media sosial untuk bersenang-senang, seperti melihat video pendek, bermain game online, atau berinteraksi sosial, dari pada untuk tujuan pendidikan. Situasi ini menimbulkan pertanyaan: apa strategi yang tepat agar media sosial dapat berfungsi secara efektif dalam meningkatkan motivasi belajar pemasaran digital siswa SMA/SMK?

Motivasi belajar adalah salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan siswa dalam menguasai kemampuan. Berdasarkan teori motivasi belajar dari Deci dan Ryan (Self-Determination Theory), motivasi dapat memiliki sifat intrinsik atau ekstrinsik. Dalam konteks pembelajaran digital, media sosial dapat sebagai pendorong motivasi eksternal (seperti melalui penghargaan, pengakuan sosial, atau umpan balik), serta motivasi internal (contohnya rasa ingin tahu, kepuasan pribadi, dan kreativitas). Secara internasional, penelitian mengenai hubungan antara media sosial dan motivasi akademik telah dilakukan di berbagai negara. Contohnya, penelitian Hatamleh et al. (2024) mengindikasikan bahwa alasan pemanfaatan media sosial memiliki dampak signifikan pada keterlibatan akademis siswa di Yordania. Pemuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya mempengaruhi pada kehidupan sosial, tetapi juga berpengaruh pada akademik jika dimanfaatkan dengan benar.

Transformasi dalam dunia pembelajaran yang disebabkan oleh kemajuan digital memerlukan inovasi pada Teknik mengajar. Guru tidak lagi menjadi satu-satunya sumber penyedia informasi, tetapi berfungsi sebagai fasilitator yang membantu siswa menggunakan berbagai sumber belajar, termasuk media sosial. Platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok berfungsi tidak hanya menjadi wadah hiburan, tetapi juga menawarkan berbagai konten edukatif, termasuk panduan pemasaran digital. Ini memungkinkan siswa untuk belajar kapan saja dan di mana saja, sesuai dengan prinsip pembelajaran fleksibel. berdasarkan inilah.com 2025, YouTube, TikTok, dan Instagram termasuk dalam lima besar aplikasi terpopuler di kalangan masyarakat Indonesia. Fakta ini mendukung bahwa ketiga platform tersebut bisa dijadikan alat pembelajaran pemasaran digital yang efisien, karena berkaitan dengan kehidupan sehari-hari siswa.

Fenomena edutainment, atau pendidikan yang disajikan secara menghibur, semakin banyak diminati. Konten edukasi pemasaran digital yang disajikan dengan cara kreatif di media sosial terbukti efektif menarik minat siswa, sehingga meningkatkan motivasi untuk belajar. Disamping itu, media sosial memperkuat pembelajaran yang berbasis komunitas. Lewat grup, forum, atau kolaborasi online, siswa bisa saling berbagi ide, memberikan masukan, dan membangun jaringan sosial yang berkaitan dengan pemasaran digital. Kegiatan ini dapat membangun rasa memiliki (sense of belonging) yang juga mendorong motivasi.

Kota Serang sebagai pusat pemerintahan Provinsi Banten memiliki peranan signifikan dalam kemajuan Pendidikan, termasuk tingkat sekolah menengah atas. Salah satunya Lembaga Pendidikan adalah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang focus pada persiapan siswa agar untuk bekerja, berwirausaha, atau meneruskan pendidikan. SMK Negeri 7 Kota Serang memiliki program pemasaran digital yang bertujuan untuk mencetak lulusan yang handal dalam menghadapi era digitalisasi bisnis. Namun, dari pengamatan awal, motivasi belajar siswa di bidang pemasaran digital masih minim. Hal ini tercermin dari rendahnya keterlibatan siswa dalam pembelajaran daring, sedikitnya penggunaan platform digital untuk praktik pemasaran, serta keterkaitan pada metode pembelajaran tradisional.

Fenomena ini menjadi isu penting karena mengingat dunia kerja saat ini memerlukan keterampilan digital marketing yang handal. Berdasarkan laporan McKinsey (2023), sekitar 60% perusahaan di Asia Tenggara membutuhkan tenaga kerja dengan keterampilan pemasaran digital. Oleh karena itu, rendahnya motivasi belajar siswa SMK dalam bidang ini akan menjadi kendala signifikan dalam meningkatkan daya saing lulusan. Dengan demikian, kegiatan ini ditinjau untuk mengisi kekosongan tersebut melalui pendekatan kuantitatif yang berfokus

pada SMK Negeri 7 Kota Serang guna meningkatkan motivasi dalam mengelola dan mengembangkan potensi pemasaran siswa/i serta kualitas lulusan, sehingga mereka siap menghadapi tantangan dan peluang digital marketing di masa depan.

Dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang berjudul " Upaya Peningkatan Motivasi Belajar Pemasaran Digital Siswa SMK Negeri 7 Kota Serang Melalui Media Sosial", mahasiswa Universitas Pamulang Psdku Serang berusaha memberikan kontribusi signifikan dengan memberika pembekalan kepada siswa/i tentang motivasi pemasaran digital melalui media soail. Kegiatan ini dirancang tidak hanya dalam berupa ceramah, tetapi juga pelatihan interaktif, studi kasus, simulasi, dan diskusi sehingga siswa/i tidak hanya memahami konsepnya secara teori tetapi juga mampu menerapkannya dalam situasi nyata.

METODE PELAKSANAAN

Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pamulang Kampus Serang yang melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengajukan surat permohonan kegiatan PKM kepada pihak Universitas Pamulang Kampus Serang. Setelah memperoleh persetujuan dari pihak kampus, mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pamulang Kampus Serang akan menghadap pihak Kepala Sekolah SMK Negeri 7 Kota Serang untuk mengajukan surat permohonan dan proposal kegiatan PKM dengan judul "Upaya Peningkatan Motivasi Belajar Pemasaran Digital Siswa SMK Negeri 7 Kota Serang Melalui Media Sosial."

Penetapan sasaran kegiatan ini merupakan bagian dari upaya untuk mengembangkan kompetensi dan motivasi belajar siswa/i SMK Negeri 7 Kota Serang dalam bidang pemasaran digital, sejalan dengan kebutuhan dunia kerja di era transformasi digital. Pelaksanaan kegiatan PKM direncanakan akan dilaksanakan secara luring pada hari Jum'at, 17 Oktober 2025, melalui metode sosialisasi dan pelatihan interaktif dengan pemanfaatan berbagai platform media sosial sebagai sarana pembelajaran.

Metode pelaksanaan dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk memastikan bahwa solusi yang ditawarkan dapat diimplementasikan dengan efektif dan memberikan dampak nyata bagi siswa SMK Negeri 7 Kota Serang. Berikut urain tahapan-tahapan persiapan pelaksanaan, yaitu:

1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang kondisi geografis dan kondisi masyarakat didaerah tempat kegiatan. Informasi tersebut berupa lokasi, permasalahan yang dihadapi dalam pada lokasi tersebut.

2. Persiapan Sarana dan Prasarana

Kegiatan ini dimaksudkan untuk merencanakan kebutuhan baik sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan dengan tetap memperhatikan kebutuhan masyarakat demi tercapainya target pengabdian kepada masyarakat. Sarana dan prasarana yang dimaksud berupa proyektor, spanduk dan lain-lain.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Setelah melakukan survey dan persiapan sarana dan prasarana maka pelaksanaan kegiatan dilaksanakan oleh pengusul beserta anggota dan beberapa mahasiswa. Kegiatan yang dilakukan adalah berupa penyuluhan dalam bentuk pertemuan secara langsung dan pembagian bingkisan yang bertempat di SMK Negeri 7 Kota Srang.

4. Materi Pembinaan dan Penyuluhan Kegiatan

Berikut adalah materi mengenai upaya peningkatan motivasi belajar pemasaran digital Siswa SMK Negeri 7 Kota Serang melalui media sosial. Materi pembinaan dan penyuluhan dalam kegiatan ini berfokus pada Pengenalan dasar-dasar pemasaran digital,

Pemanfaatan platform media sosial (Instagram, TikTok, whatsapp, dan sebagainya) untuk promosi produk, Strategi membangun konten kreatif yang menarik, Penguatan motivasi belajar melalui pendekatan praktis dan proyek berbasis pengalaman nyata.

Setelah kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat selesai dilaksanakan, tahap selanjutnya adalah penyusunan laporan akhir serta presentasi hasil kegiatan sebagai bentuk pertanggung jawaban dan evaluasi akhir dari pelaksanaan PKM tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan judul “Upaya Peningkatan Motivasi Belajar Pemasaran Digital Siswa SMK Negeri 7 Kota Serang” telah dilaksanakan pada tahun 2025 yang berlokasi di : Jl. Bangdes Jl. Baru, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten. 42182. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi kemitraan strategis yang dapat memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, baik Universitas Pamulang maupun SMK Negeri 7 Kota Serang. Kegiatan ini merupakan bagian dari program PKM yang diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang.

Kegiatan ini dihadiri oleh Kepala Sekolah SMK Negeri 7 Kota Serang, Ibu Dr. Hj. Sunariah, S.Ag., M.Pd.I, serta Dosen Pendamping yang berdedikasi, yaitu Bapak Rustandi S.Pd., M.M serta mahasiswa/i yang terlibat aktif, yaitu Sehabudin, Ida Rosyidah, dan Taufiq

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini, diharapkan akan terjalin kemitraan yang berkelanjutan antara Universitas Pamulang dan SMK Negeri 7 Kota Serang dalam berbagai program pengembangan masyarakat. Selain itu, tim pelaksana PKM juga akan terus memberikan pendampingan kepada Siswa yang telah berpartisipasi, sehingga mereka dapat mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh secara optimal.

Keberhasilan kegiatan PKM ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, terutama Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang, yang telah memberikan fasilitas dan pendanaan yang memadai. Diharapkan, kegiatan PKM ini dapat menjadi inspirasi bagi kegiatan serupa di masa mendatang, sehingga dapat memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Peningkatan Pemahaman Peserta tentang Pemasaran Digital

Salah satu dampak penting dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman peserta (siswa) tentang konsep dasar dan strategi pemasaran digital melalui media sosial. Sebelum mengikuti pelatihan, banyak siswa belum memahami bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif untuk kegiatan promosi dan branding. Usai menyelesaikan pelatihan, peserta dapat:

- Menjelaskan konsep dasar pemasaran digital dan peran media sosial dalam meningkatkan visibilitas produk atau jasa.
- Membuat rencana sederhana kampanye promosi menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook.
- Memanfaatkan berbagai fitur media sosial (seperti iklan, insight, dan engagement tools) untuk mengukur efektivitas strategi promosi.

Implementasi Strategi Pemasaran Digital yang Efektif

Selain peningkatan pemahaman, kegiatan ini juga membekali peserta dengan kemampuan praktis dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif. Melalui pelatihan ini, siswa dapat:

- a. Menentukan target audiens dan merancang strategi konten yang sesuai dengan karakteristik pengguna media social.
- b. Menggunakan teknik copywriting dan desain visual yang menarik untuk meningkatkan minat audiens.
- c. Memanfaatkan data analitik media sosial untuk mengevaluasi efektivitas kampanye dan memperbaiki strategi pemasaran selanjutnya.

Peningkatan Motivasi Belajar dan Kreativitas Siswa

Pelatihan ini tidak hanya berfokus pada keterampilan teknis, tetapi juga mendorong peningkatan motivasi belajar siswa. Berdasarkan hasil evaluasi, siswa menunjukkan:

- a. Peningkatan minat dalam mempelajari pemasaran digital karena pembelajaran dilakukan secara interaktif dan berbasis proyek.
- b. Peningkatan kemampuan berpikir kreatif melalui pembuatan konten digital yang inovatif.
- c. Kesadaran akan peluang karier di bidang pemasaran digital, baik sebagai wirausaha muda maupun profesional di industri kreatif.

Dampak Positif bagi Peserta Didik dan Sekolah

Kegiatan ini memberikan pengaruh positif tidak hanya bagi siswa, tetapi juga bagi lingkungan sekolah secara keseluruhan. Melalui kegiatan ini, siswa dan guru mendapatkan:

- a. Pengetahuan baru tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukatif dan promosi kreatif.
- b. Pengalaman belajar berbasis praktik yang meningkatkan keterampilan abad ke-21, seperti literasi digital, kolaborasi, dan komunikasi.
- c. Motivasi baru untuk terus belajar dan berinovasi dalam bidang pemasaran digital, sejalan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan dunia kerja.

Pembahasan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Hasil dari kegiatan ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara edukatif dapat meningkatkan motivasi dan hasil belajar siswa. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam bidang pemasaran digital.

Pendekatan berbasis teknologi dan praktik langsung yang digunakan dalam kegiatan ini membantu siswa memahami konsep pemasaran digital dengan lebih mudah. Penggunaan media sosial sebagai alat pembelajaran juga meningkatkan partisipasi dan antusiasme siswa karena sesuai dengan dunia yang mereka kenal sehari-hari.

Meskipun kegiatan PKM ini memberikan hasil yang positif, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi di masa mendatang. Tantangan tersebut antara lain:

- a. Keterbatasan fasilitas digital seperti jaringan internet dan perangkat bagi sebagian siswa.
- b. Perbedaan tingkat literasi digital antar siswa.
- c. Keterbatasan waktu guru pendamping untuk memberikan bimbingan lanjutan.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan langkah-langkah strategis seperti:

- a. Peningkatan fasilitas dan akses internet di sekolah.
- b. Penyelenggaraan pelatihan literasi digital lanjutan bagi siswa dan guru
- c. Pengembangan program pembelajaran berkelanjutan berbasis proyek digital marketing yang terintegrasi dalam kurikulum sekolah.

Dengan mengatasi tantangan tersebut, diharapkan kegiatan serupa di masa mendatang dapat memberikan dampak yang lebih luas dan signifikan terhadap peningkatan motivasi belajar serta kesiapan siswa menghadapi dunia kerja digital di era modern.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan judul “Upaya Peningkatan Motivasi Belajar Pemasaran Digital Siswa melalui Media Sosial di SMK Negeri 7 Kota Serang”, dapat disimpulkan bahwa program ini telah memberikan dampak positif bagi peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi belajar siswa dalam bidang pemasaran digital.

Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan, siswa memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep dasar pemasaran digital serta cara efektif memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan pembelajaran. Peserta pelatihan mampu:

- a. Menyusun strategi pemasaran digital sederhana sesuai dengan target audiens,
- b. Mengembangkan konten promosi kreatif menggunakan berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, serta
- c. Menganalisis efektivitas promosi melalui fitur analitik media sosial.

Selain peningkatan kemampuan teknis, kegiatan ini juga berkontribusi dalam meningkatkan motivasi belajar dan kreativitas siswa, karena pembelajaran dilakukan secara interaktif dan berbasis proyek. Kegiatan PKM ini juga mempererat kerja sama antara universitas, sekolah, dan masyarakat, dalam rangka mendukung pengembangan literasi digital serta kesiapan siswa menghadapi tantangan dunia kerja di era digital.

Dengan demikian, kegiatan ini telah berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan motivasi, pemahaman, dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pembelajaran dan pengembangan kemampuan pemasaran digital.

SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Upaya Peningkatan Motivasi Belajar Pemasaran Digital Siswa melalui Media Sosial di SMK Negeri 7 Kota Serang”, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Siswa diharapkan terus mengembangkan keterampilan pemasaran digital secara mandiri dengan memanfaatkan berbagai platform pembelajaran online dan mengikuti perkembangan tren digital marketing terkini.
- b. Guru dan pihak sekolah disarankan untuk menyusun program lanjutan berupa pelatihan digital marketing tingkat lanjut serta kompetisi konten kreatif berbasis media sosial untuk menjaga semangat dan motivasi belajar siswa.
- c. Sekolah dapat meningkatkan fasilitas pendukung digital, seperti jaringan internet yang stabil, perangkat komputer, serta ruang kreatif untuk praktik pembuatan konten pemasaran digital.
- d. Pihak universitas atau lembaga pendidikan tinggi disarankan untuk terus menjalin kolaborasi berkelanjutan dengan sekolah-sekolah kejuruan, guna memberikan pelatihan, bimbingan, dan pendampingan dalam bidang teknologi digital dan kewirausahaan.
- e. Pemerintah daerah dan lembaga terkait diharapkan dapat memberikan dukungan program dan pendanaan guna memperluas dampak kegiatan pelatihan pemasaran digital ke sekolah-sekolah lain di wilayah Kota Serang.

- f. Diperlukan evaluasi dan monitoring berkala untuk menilai keberlanjutan hasil pelatihan, serta menyesuaikan materi pelatihan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan industri digital yang terus berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2022). Social media in marketing education: A review and research agenda. *Computers in Human Behavior*, 126, 106983.
- APJII. (2024). Laporan Survei Internet Indonesia 2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Fidhyallah, F. (2023). Pelatihan Digital Marketing di SMKN 3 Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 123-135.
- Gunawan, G. A. (2024). Dampak Kampus Mengajar terhadap motivasi belajar siswa melalui media sosial. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 13(2), 45-56.
- Hatamleh, I. H. M., Aissani, R., & Alduwairi, R. F. S. (2024). The Role of Social Media Motivation in Enhancing Social Responsibility. *Social Sciences*, 13(8), 409.
- Hatamleh, M., Bataineh, K., & Al-Shalabi, H. (2024). The impact of social media usage on students' academic motivation: Evidence from Jordan. *Journal of Education and Learning*, 13(2), 55-68.
- Jaya, H. A., & Rosadi, I. (2022). Pengaruh Hard Skill Dan Soft Skill Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Dians Pendidikan Dan Kebudayaan Kabupaten Pinrang. *DECISION: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 189-195.
- Lintang, I. (2025, juli 12). 8 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2025. Retrieved from inilah.com: <https://www.inilah.com/media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-di-indonesia-2025>
- Mandasari, N. F., Hasanuddin, R., & Ashdaq, M. (2024). Training on Digital Marketing Techniques to Increase the Entrepreneurial Spirit of High School Students. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(1), 77-84.
- McKinsey & Company. (2023). The future of work in Asia: Reimagining digital skills for competitive advantage.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55(1), 68.
- Solihin, A., & Triana, H. (2024). Sosialisasi Pentingnya Pemahaman Fungsi Manajemen Untuk Pengelolaan SDM Pada UKM di Desa Sasahan. *AMANAH MENGABDI*, 1(1), 93-96. <https://doi.org/10.70451/pkm.v1i1.68>
- 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.
- Triana, Harry, and Yofi Yofi. "Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Omnitech Global Indonesia." *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, vol. 1, no. 2, 2021, pp. 113-124, doi:10.32493/jism.v1i2.25615.
- Prathivi, M. D. G. (2020). Digital Marketing and Indonesia's Youth Entrepreneurs' Business Performance. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(4), 651-660.
- We Are Social & Hootsuite. (2025). Digital 2025 Global Overview Report.