

SOSIALISASI PENERAPAN DIGITAL MARKETING 5.0 KEPADA SISWA-SISWI SMK NEGERI 1 PULOAMPEL

Muhamad Hapid Sidik¹, Bustamil Arifin², Hilmi³, Bambang Permadi S.E..M.M⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, PKSDU Universitas Pamulang
Kota Serang, Indonesia

Email : hafidzsidik79@gmail.com¹

bustamilarifin.280@gmail.com² hilmih021@gmail.com³ bambangpermadi@unpam.ac.id⁴

ABSTRAK

Era Society 5.0 menuntut adanya integrasi teknologi digital ke dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran digital yang diterapkan SMK Negeri 1 Puloampel Kabupaten Serang dalam menghadapi tantangan dan peluang era Society 5.0. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pemangku kepentingan sekolah, serta analisis konten platform media sosial resmi sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMK Negeri 1 Puloampel telah memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, dan situs web sekolah untuk memperkuat citra institusionalnya, menjalin komunikasi dengan masyarakat, dan meningkatkan daya tarik sekolah di mata calon siswa. Pemanfaatan pemasaran digital juga mendukung transformasi digital di lingkungan sekolah melalui pendekatan yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan kontemporer. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya sekolah bersiap untuk mengintegrasikan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran institusionalnya dalam transisi menuju era Society 5.0.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Masyarakat 5.0, Pendidikan, Sekolah menengah umum, Transformasi Digital

ABSTRACT

The era of Society 5.0 demands the integration of digital technology into various aspects of life, including the field of education. This study aims to describe the digital marketing strategies implemented by SMK Negeri 1 Puloampel in Serang Regency in facing the challenges and opportunities of the Society 5.0 era. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through observations, interviews, and documentation with the school's stakeholders, as well as content analysis of the school's official social media platforms. The research findings show that SMA Negeri 1 Puloampel has utilized various digital platforms such as Instagram, Facebook, and the school's website to strengthen its institutional image, establish communication with the community, and increase the school's appeal to prospective students. The use of digital marketing also supports digital transformation within the school environment through

Article History

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: November 2025

Plagiarism Checker No
234.KK.443

Prefix DOI :

10.9765/Krepa.V218.3784

Plagiarism 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](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

innovative and adaptive approaches to contemporary developments. The conclusion of this study emphasizes the importance of schools being prepared to integrate digital technology as part of their institutional marketing strategy in the transition toward the Society 5.0 era.

Keywords: Digital Marketing, Digital Transformation, Education, Public High School, Society 5.0.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, kemajuan pesat teknologi digital telah mengubah hampir semua aspek kehidupan manusia, termasuk ekonomi dan pendidikan. Era Society 5.0 menekankan penggabungan teknologi canggih dengan nilai-nilai manusia untuk mencapai keseimbangan sosial yang berkelanjutan, setelah revolusi Industri 4.0 yang berpusat pada digitalisasi dan otomatisasi. Dalam konteks ini, ide baru yang disebut Digital Marketing 5.0 muncul. Ini adalah pendekatan pemasaran yang menggabungkan empati dan kreativitas manusia dengan kekuatan teknologi digital seperti big data, artificial intelligence (AI), dan machine learning untuk membuat strategi pemasaran yang lebih personal dan efektif (Rahmadani & Nugroho, 2025). Indonesia sebagai negara dengan populasi digital terbesar di Asia Tenggara memiliki potensi besar dalam penerapan *Digital Marketing 5.0*, terutama di sektor pendidikan vokasional. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) berperan strategis dalam menyiapkan sumber daya manusia yang kompeten dan siap kerja sesuai kebutuhan industri modern. Namun, sebagian besar siswa SMK masih memiliki keterbatasan dalam memahami strategi pemasaran digital yang relevan dengan perkembangan teknologi terkini. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukatif seperti kegiatan sosialisasi dan pelatihan untuk memperkenalkan konsep *Digital Marketing 5.0* secara komprehensif kepada siswa SMK ([Sasongko et al., 2024](#)). Sosialisasi *Digital Marketing 5.0* tidak hanya berfokus pada aspek teknis penggunaan media digital, tetapi juga pada pembentukan pola pikir kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan teknologi. Melalui kegiatan sosialisasi ini, siswa diharapkan mampu memahami bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan untuk menciptakan nilai tambah dalam pemasaran produk, baik dalam konteks bisnis pribadi maupun dunia kerja industri. Selain itu, penerapan *Digital Marketing 5.0* dapat memperkuat literasi digital siswa, meningkatkan kemampuan analisis data, serta menumbuhkan semangat kewirausahaan yang relevan dengan tuntutan pasar kerja di era *Society 5.0* ([Eldon & Waskita, 2024](#)). SMK Negeri 1 Puloampel sebagai lembaga pendidikan vokasional memiliki tanggung jawab dalam membekali peserta didik dengan keterampilan abad ke-21, termasuk penguasaan teknologi digital. Melalui kegiatan *Sosialisasi Penerapan Digital Marketing 5.0*, sekolah berupaya memberikan pengalaman belajar yang aplikatif, kolaboratif, dan berorientasi masa depan. Kegiatan ini menjadi bagian penting dari transformasi pendidikan vokasional untuk mendukung terciptanya lulusan yang tidak hanya memiliki kompetensi teknis, tetapi juga kemampuan beradaptasi dan berinovasi di tengah dinamika perkembangan teknologi global.

METODE

Pengabdian ini menggunakan jenis penelitian survey. Eksplanasi pada penelitian ini tergolong penelitian deskriptif.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : SMK Negeri 1 Puloampel Jl. Jl.Raya Bojonegara No 14, kelurahan Margasari, Kec.Puloampel Kabupaten, Serang
Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Kamis dan Jumat, 07 s/d 08 Oktober 2025.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan akan disajikan melalui penjelasan dibawah ini :

1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang kondisi geografis dan kondisi masyarakat di daerah 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 Siswa/i SMK Negeri 1 Puloampel 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 SMK Negeri 1 Puloampel Jl. Jl.Raya Bojonegara No 14, kelurahan Margasari, Kec.Puloampel Kabupaten, Serang, Banten.

4. Materi Pembinaan dan Penyuluhan Kegiatan

Berikut adalah materi mengenai Sosialisasi Pentingnya Keterampilan Dan Pengetahuan Untuk Meningkatkan Peluang Kerja Didunia Industri Pada Siswa/i SMK N 1 Puloampel. Materi pembinaan dan penyuluhan kegiatan yaitu Tantangan "Sosialisasi Penerapan Digital Marketing 5.0 Kepada Siswa-Siswi Smk Negeri 1 Puloampel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program PKM (pengabdian kepada masyarakat) ini dilaksanakan selama 2 hari yaitu dari tanggal 07-08 Oktober dengan melibatkan target peserta pengelola dan anak anak dari SMK NEGERI 1 PULOAMPEL . Kegiatan ini berupa sosialisasi yang berfokus pada Pendekatan partisipatif dipilih karena dinilai efektif untuk membangun keterlibatan, rasa memiliki, serta kemampuan berpikir kritis siswa terhadap perkembangan dunia digital dan pemasaran modern kegiatan berlangsung, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan hasil sebagai berikut :

1) Dari hasil observasi Meningkatkan Kesadaran selama kegiatan berlangsung, terlihat bahwa siswa sangat antusias mengikuti seluruh rangkaian acara. Mereka aktif berdiskusi dan menunjukkan kreativitas tinggi dalam merancang konten digital. 2) Peningkatan Motivasi dan Mengikuti Pelatihan Lanjutan Yaitu Mereka tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam konteks bisnis dan pemasaran yang nyata. Ini sejalan dengan tujuan pendidikan vokasi yang menekankan penguasaan keterampilan praktis sesuai kebutuhan dunia

kerja. Kegiatan ini juga mendukung implementasi visi *Merdeka Belajar* yang menekankan pembelajaran kontekstual dan berbasis proyek.. 3) Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan motivasi siswa dalam menghadapi era industri 5.0 yang menuntut literasi digital tinggi. Diharapkan kegiatan serupa dapat dilaksanakan secara berkelanjutan agar siswa semakin siap bersaing di dunia kerja dan mampu menjadi wirausahawan muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan di SMK Negeri 1Puloampel, dapat disimpulkan bahwa:

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang yang dilakukan oleh dosen-dosen program studi Manajemen telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat dari tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu dilakukan pada.

Harapan kami dengan pengabdian ini dapat membuka wawasan dari para peserta didik di SMK Negeri 1Puloampel sebagai Kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital siswa, yang terlihat dari peningkatan hasil post-test dibandingkan pre-test. Peserta juga menunjukkan antusiasme tinggi selama kegiatan berlangsung.

Tata cara Dan Pendeskripsian penyuluhan ini memberikan gambaran bahwa perkembangan zaman akan terus menimbulkan kemajuan, terutama dalam bidang teknologi. Sehingga penguatan pemahaman terhadap pengelolaan sumber daya manusia berdasarkan peningkatan keterampilan dan pengetahuan dengan berbasis teknologi sangat diperlukan untuk kemajuan tata sumber daya manusia.

Selain memberikan peningkatan kemampuan teknis, kegiatan ini juga menumbuhkan motivasi dan kesadaran pentingnya literasi digital bagi generasi muda, khususnya dalam menghadapi tantangan dunia kerja di era industri 5.0. Siswa-siswi menjadi lebih siap untuk mengadaptasi perkembangan teknologi informasi dan mampu memanfaatkannya sebagai peluang dalam dunia bisnis dan kewirausahaan digital Secara keseluruhan, kegiatan sosialisasi ini berhasil memberikan dampak positif yang berkelanjutan, baik bagi peserta maupun bagi pihak sekolah. Terbentuknya kelompok pelajar pelopor digital marketing menjadi bukti nyata keberhasilan program ini dalam menciptakan lingkungan pembelajaran yang inovatif dan berorientasi pada masa depan. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model bagi pelaksanaan program pengabdian serupa di sekolah lain guna memperkuat kemampuan digital generasi muda Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., & Purwandi, A. (2020). *Digital Marketing: Strategi Pemasaran di Era 4.0 dan 5.0*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Anwar, M., & Fitriani, N. (2022). *Peningkatan Kompetensi Siswa SMK melalui Pelatihan Digital Marketing di Era Society 5.0*. *Jurnal Abdimas Nasional*, 7(1), 34-42. <https://doi.org/10.36706/jan.v7i1.751>
- Ardiana, T. (2022). *Transformasi Pemasaran Digital di Era Society 5.0: Peluang dan Tantangan bagi Generasi Muda*. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 8(1), 45-56. <https://doi.org/10.36706/jtb.v8i1.351>
- Arifin, Z. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Astuti, R., & Handayani, S. (2023). *Pelatihan Digital Marketing untuk Penguatan Keterampilan Siswa SMK*. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 102-110. <https://doi.org/10.24853/jipm.v6i2.239>
- Bungin, B. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Dewi, R., & Hartono, B. (2023). *Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kompetensi Siswa SMK di Era Industri 5.0*. *Jurnal Abdimas Kreatif*, 5(2), 89-98. <https://doi.org/10.33503/jak.v5i2.412>
- Fauzi, M., & Nurhadi, M. (2021). *Penerapan Pendekatan Partisipatif dalam Pengabdian Masyarakat Berbasis Pendidikan Vokasi*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 65-73. <https://doi.org/10.24246/jpm.v4i1.65-73>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Pemasaran Digital: Strategi, Implementasi, dan Studi Kasus*. Surabaya: Media Nusa Creative.
- Herlina, D., & Nuraeni, S. (2023). *Peningkatan Literasi Digital Siswa SMK Melalui Sosialisasi Digital Marketing*. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 78-86. <https://doi.org/10.24853/jipm.v5i2.219>
- Indrawan, I., & Yuliani, D. (2022). *Implementasi Digital Marketing sebagai Strategi Promosi Sekolah di Era 5.0*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, 3(1), 12-20. <https://doi.org/10.21009/jpkmi.v3i1.547>