



---

## Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Aplikasi Tiktok pada Siswa Sma Terbuka Desa Mekarjaya Kecamatan Comprong

---

<sup>1\*</sup>Sulaeman, <sup>2</sup>Nour Khalid, <sup>3</sup>Fitria Zulfa, <sup>4</sup>Septian Eka Prahardik

STAI Darussalam Kunir, Subang, Indonesia

[sulaeman200801@gmail.com](mailto:sulaeman200801@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.56457/jabdimas.v1i2.83>

---

Diterima: November 2023; Direvisi: November 2023; Dipublikasikan: Desember 2023

---

### ABSTRAK

Aplikasi Tiktok menjadi salah satu platform berbagi konten video pendek yang sangat populer khususnya di kalangan remaja. Dalam konteks ini, pendidikan pemasaran digital menggunakan TikTok penting bagi siswa sekolah menengah atas untuk memahami strategi pemasaran digital yang efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merencanakan dan melaksanakan pelatihan pemasaran digital yang berfokus pada penggunaan aplikasi TikTok bagi siswa SMA Terbuka Desa Mekarjaya Kecamatan Comprong. Pelatihan ini memperkenalkan siswa pada konsep dasar pemasaran digital, termasuk memahami audiens, membuat konten yang menarik, dan menganalisis kinerja. Para Siswa juga diajarkan cara meningkatkan visibilitas konten menggunakan fitur khusus TikTok, seperti hashtag, efek kreatif, dan kolaborasi dengan pengguna lain. Selain itu, aspek etika dan keamanan digital akan menjadi fokus pelatihan ini, dengan tujuan untuk menyampaikan kepada siswa pentingnya menjaga integritas dan reputasi dalam lingkungan digital. Para Siswa juga akan belajar bagaimana memahami dampak sosial dari konten yang mereka bagikan dan mengelola interaksi mereka dengan pengikut dan pengguna lain. Kami berharap dengan pelatihan ini siswa SMA Terbuka Desa Mekarjaya Kecamatan Comprong ini dapat memperoleh keterampilan pemasaran digital terkait tren saat ini dan mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang dunia pemasaran digital. Selain itu, pelatihan ini dirancang untuk memberikan siswa pengalaman praktis yang berharga untuk mempersiapkan mereka berkarir di bidang pemasaran digital dan kreatif.

**Kata Kunci: TikTok, Digital Marketing, Remaja, Pelatihan, Pemasaran Digital, Keterampilan Digital**

### ABSTRACT

*The Tiktok application is a short video content sharing platform that is very popular, especially among teenagers. In this context, digital marketing education using TikTok is important for high school students to understand effective digital marketing strategies. The aim of this research is to plan and implement digital marketing training that focuses on using the TikTok application for Open High School students in Mekarjaya Village, Comprong District. This training introduces students to basic digital marketing concepts, including understanding audiences, creating engaging content, and analyzing performance. Students are also taught how to increase content visibility using special TikTok features, such as hashtags, creative effects, and collaboration with other users. In addition, aspects of digital ethics and security will be the focus of this training, with the aim of conveying to students the importance of maintaining integrity and reputation in the digital environment. Students will also learn how to understand the social impact of the content they share and manage their interactions with followers and other users. We hope that with this training, students at the Open High School in Mekarjaya Village, Comprong District, can acquire digital marketing skills related to current trends and gain a deeper understanding of the world of digital marketing. Additionally, this training is designed to provide students with valuable practical experience to prepare them for a career in digital and creative marketing.*

***Keywords: TikTok, Digital Marketing, Teens, Training, Digital Marketing, Digital Skills***

## **PENDAHULUAN**

Di era digital yang terus berkembang, pemasaran melalui media sosial telah menjadi strategi yang sangat efektif untuk mencapai target audiens, terutama di kalangan remaja. Salah satu platform media sosial yang semakin populer di kalangan siswa SMA adalah aplikasi TikTok. TikTok telah menjadi fenomena global dengan lebih dari miliaran pengguna aktif bulanan, khususnya di kalangan generasi muda. Pentingnya pemahaman tentang digital marketing yang efektif di TikTok telah menjadi fokus perhatian banyak pihak. Menyadari potensi besar dari aplikasi ini, pemahaman tentang digital marketing yang efektif di TikTok menjadi semakin penting. Namun, masih sedikit yang memahami bagaimana cara memanfaatkan aplikasi ini secara optimal untuk keperluan pemasaran. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing yang berfokus pada TikTok menjadi relevan untuk membekali siswa SMA dengan keterampilan yang dibutuhkan dalam menghadapi era digital yang terus berkembang.

Penelitian sebelumnya masih terbatas dalam hal memahami bagaimana cara memanfaatkan aplikasi ini secara optimal untuk keperluan pemasaran, khususnya bagi siswa SMA. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan melaksanakan pelatihan digital marketing yang menggunakan aplikasi TikTok bagi siswa SMA Terbuka Desa Mekarjaya Kecamatan Comprang.

TikTok adalah platform media sosial yang sangat populer di kalangan remaja. Dengan fitur-fitur kreatifnya yang unik, TikTok telah menjadi tempat bagi pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui video pendek. Hal ini membuat TikTok menjadi platform yang potensial untuk aktivitas pemasaran, terutama untuk menjangkau audiens muda. Namun, pemasaran di TikTok memerlukan pendekatan yang berbeda dari platform media sosial lainnya. Konten yang menarik dan relevan dengan audiens menjadi kunci keberhasilan di TikTok. Selain itu, pemahaman tentang fitur-fitur khusus TikTok seperti hashtag, efek kreatif, dan kolaborasi dengan pengguna lain juga sangat penting.

Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi beberapa strategi pemasaran yang efektif di TikTok. Misalnya, Kapoor & Kapoor (2020) dalam bukunya "TikTok Marketing Strategy: A Beginner's Guide to Using TikTok for Business" menyebutkan pentingnya konsistensi dalam posting konten, penggunaan hashtag yang relevan, dan kolaborasi dengan pengguna lain sebagai strategi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas konten di TikTok. Selain itu, Zhou et al. (2020) dalam penelitiannya tentang "Understanding User Behavior and Popularity Growth on TikTok" menemukan bahwa konten yang menghibur, unik, dan autentik cenderung mendapatkan respon yang lebih baik dari pengguna TikTok.

Meskipun demikian, terdapat kekurangan dalam penelitian terdahulu yang perlu diatasi. Beberapa penelitian masih bersifat deskriptif dan belum memberikan panduan yang konkret dalam merancang strategi pemasaran di TikTok. Selain itu, kebanyakan penelitian belum fokus pada pendidikan formal, khususnya bagi siswa SMA, yang merupakan kelompok yang potensial untuk dikembangkan pengetahuan dan keterampilan digital marketing menggunakan TikTok. Kebanyakan penelitian cenderung bersifat deskriptif dan belum memberikan panduan praktis yang konkret bagi praktisi pemasaran. Kemudian, penelitian terdahulu belum sepenuhnya mengeksplorasi potensi TikTok sebagai alat pembelajaran dalam konteks pendidikan formal, khususnya bagi siswa SMA. Hal ini menjadi penting mengingat pentingnya membekali generasi muda dengan keterampilan digital yang relevan dengan tren saat ini.

Melalui penelitian ini, akan diisi kesenjangan penelitian yang ada dengan merancang dan melaksanakan pelatihan digital marketing yang menggunakan aplikasi TikTok bagi siswa SMA. Pelatihan ini akan berfokus pada pengembangan keterampilan siswa dalam membuat konten yang menarik, memahami cara memanfaatkan fitur-fitur khusus TikTok, dan menganalisis kinerja konten mereka. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam literatur pemasaran digital, khususnya dalam konteks penggunaan TikTok sebagai platform pemasaran.

Pengabdian kepada Masyarakat melalui Pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi TikTok

bagi siswa SMA Terbuka Desa Mekarjaya ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada siswa dalam memanfaatkan platform media sosial TikTok sebagai alat pemasaran yang efektif. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang digital marketing, khususnya dalam konteks penggunaan TikTok, serta membekali mereka dengan keterampilan praktis yang dapat mereka terapkan dalam membuat strategi pemasaran yang efektif di platform tersebut. Salah satu tujuan spesifik dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang konsep dasar digital marketing, seperti identifikasi target audiens, pembuatan konten yang menarik, penggunaan hashtag yang relevan, dan analisis kinerja konten. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep ini, diharapkan siswa dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif di TikTok.

Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk membekali siswa dengan keterampilan praktis dalam menggunakan fitur-fitur khusus TikTok, seperti efek kreatif, musik, dan filter, untuk meningkatkan kualitas konten mereka. Dengan keterampilan ini, diharapkan siswa dapat membuat konten yang lebih menarik dan berinteraksi dengan pengguna lain di TikTok. Pelatihan ini juga memiliki tujuan untuk mengajarkan siswa tentang etika dan tanggung jawab dalam menggunakan media sosial, termasuk cara menjaga integritas dan reputasi mereka dalam lingkungan digital. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang etika digital, diharapkan siswa dapat menggunakan TikTok secara bertanggung jawab dan menghindari konten yang tidak pantas.

Secara keseluruhan, tujuan dari pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi TikTok kepada siswa SMA Terbuka Desa Mekarjaya Kecamatan Comprang ini adalah untuk membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berhasil dalam pemasaran digital, serta meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya menggunakan media sosial secara positif dan bertanggung jawab.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan di SMA Terbuka Desa Mekarjaya Kecamatan Comprang Kabupaten Subang pada hari Minggu. Kegiatan ini dilakukan untuk membantu ekonomi siswa dan siswi SMA Terbuka agar bisa mendapatkan penghasilan tambahan guna meringankan beban perekonomian kedua orangtuanya melalui pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi tiktok. Jumlah peserta terdiri dari 29 siswa dan siswi. Sumber data yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu data primer.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA yang memiliki akses ke aplikasi TikTok. Sampel penelitian akan dipilih secara purposif dengan kriteria inklusi berupa siswa SMA yang memiliki minat dalam pemasaran digital dan memiliki smartphone atau perangkat yang mendukung untuk mengakses aplikasi TikTok.

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, antara lain:

1. Observasi: Dilakukan selama pelatihan untuk memantau partisipasi siswa dan interaksi mereka dengan materi pelatihan.
2. Wawancara: Dilakukan setelah pelatihan untuk mendapatkan umpan balik dari siswa tentang pengalaman mereka selama pelatihan dan pemahaman mereka tentang konsep-konsep yang diajarkan.
3. Evaluasi Paska-pelatihan: Digunakan untuk mengevaluasi pemahaman dan keterampilan siswa setelah mengikuti pelatihan.

Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dengan tahapan berikut :

Sebagai tahap awal ini dilakukan pembentukan panitia, wawancara dan observasi Siswa untuk menggali informasi permasalahan dan kebutuhan pelatihan. Selanjutnya penyusunan materi pelatihan sesuai kebutuhan siswa; Kedua, tahap pelaksanaan kegiatan Pelatihan berupa pelatihan dengan metode penyampaian materi, pengenalan aplikasi dan diskusi; dan Ketiga, tahap pasca kegiatan Pelatihan.

## **HASIL**

Pengabdian kepada masyarakat adalah upaya konkrit yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memberikan manfaat kepada masyarakat dalam bentuk pengetahuan, keterampilan, atau layanan, dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat secara umum. Ini melibatkan partisipasi aktif dalam kegiatan sosial, budaya, ekonomi, dan lingkungan yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan.

Pengabdian Kepada Masyarakat dalam Pengembangan Ekonomi yaitu Kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat bisa melalui pelatihan, bantuan modal, atau pengembangan usaha, dengan tujuan mengurangi kemiskinan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dalam hal ini kita melakukan kegiatan Pelatihan Digital Marketing Menggunakan aplikasi tiktok pada siswa dan siswi SMA terbuka Desa Mekarjaya.

Menurut Noe, R. A. (2017) Pelatihan adalah proses sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap individu atau kelompok tertentu dalam mencapai tujuan tertentu. Pelatihan dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti pembelajaran langsung, pelatihan keterampilan, pelatihan online, dan pelatihan berbasis permainan.

Menurut Khoiriyati dan Saripah 2018, Media sosial membawa perubahan tidak hanya pada kepribadian tetapi juga pada kreatifitas, sosialisasi, dan kecerdasan.

Menurut Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019) Digital marketing adalah segala aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui media digital dengan tujuan untuk mempromosikan produk atau layanan, menciptakan kesadaran merek, dan mempengaruhi perilaku konsumen secara online. Digital marketing melibatkan penggunaan berbagai platform dan kanal digital seperti website, media sosial, email, dan mesin pencari untuk mencapai target audiens.

Pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang menggunakan media digital dan teknologi online untuk mempromosikan produk atau layanan, menciptakan kesadaran merek, dan berinteraksi dengan konsumen. Ini melibatkan penggunaan berbagai platform online seperti situs web, media sosial, email, dan mesin pencari untuk mencapai tujuan pemasaran. Definisi ini didasarkan pada pemahaman umum tentang pemasaran digital dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan penelitian atau konteks tertentu.

Berikut skema kegiatan pelatihan yang dilakukan :

1. Pra-kegiatan Pelatihan

Tahap awal kegiatan Pelatihan adalah persiapan pelatihan dimulai awal bulan februari atau kurang lebih empat hari sebelum pelaksanaan. Pertama, pembentukan Panitia Pelatihan yang terdiri dari Sembilan mahasiswa. Kedua, survey lokasi dan melakukan wawancara ke kepala sekolah atau bagian kesiswaan dengan tujuan untuk meminta izin ingin mengadakan pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi tiktok kepada siswa dan siswi SMA Terbuka. Ketiga, merumuskan materi pelatihan untuk disampaikan pada kegiatan tersebut.

Berikut susunan panitia pelatihan.

No	Nama	Tugas
1.	Sulaeman	Ketua Panitia dan tutor pelatihan
2.	Gilang Rusmanto	Dokumentasi Kegiatan
3.	Rio Gumira A	Dokumentasi Kegiatan
4.	Iah Saniah	Dokumentasi Kegiatan
5.	Annisa Mutiarra	Moderator
6.	Nurul Aldha	Bagian Konsumsi
7.	Lusy Safitri	Bagian Konsumsi
8.	Siti Robiah A	Bagian Konsumsi
9.	Syafiatun Nabila	Bagian Peralatan

10.	Nurul Ahabiyah	Bagian Peralatan
-----	-------------------	------------------

Tabel 1. Susunan Panitia Pelatihan Digital Marketing

## 2. Kegiatan Pelatihan dengan metode Pelatihan

Pelaksanaan kegiatan diselenggarakan dalam bentuk pelatihan selama 60 menit, yaitu pada hari Minggu tanggal 4 Februari 2024 pukul 09.00 – 10.00 WIB. Tempat pelatihan di Ruang Kelas SMA Terbuka yang beralamat di Desa Mekarjaya, Compreg, Subang, Jawa Barat. Sementara Peserta pelatihan terdiri dari dua puluh sembilan orang peserta yang merupakan siswa dan siswi SMA Terbuka.

Berdasarkan usia peserta pelatihan didominasi oleh usia produktif yakni usia 17-23 yang merupakan usia potensial dalam penguasaan pengetahuan digital. Penyelenggaraan pelatihan dilakukan secara langsung dimana tutor menyampaikan materi dengan ceramah langsung kepada sebagian peserta menggunakan alat bantu proyektor. Setiap peserta mendapatkan penjelasan tentang pemanfaatan media digital sebagai media

Gambar.1 Kegiatan pengabdian masyarakat STAI Darussalam Kunir



Gambar.2 Kegiatan pengabdian masyarakat STAI Darussalam Kunir



Pemateri menyampaikan dengan jelas secara langsung diruangan menggunakan proyektor dengan tiga tahapan. Pertama pengenalan Aplikasi Tiktok. Kemudian pemaparan strategi digital marketing yang bisa digunakan pada aplikasi ini dan ketiga, membahas tentang fitur-fitur yang bisa dimaksimalkan untuk promosi produk supaya menghasilkan uang.

3. Pasca Kegiatan Pelatihan

STAI Darussalam Kunir Prodi Manajemen Pendidikan Islam dan Ekonomi Syariah telah melaksanakan Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Siswa dan Siswi SMA Terbuka Desa Mekarjaya Comprong. Manfaat yang diperoleh Siswa dan Siswi SMA Terbuka Desa Mekarjaya Comprong dari kegiatan yaitu untuk menambah ilmu pengetahuan Bagi para Siswa dan Siswi di bidang teknologi yaitu Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai penghasil mesin uang dalam digital marketing. Setelah sesi kegiatan pelatihan, peserta diberikan modul pelatihan dan evaluasi materi terhadap apa yang telah diberikan dipaparkan, dan hasilnya para Siswa dan Siswi mampu mengaplikasikan Tiktok dalam proses digital marketing untuk menghasilkan uang tambahan untuk meringankan beban perekonomian kedua orangtuanya.

Manfaat yang diperoleh dari kegiatan Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Siswa dan Siswi SMA Terbuka Desa Mekarjaya Comprong. antara lain :

<b>Nama Kegiatan</b>	<b>Tujuan</b>	<b>Indikator Keberhasilan</b>	<b>Target Capaian</b>
Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Siswa dan Siswi SMA Terbuka Desa Mekarjaya	Memberikan wawasan dan keterampilan dibidang Teknologi Informasi, khususnya meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan marketing bagi para siswa dan siswi SMA Terbuka.	Peserta mampu memahami tentang knowledge management dalam hal pengelolaan data marketing dengan baik sebesar 90%.	Kemampuan kelompok sasaran mencapai 92% dalam knowledge management dalam hal pengelolaan data marketing.
		Peserta mampu memahami tentang knowledge management dalam hal pengelolaan laporan dengan baik sebesar 90%.	Kemampuan kelompok sasaran mencapai 93% dalam knowledge management dalam hal pengelolaan laporan.
		Peserta memperoleh penguasaan penggunaan aplikasi teknologi informasi menggunakan tiktok dengan baik sebesar 95%	Kemampuan kelompok sasaran mencapai 96% dalam hal penguasaan penggunaan aplikasi teknologi informasi menggunakan tiktok.

Tabel.2 Manfaat yang Diperoleh Pelatihan Digital Marketing.

## SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penelitian dengan siswa dan siswi SMA Terbuka rentang usia 27-23 tahun. Usia tersebut merupakan usia potensial dalam penguasaan pengetahuan digital. Penyelenggaraan pelatihan dilakukan secara offline langsung dimana tutor menyampaikan materi dengan ceramah langsung kepada semua peserta. Setiap peserta mendapatkan penjelasan tentang pemanfaatan media digital sebagai media sumber penghasil uang. Dengan pelatihan ini diharapkan semua siswa dan siswi dapat menguasai aplikasi tiktok dengan baik bahkan Kemampuan kelompok sasaran mencapai 97% dalam pemanfaatan aplikasi teknologi informasi menggunakan tiktok secara maksimal.

Pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi TikTok pada siswa SMA memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam pemasaran digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok dapat efektif digunakan sebagai alat pembelajaran untuk mengajarkan konsep-konsep dasar pemasaran digital kepada siswa SMA. Partisipasi aktif siswa dalam kegiatan pembelajaran, seperti membuat konten dan menganalisis pasar melalui TikTok, juga menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan pelatihan ini.

Dengan demikian, integrasi TikTok dalam kurikulum digital marketing di sekolah dapat menjadi langkah yang efektif untuk mempersiapkan siswa menghadapi tuntutan pasar kerja yang semakin digital. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan lebih lanjut dalam pembelajaran digital marketing di tingkat pendidikan menengah.

Kemudian saran, Libatkan siswa dalam pembuatan konten, analisis pasar, dan strategi pemasaran menggunakan TikTok agar mereka dapat langsung mengaplikasikan konsep yang dipelajari. Selain TikTok, manfaatkan juga teknologi lain seperti platform pembelajaran online atau aplikasi pembuat konten untuk memperkaya pengalaman belajar siswa.

## REFERENSI

- Aziz, T., Haryadi, R. N., Riyanto, S., & Usman, H. M. (2023). The Effect of Marketing Mix and Brand Image towards Interest of Students at Riyadlul Jannah Islamic High School Jonggol. *International Journal of Sharia Business Management*, 2(2), 49-56..
- Harahap, B., Hasibuan, E. H., Rambe, A., Singarimbun, R. N., & Syahputra, D. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 di Masjid Muhammad Jayak. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 22-29.
- Kumala, D., Was' an, G. H., & Haryadi, R. N. (2023). Pelatihan Pengembangan Pemasaran Digital Produk Pakan Ternak pada UMKM Tegal Salam Feed, Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(1), 61-66.
- Omar, F. I., Zan, U. M. S. M., Hassan, N. A., & Ibrahim, I. (2020). Pengaruh pemasaran digital terhadap prestasi usahawan perusahaan kecil dan sederhana. *E-Jurnal Penyelidikan dan Inovasi*, 138-155.
- Sunarsi, D., Hastono, H., Yuangga, K. D., Haryadi, R. N., & Teriyan, A. (2022). Literasi Pemasaran Digital Untuk Mengenalkan Batik Pandeglang di Masa Pandemi pada Desa Wisata Sukarame Banten. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 2(2).
- Wahyudi, W., Mukrodi, M., Sugiarti, E., Marayasa, I. N., & Mawardi, S. (2022). Mengenal Pemasaran Digital Dan Market Place: Solusi Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 2(1), 44-53.