

## Strategi Optimalisasi Media Sosial dalam Menciptakan Peluang Bisnis di SMK Negeri 8 Kota Tangerang Selatan

Dafina Naila Mazidah , Gadis Octory, Berliana Cahyaningtyas, Komang Yovansca Pierlita, Novandha Wahyu, Pratama Agam  
Department of Communication, Universitas Mercu Buana, [dafinanailam@email.com](mailto:dafinanailam@email.com) , [gadisociety@mercubuana.ac.id](mailto:gadisociety@mercubuana.ac.id)

### Article Info:

#### Article history:

Received Date: 04/12/2024  
Accepted Date: 26/12/2024  
Published Date: 06/01/2025

#### Keywords:

Pembuatan konten  
Editing  
Copywriting  
Design

### ABSTRACT

*In the current digital context, social media has become a crucial marketing tool for various organizations, including Vocational High School (SMK) Negeri 8 South Tangerang City. This journal discusses social media optimization strategies to create business opportunities that students can take advantage of. Based on a survey quoted by We Are Social, as many as 49.9 percent or around 139 million of the total population of Indonesia actively use social media. This shows that social media has become an integral part of Indonesian society, with 75% of internet users in the country involved in at least one social media platform, the potential of social media as a marketing platform cannot be ignored. Through a structured approach, including audience and competitive analysis, strategy building, and results monitoring, students can improve their digital literacy and practical skills. The training program designed includes content creation such as copywriting, graphic design using Canva, and video editing with CapCut. Through implementing this strategy, it is hoped that students will be able to create content as a relevant business opportunity in the digital era. This journal aims to provide a comprehensive guide for students to utilize social media effectively in a business and marketing context.*

*This is a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)*

### Corresponding Author:

Dafina Naila Mazidah  
Universitas Mercu Buana  
[dafinanailam@email.com](mailto:dafinanailam@email.com)

## PENDAHULUAN

Dalam era digital modern, media sosial telah berkembang menjadi salah satu platform pemasaran yang paling efektif dan hemat biaya. Hampir setiap bisnis, termasuk institusi pendidikan seperti Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 8 Kota Tangerang Selatan, telah beralih ke media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) dan memasarkannya. Namun, hanya hadir di media sosial saja tidak cukup; diperlukan strategi optimalisasi yang matang untuk benar-benar mengoptimalkan potensi penuh yang ditawarkan oleh media sosial. Indonesia, dengan populasi yang besar dan aktivitas media sosial yang intensif, menampilkan peluang besar bagi bisnis dan organisasi pendidikan untuk memperluas jangkauan merek mereka. Survei terbaru menunjukkan adanya 3.499 miliar pengguna media sosial aktif di seluruh dunia, yang merupakan fenomena yang tak terbantahkan dalam strategi pemasaran modern. Oleh karena itu, penting untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dengan cara-cara yang tepat, seperti analisis audiens, analisis kompetitif, bangun strategi, jalankan strategi, dan monitoring hasil. Program ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan siswa SMK Negeri 8 Kota Tangerang Selatan melalui pelatihan content creation yang mencakup pembuatan copywriting, desain dengan Canva, dan editing video menggunakan CapCut. Dengan demikian, siswa tidak hanya akan memperkuat basis

literasi digital mereka tetapi juga mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja dengan keahlian yang relevan dan dibutuhkan di pasar. Strategi optimalisasi media sosial ini berpotensi menciptakan peluang bisnis baru bagi siswa di era digital yang terus berkembang. Jurnal ini akan membahas langkah-langkah strategis dalam mengoptimalkan media sosial untuk menciptakan peluang bisnis di SMK Negeri 8 Kota Tangerang Selatan. Kami akan menjelaskan detail tentang analisis audiens, analisis kompetitif, pembangunan strategi, implementasi strategi, dan monitoring hasil. Selain itu, kami juga akan membahas contoh-contoh praktis mengenai bagaimana siswa dapat menggunakan platform media sosial untuk meningkatkan keterlibatan dan jangkauan bisnis mereka. Dengan demikian, jurnal ini berharap dapat memberikan panduan yang lengkap dan efektif bagi siswa SMK Negeri 8 Kota Tangerang Selatan dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial guna menciptakan peluang bisnis yang potensial di masa depan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini melibatkan pengumpulan data dalam empat cara yakni: observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi/pencocokan data. Proses observasi fokus pada tiga aspek utama, yakni situs, agen, dan aktivitas. Hal ini bertujuan untuk Strategi Optimalisasi Media Sosial dalam Menciptakan Peluang Bisnis di SMK Negeri 8 Kota Tangerang Selatan:

### **1. Tahap Awal**

Pada tahap awal, kami mengidentifikasi tujuan penelitian terkait program yang akan dibuat dengan menentukan ruang lingkup penelitian, sasaran target, merencanakan jadwal observasi, mengumpulkan data, dan mempersiapkan berkas-berkas baik itu proposal, serta meminta izin untuk melakukan survei.

### **2. Tahap Observasi atau Survei**

Pada tahap observasi atau survei, kami melakukan survei dan observasi di lokasi yang memiliki masyarakat yang sesuai dengan target program kami. Kami melakukan observasi atau survei di SMK Negeri 8 Kota Tangerang Selatan sebab kami melihat mereka dihadapkan pada tantangan nyata saat memasuki dunia kerja. Kompetisi ketat dan semakin terbatasnya lapangan pekerjaan menuntut mereka untuk memiliki keterampilan yang lebih dari sekadar pengetahuan teknis. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk menguasai kemampuan tambahan yang relevan, seperti kewirausahaan dan keterampilan digital, yang bisa membuka jalan baru dalam menciptakan peluang kerja mandiri.

### **3. Pengumpulan Data dan Perencanaan Program**

Pada tahap ini, kami melakukan wawancara dan berdiskusi dengan masyarakat pelaku Wakil Kepala Sekolah di SMK Negeri 8 Kota Tangerang Selatan. Kami melakukan pengumpulan data yang berfungsi untuk menentukan materi apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat, yang akan berfungsi untuk mencapai tujuan pada program ini.

### **4. Pembuatan Materi**

Di tahap ini merupakan langkah dalam pembuatan materi, yang disesuaikan dengan data dan realitas kebutuhan dalam pembuatan konten. Selain materi, kami juga menyiapkan peralatan dan hal-hal yang dibutuhkan untuk pelaksanaan acara.

### **5. Pelaksanaan Workshop dan Pelatihan**

Pada tahap ini, yaitu pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan. Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan ini kami lakukan pada Rabu, 20 November 2024 di SMK Negeri 8 Kota Tangerang Selatan.

### **6. Evaluasi dan Tindak Lanjut**

Setelah pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan, evaluasi efektivitas program sosialisasi dan pelatihan Menciptakan Peluang Bisnis di SMK Negeri 8 Kota Tangerang Selatan berdasarkan berdasarkan kuesioner yang kami berikan kepada para peserta, demi respon dan tanggapan mereka tentang kegiatan kami, serta harapan untuk kedepannya. Lalu untuk tindak lanjutnya adalah kami mulai mengerjakan output dari kegiatan ini, berupa luaran artikel, jurnal, dan laporan penanggung jawaban.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui program pelatihan yang dirancang, siswa berhasil meningkatkan keterampilan digital mereka, termasuk dalam pembuatan konten, *copywriting*, desain grafis menggunakan Canva, dan editing video dengan CapCut. Hasil ini menunjukkan bahwa siswa tidak hanya belajar teori, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis yang dapat diterapkan di dunia nyata. Siswa juga dapat menerapkan strategi yang telah diajarkan, seperti analisis audiens dan kompetitif, untuk merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif. Ini membantu mereka memahami cara menjangkau dan berinteraksi dengan target audiens mereka. Dengan keterampilan yang diperoleh, siswa mampu menciptakan konten yang menarik dan relevan, yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan mereka sendiri. Ini membuka peluang bisnis baru, baik secara individu maupun kelompok.

Pembahasan menekankan pentingnya media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif, terutama dalam konteks pendidikan. Dengan lebih dari 3,4 miliar pengguna aktif, media sosial menawarkan peluang besar bagi siswa untuk belajar dan berinovasi dalam pemasaran. Keterampilan yang diperoleh siswa selama pelatihan, serta bagaimana keterampilan ini relevan dengan kebutuhan pasar kerja saat ini. Keterampilan digital dan kewirausahaan menjadi sangat penting dalam menghadapi tantangan di dunia kerja.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat dan pelatihan yang memadai, siswa di SMK Negeri 8 Kota Tangerang Selatan dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menciptakan peluang bisnis yang relevan di era digital, serta meningkatkan keterampilan yang dibutuhkan untuk memasuki dunia kerja.



**Gambar 3.1 Anggota KPN ZForce 2024**



**Gambar 3.2 Penyerahan Plakat**



**Gambar 3.3 Foto Bersama**

## **KESIMPULAN**

1. Pelatihan content creation di SMK Negeri 8 Tangsel sangat dibutuhkan untuk meningkatkan keterampilan digital siswa, seperti pembuatan konten, copywriting, desain grafis menggunakan Canva, dan editing video menggunakan CapCut.
2. Pelatihan ini akan lebih efektif jika pembelajaran teori dipadukan dengan praktik langsung, sehingga siswa memahami penerapan di dunia kerja.

3. Pelatihan ini juga harus mencakup simulasi dan diskusi strategi pemasaran, seperti analisis audiens dan pesaing, agar siswa dapat membuat konten yang relevan dan kampanye yang efektif.
4. Dengan keterampilan ini, siswa diharapkan mampu memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif, menciptakan peluang bisnis, dan meningkatkan daya saing di pasar kerja.

#### **SARAN**

Durasi waktu pelatihan harus ditambah agar materi-materi pelatihan dapat diberikan secara keseluruhan sesuai kebutuhan.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim Kuliah Peduli Negeri (KPN) mengucapkan terima kasih kepada SMK Negeri 8 Kota Tangerang Selatan yang telah memberikan kesempatan untuk menyelenggarakan kegiatan di SMK Negeri 8 Kota Tangerang Selatan. Tidak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kelancaran dan kesuksesan kegiatan ini.

#### **REFERENSI**

- Badan Pusat Statistik. (2020). Usaha Mikro Kecil. <https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html#subjekViewTab2>
- Inilah.com. 10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024. Available: <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Ningtyas, P. K., Sunarko, B., & Jaryono. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM. JP Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsoed, 21(1), 95–107.
- Shaferi, I., Nawarini, A. T., & Dewi, M. K. (2016). Pemanfaatan Teknologi Dalam Upaya Peningkatan Produktivitas Usaha Kecil. Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing Dan Sistem Informasi, 23(1), 11–16.
- Sijabat, R. (2017). Penguatan Kinerja Pemasaran Melalui Pengembangan Inovasi Dan Kreativitas Program Kerja Pada Wirausaha Muda di Semarang. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, 16(1), 26–43. <https://doi.org/10.14710/jspi.v16i1.26-42>
- Waluyo, D. (2021). Berkah Pandemi, UMKM semakin Go Digital. <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2597/berkah-pandemi-umkm-semakin-go-digital>
- Yuliani, A. (2017). Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan\\_medYopi](https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_medYopi)
- M. DKK. (2024) Optimalisasi Konten Media Sosial Instagram Dalam Komunikasi Pemasaran Smk Putra Pertiwi. Jurnal PKM ilmu Komunikasi