

Pemanfaatan Sosial Media Digital Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dan Sumber Informasi Berkualitas

ABSTRACT

This activity will carry a practical approach through a series of workshops, training, and interactive learning activities. Students are equipped with the knowledge and skills needed to optimize the use of social media as a business communication medium, from marketing strategies to online brand management. In addition, we will also provide a deep understanding of how to identify and select quality sources of information amidst the large and complex flow of information on social media. By strengthening digital student literacy, we hope to see increased productivity in social media, where they are not only passive consumers but also producers of quality content. Thus, students will be able to be wiser and more critical in utilizing digital social media, and be able to contribute useful and valuable content to their online community. In conclusion, this activity is expected to make a significant contribution to improving digital literacy among students and preparing them to become a generation that is more adaptive and responsive to technological developments.

Keyword: Digital Literacy, Business Communication, Media Content

ABSTRAK

Kegiatan ini akan mengusung pendekatan praktis melalui serangkaian workshop, pelatihan, dan kegiatan pembelajaran yang interaktif. Pelajar dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengoptimalkan penggunaan sosial media sebagai media komunikasi bisnis, mulai dari strategi pemasaran hingga pengelolaan merek secara online. Selain itu, kami juga akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana mengidentifikasi dan memilih sumber informasi yang berkualitas di tengah arus informasi yang begitu besar dan kompleks di media sosial.

Dengan memperkuat literasi digital pelajar, kami berharap untuk melihat peningkatan produktivitas dalam bermedia sosial, di mana mereka tidak hanya menjadi konsumen pasif tetapi juga produsen konten yang berkualitas. Dengan demikian, pelajar akan mampu lebih bijak dan kritis dalam memanfaatkan sosial media digital, serta mampu menyumbangkan konten yang bermanfaat dan bernilai bagi komunitas online mereka. Kesimpulannya, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan literasi digital di kalangan pelajar dan mempersiapkan mereka menjadi generasi yang lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi.

Kata Kunci: Literasi Digital, Komunikasi Bisnis, Konten Media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi, khususnya internet dan media sosial digital, telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Generasi muda, terutama pelajar, menjadi salah satu kelompok yang paling terpengaruh oleh transformasi ini. Mereka tumbuh dalam era di mana akses informasi begitu mudah melalui platform-platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lain sebagainya. media sosial diketahui telah banyak memberikan kontribusi bagi perubahan perilaku kewargaan hingga menciptakan budaya digital (Arianto, 2021).

Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat tantangan yang signifikan. Banyak pelajar belum memiliki pemahaman yang memadai tentang bagaimana memanfaatkan sosial media secara produktif dan bertanggung jawab. Mereka sering kali menjadi konsumen pasif, terjebak dalam mengonsumsi konten yang tidak selalu bermanfaat, terpapar informasi yang tidak diverifikasi, dan terlibat dalam interaksi yang tidak produktif.

Selain itu, dalam konteks bisnis, sosial media telah menjadi salah satu saluran komunikasi dan pemasaran yang paling berpengaruh. komunikasi bisnis dapat dikatakan sebagai saluran utama komunikasi bila mencakup komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal yang tujuannya untuk mencapai target bisnis (Purwanto, 2011). Namun, masih sedikit pelajar yang memiliki pemahaman yang cukup tentang bagaimana memanfaatkan sosial media sebagai alat komunikasi bisnis yang efektif. Kurangnya literasi digital dalam hal ini dapat menjadi hambatan bagi mereka untuk memanfaatkan peluang yang tersedia dalam ranah bisnis digital.

Oleh karena itu, ada kebutuhan yang mendesak untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pelajar, khususnya dalam hal pemanfaatan sosial media sebagai media komunikasi bisnis yang efektif dan sebagai sumber informasi berkualitas. Tidak hanya untuk cakupan bisnis, media sosial juga banyak dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran sosial untuk komunikasi kesehatan yang tujuannya menciptakan perubahan perilaku masyarakat (Yulia, 2018). Dengan memberikan pemahaman yang mendalam tentang cara

menggunakan sosial media secara bijak dan produktif, serta keterampilan dalam memproduksi konten yang berkualitas, diharapkan pelajar dapat menjadi agen perubahan positif dalam lingkungan online mereka.

Dalam konteks tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada literasi pemanfaatan sosial media digital menjadi sangat relevan dan penting. Melalui pendekatan praktis yang diusung, diharapkan dapat tercapai peningkatan produktivitas pelajar dalam bermedia sosial, sehingga mereka tidak hanya menjadi konsumen tetapi juga produsen konten yang berkualitas. Hal ini akan membawa dampak positif dalam meningkatkan literasi digital secara keseluruhan di kalangan pelajar dan mempersiapkan mereka menjadi generasi yang lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi.

Tujuan kegiatan pengabdian ini yaitu membekali pelajar dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengoptimalkan penggunaan sosial media sebagai media komunikasi bisnis, mulai dari strategi pemasaran hingga pengelolaan merek secara online. Selain itu, kami juga akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana mengidentifikasi dan memilih sumber informasi yang berkualitas di tengah arus informasi yang begitu besar dan kompleks di media sosial.

METODE PENELITIAN

Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan penelitian aksi partisipatif (PAR) dengan metode kualitatif deskriptif, yang sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh Kemmis dan McTaggart (2005). PAR dipilih karena pendekatan ini melibatkan masyarakat secara aktif dalam penelitian dan tindakan, sehingga memungkinkan kolaborasi antara peneliti dan masyarakat untuk mengidentifikasi masalah dan mencari solusinya (Baum et al., 2006). Metode yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

1. Tahapan persiapan

Tahapan ini terdiri dari tiga kegiatan, yakni identifikasi masalah dan analisis situasi, identifikasi sasaran kegiatan, dan tahapan perumusan kajian dan solusi.

2. Tahapan pelaksanaan

Tahapan ini dilakukan dengan mengidentifikasi tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta kegiatan pengabdian mengenai sosial media sebagai media komunikasi bisnis, dilanjutkan dengan ceramah dan diskusi.

3. Tahapan evaluasi

Tahapan ini dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana pemahaman dan pengetahuan peserta mengenai sosial media sebagai media komunikasi bisnis. Tahapan evaluasi dilakukan dengan pembagian kuesioner post test. Sehingga selanjutnya dapat diperbaiki materi yang disampaikan maupun metode pelaksanaan kegiatan pada kesempatan yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pelajar mengenai pentingnya literasi digital dalam penggunaan media sosial. Selain untuk meningkatkan pendapatan ekonomi pelajar, juga pemanfaatan media digital sebagai sumber informasi yang terpercaya. Hal ini dapat terlihat dari hasil perbandingan kuisisioner pretest dan posttest.

Pada pretest, tampak para pelajar masih belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai adanya potensi pemanfaatan media digital sebagai peluang bisnis dan sumber informasi berkualitas di era digitalisasi, peserta juga tidak mengetahui bahwa terdapat kiat kiat mudah atau strategi Komunikasi bisnis yang efektif dengan pemanfaatan media sosial di era digitalisasi. Walaupun sebagian peserta sudah mengetahui mengenai kiat bijak pemanfaatan media digital sebagai sumber informasi berkualitas, terbatas pada penggunaan mesin pencari

google sebagai alat mencari informasi. Setelah menganalisis hasil pretest, tim pengabdian mulai menyampaikan 3 materi mengenai (1) Media digital sebagai peluang bisnis dan sumber informasi berkualitas di era digitalisasi, (2) Strategi Komunikasi bisnis yang efektif dengan pemanfaatan media sosial di era digitalisasi, (3) Kiat bijak pemanfaatan media digital sebagai sumber informasi berkualitas.

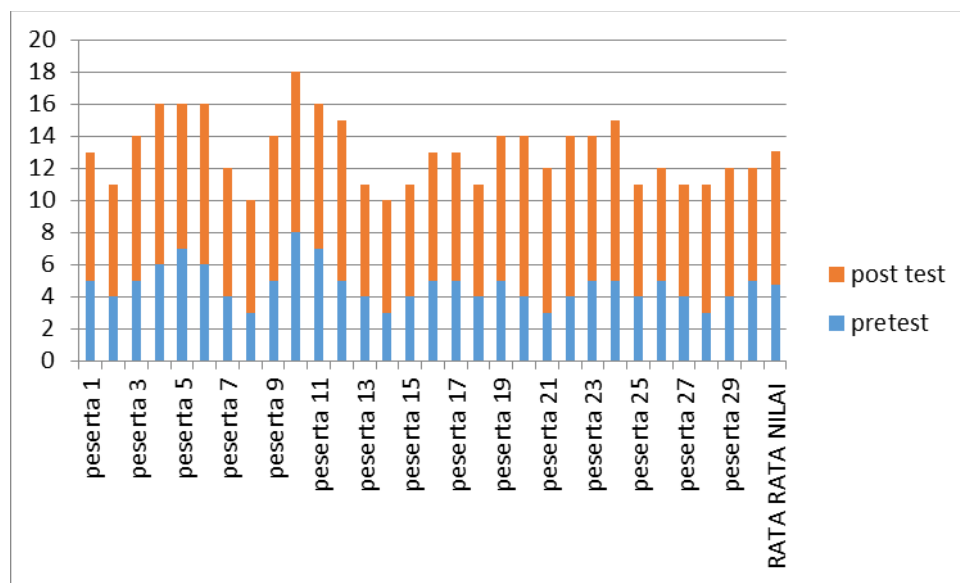


Gambar 1. Penyampaian materi oleh tim pengabdian

Pada akhir kegiatan pengabdian masyarakat, tim melaksanakan evaluasi dengan menyebarkan kuisioner post test untuk mengetahui perubahan pengetahuan dan pemahaman peserta. Total peserta yang mengisi kuesioner pada sesi Pre-Test di kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini ialah

sebanyak 30 orang. Sementara pada sesi Post-Test jumlah peserta yang mengisi kuesioner adalah berjumlah 30 orang, sama dengan pada Pre-Test yang dilakukan di awal pelaksanaan PKM. Melalui kuesioner yang telah disiapkan oleh tim PKM berjumlah 10 pertanyaan tertutup dengan skor bagi peserta yang menjawab benar untuk setiap soal adalah 1 (satu). Sehingga, skor maksimal bagi peserta yang menjawab benar semuanya ialah 15.

Berikut ini akan disajikan hasil tabulasi data yang diperoleh peserta dari pretest hingga post test.



Gambar 2 Diagram Hasil Nilai Pretest dan Posttest

Dari 30 peserta yang hadir, didapatkan nilai rata rata pretest sebesar 4,7. Sedangkan pada akhir kegiatan, didapati nilai peserta yang mengisi posttest dengan rata-rata nilai 8,4. Dengan demikian efektifitas kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pemaparan 3 materi yang disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan ini dirancang untuk mengevaluasi pemahaman pelajar tentang peluang bisnis di media sosial, keterampilan memanfaatkannya untuk produktivitas, serta pentingnya bijak dalam menggunakan media sosial sebagai sumber informasi yang berkualitas.

Pemaparan ketiga materi diatas yang merupakan penjabaran dari 3 indikator pencapaian peningkatan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan dalam komunikasi bisnis dinilai mengalami peningkatan yang signifikan.

Pemanfaatan Sosial Media sebagai Media Komunikasi Bisnis

Setiap platform media sosial memiliki karakteristik unik yang bisa dimanfaatkan untuk bisnis, dan pelajar perlu memahami perbedaan ini agar dapat memilih platform yang sesuai dengan target pasarnya. Misalnya, Instagram cocok untuk produk visual seperti fashion dan kerajinan tangan, sementara LinkedIn lebih efektif untuk jasa profesional. Pemahaman ini memungkinkan pelajar mengarahkan upaya pemasaran ke platform yang paling sesuai, serta mengenali fitur-fitur seperti marketplace, story, dan fitur promosi berbayar yang disediakan oleh masing-masing platform (Kaplan & Haenlein, 2010).

Tidak hanya itu, Pelajar perlu mempelajari dasar-dasar desain grafis atau menggunakan aplikasi desain sederhana seperti Canva untuk membuat konten yang menarik. Selain itu, mereka perlu memahami cara membuat narasi visual yang mencerminkan identitas dan keunikan produk atau jasa yang ditawarkan (Gretzel, 2018). Konten visual yang konsisten dapat membantu membangun citra dan kredibilitas merek di mata konsumen.

Kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan di media sosial merupakan keterampilan penting yang harus dikuasai pelajar. Ini mencakup cara menjawab pertanyaan, menangani keluhan, dan membangun hubungan baik dengan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), interaksi langsung dengan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas dan memperkuat hubungan emosional antara pelanggan dan merek. Pelajar perlu dilatih untuk bersikap responsif dan sopan dalam menanggapi pelanggan, karena reputasi bisnis di media sosial sangat bergantung pada cara komunikasi.

Strategi iklan berbayar di media sosial dapat sangat efektif untuk memperluas jangkauan bisnis, terutama bagi mereka yang baru memulai. Pelajar

perlu mempelajari cara mengatur iklan yang tepat sasaran menggunakan fitur iklan berbayar yang ditawarkan oleh platform seperti Facebook Ads atau Instagram Ads. Dengan mengalokasikan anggaran untuk iklan secara bijak dan menargetkan audiens tertentu, pelajar bisa memperkenalkan produk mereka kepada calon pelanggan yang lebih relevan dan berpotensi melakukan pembelian (Duffett, 2017).

Media Sosial sebagai Sumber Informasi Berkualitas

Media sosial kini menjadi salah satu sumber informasi utama bagi generasi muda, termasuk pelajar sekolah. Banyak platform seperti Instagram, Twitter, dan YouTube menyediakan beragam informasi dari berbagai bidang, seperti ilmu pengetahuan, sejarah, dan perkembangan teknologi. Namun, penting bagi pelajar untuk mengakses informasi dari akun atau kanal yang kredibel. Menurut penelitian oleh Setiawan (2021), platform media sosial yang dikelola dengan baik oleh organisasi pendidikan atau lembaga penelitian dapat menjadi sumber informasi yang valid dan relevan bagi pelajar.

Agar pelajar dapat mengakses informasi berkualitas, diperlukan literasi digital yang memadai. Menurut Rahmawati (2020), literasi digital bukan hanya kemampuan teknis untuk menggunakan perangkat, tetapi juga mencakup keterampilan dalam memilah informasi yang valid dari informasi palsu atau hoaks. Pelajar perlu diajarkan bagaimana menilai sumber informasi dengan melihat kredibilitas penulis, reputasi akun atau situs, dan konsistensi data yang disajikan. Literasi digital yang baik akan membantu pelajar menghindari informasi yang menyesatkan dan memilih sumber yang terpercaya.

Salah satu keterampilan teknis penting bagi pelajar dalam memanfaatkan media sosial adalah kemampuan untuk memverifikasi informasi. Nurhadi et al. (2019) menyarankan beberapa cara yang dapat dilakukan pelajar, seperti cross-checking atau memeriksa informasi dari lebih dari satu sumber serta memanfaatkan alat bantu seperti cekfakta.com untuk memverifikasi berita atau informasi viral. Teknik ini membantu pelajar menilai keakuratan informasi yang

mereka temukan di media sosial, serta melatih mereka untuk berpikir kritis dalam menerima informasi.

Agar informasi dari media sosial lebih bermanfaat, pelajar dapat membangun kebiasaan mencatat dan menganalisis konten yang mereka temukan. Rahmadani (2021) menyarankan agar pelajar membuat catatan kecil atau meringkas informasi penting yang mereka anggap berguna, sehingga memudahkan proses belajar atau tugas di sekolah. Kebiasaan ini juga dapat memperkuat daya ingat dan membantu mereka memfilter informasi yang benar-benar relevan dengan tujuan belajar mereka.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Bisnis dan Sumber Informasi Berkualitas bagi Pelajar SMP ini berhasil menggali potensi media sosial sebagai alat yang lebih dari sekadar sarana komunikasi dan hiburan. Melalui kegiatan ini, para pelajar dibekali pengetahuan dan keterampilan untuk memanfaatkan media sosial secara produktif, khususnya dalam konteks bisnis.

Selain itu, kegiatan ini juga menekankan pentingnya kesadaran kritis dalam menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Pelajar diajarkan untuk selektif dalam mengonsumsi informasi dan memanfaatkan media sosial secara bijak guna mendapatkan informasi yang akurat dan bermanfaat. Pendidikan literasi digital sebaiknya diperkenalkan di sekolah agar pelajar memiliki keterampilan memadai dalam memilih informasi berkualitas di media sosial. Menurut penelitian oleh Widodo (2021), program literasi digital yang terstruktur di sekolah dapat membantu pelajar memahami berbagai aspek penting dalam penggunaan media sosial secara sehat dan produktif. Dengan edukasi literasi digital, pelajar diharapkan mampu menyikapi arus informasi secara bijaksana dan menghindari dampak negatif media sosial, seperti misinformasi atau konten yang tidak sesuai dengan kebutuhan belajar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2021). Dampak Media Sosial Bagi Perubahan Perilaku Generasi Muda di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Social Politics and Governance (JSPG)*, 3(2), 118-132.
- Duffett, R. G. (2017). Influence of social media marketing communications on young consumers' attitudes. *Young Consumers*, 18(1), 19-39.
- Gretzel, U. (2018). Influencer marketing in travel and tourism. In *Tourism Management Perspectives*, 27, 131-134.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Maulana, A. (2020). Akun dan Sumber Terpercaya di Media Sosial untuk Generasi Muda. *Jurnal Penelitian Media dan Literasi Digital*, 4(2), 113-125.
- Nurhadi, M., et al. (2019). Teknik Verifikasi Informasi di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Massa*, 6(3), 67-79.
- Purwanto, D. (2011). *Komunikasi Bisnis*, Erlangga, Jakarta
- Rahmadani, F. (2021). Kebiasaan Mencatat sebagai Upaya Memperkuat Literasi Informasi pada Pelajar. *Jurnal Pendidikan Literasi*, 3(4), 98-107.
- Rahmawati, L. (2020). Literasi Digital dan Pengaruhnya terhadap Kemampuan Memilah Informasi. *Jurnal Literasi dan Informasi*, 9(1), 23-34.
- Sari, N. (2022). Optimalisasi Fitur Media Sosial untuk Meningkatkan Akses Informasi Berkualitas. *Jurnal Teknologi Informasi dan Media Sosial*, 5(1), 56-68.
- Setiawan, R. (2021). Media Sosial sebagai Sumber Informasi bagi Pelajar. *Jurnal Pendidikan Digital Indonesia*, 7(2), 134-145.
- Widodo, S. (2021). Edukasi Literasi Digital di Sekolah dan Implikasinya bagi Pelajar. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Digital*, 2(2), 89-100.

Yulia, I. (2018). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Dan Komunikasi Perubahan Perilaku (Suatu Pendekatan Studi Literature Review). HEARTY: Jurnal Kesehatan Masyarakat, 6(2).