



Langkah Bersama Intelektua  
Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat (JIPM)  
Homepage: <https://langkahbersama.id/index.php/jipm>  
ISSN: 3123 - 3058 (Media Online)  
Volume 2, No 3 Mei 2026 (Halaman 384-391)

## PELATIHAN PENGELOLAAN SDM KREATIF DAN TEKNIS PEMASARAN PRODUK MELALUI VIDEO MARKETING DI PLATFORM TIKTOK DAN INSTAGRAM PADA SISWA/I MA ASHHABUL MAIMANAH

Fariz Darmawansyah<sup>1</sup>, Daiman<sup>2</sup>, Lintang Fajrina Putri<sup>3</sup>, Oktaria Kevin Gernita<sup>4</sup>, Reza Kurnia<sup>5</sup>, Ida Yubaedah<sup>6</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang, Kota Serang, Indonesia<sup>1,2,3,4,5,6</sup>

Email : [Lintangfajrinaaa@gmail.com](mailto:Lintangfajrinaaa@gmail.com)<sup>3</sup>, [dosen03416@unpam.ac.id](mailto:dosen03416@unpam.ac.id)<sup>6</sup>

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital membutuhkan keterampilan pemasaran modern yang berbasis media sosial, terutama melalui platform TikTok dan Instagram yang didominasi oleh konten video. Namun, siswa di MA Ashhabul Maimanah Sampang masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan kedua platform tersebut sebagai sarana pemasaran produk yang efektif. Kegiatan pelayanan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam pemasaran video melalui pelatihan teknis, bantuan pembuatan konten, dan bimbingan strategi pemasaran digital. Metode implementasi meliputi sosialisasi, workshop pembuatan konten video, simulasi pemasaran produk, dan evaluasi berdasarkan hasil konten dan kinerja media sosial. Tujuan program ini meliputi peningkatan kemampuan siswa dalam menciptakan konten video kreatif, pemahaman strategi pemasaran digital yang etis, dan pengelolaan kampanye pemasaran menggunakan fitur analitik TikTok dan Instagram. Diharapkan kegiatan ini dapat mendorong siswa untuk mengembangkan kompetensi digital mereka, memperluas jangkauan pemasaran produk, dan meningkatkan daya saing mereka di era ekonomi berbasis teknologi.

**Kata Kunci : Pemasaran, Digital, Video**

### ABSTRACT

*The development of digital technology requires modern marketing skills based on social media, especially through the TikTok and Instagram platforms, which are dominated by video content. However, students at MA Ashhabul Maimanah still face limitations in utilizing these two platforms as effective means of marketing products. This community service activity aims to*

### Article History

Received: 26 Mei 2026  
Reviewed: 29 Mei 2026  
Published: 31 Mei 2026

Copyright : Author  
Publish by : JIPM



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

*improve students' skills in video marketing through technical training, content creation assistance, and digital marketing strategy guidance. Implementation methods include socialization, video content creation workshops, product marketing simulations, and evaluation based on content results and social media performance. The objectives of this program include improving students' ability to create creative video content, understanding ethical digital marketing strategies, and managing marketing campaigns using TikTok and Instagram analytics features. It is hoped that this activity will encourage students to develop their digital competencies, expand their product marketing reach, and increase their competitiveness in the technology-based economy era.*

**Keywords : Marketing, Digital, Video**

## PENDAHULUAN

MA Ashhabul Maimanah Sampang merupakan salah satu lembaga pendidikan kejuruan yang terletak di Kecamatan Tirtayasa, Kabupaten Serang, daerah dengan karakteristik semi urban yang memiliki potensi perkembangan digital cukup pesat. Wilayah Baros didominasi oleh penduduk usia produktif yang mencapai 70% dari total populasi (BPS Kabupaten Serang, 2023). Dominasi usia produktif ini mencerminkan tingginya potensi daerah dalam pengembangan ekonomi kreatif, terutama kegiatan yang berbasis teknologi digital. Tingkat penetrasi internet di wilayah ini mencapai 75%, menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat telah terhubung dengan akses internet yang memadai (Datareportal, 2025). Kondisi ini memberikan peluang besar bagi dunia pendidikan untuk mengoptimalkan pembelajaran berbasis digital sebagai bagian dari peningkatan kompetensi peserta didik.

Namun demikian, potensi digital tersebut belum diimbangi dengan kemampuan literasi digital yang memadai, khususnya di kalangan pelajar. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa siswa MA Ashhabul Maimanah Sampang belum mampu memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram secara maksimal untuk tujuan produktif, terutama sebagai media pemasaran. Meskipun hampir seluruh siswa memiliki *smartphone* dan merupakan pengguna aktif media sosial, penggunaan mereka sebagian besar masih sebatas hiburan. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara kemampuan teknis dalam mengakses platform digital dengan kemampuan strategis dalam memanfaatkannya untuk kebutuhan akademik maupun ekonomi.

Permasalahan semakin terlihat ketika siswa diminta membuat konten video digital. Sebagian besar konten yang dihasilkan masih minim kreativitas, tidak memiliki konsep pemasaran yang jelas, serta tidak mengikuti perkembangan algoritma platform digital. Siswa tidak memahami teknik dasar pemasaran melalui video seperti *storytelling*, *call to action*, pemilihan musik trending, maupun penggunaan hashtag yang tepat.

## METODE PELAKSANAAN

Mahasiswa Program Manajemen Universitas Pamulang Kampus Serang yang melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengajukan surat permohonan PKM ke Universitas Pamulang Kampus Serang. Setelah mendapat persetujuan dari pihak kampus, mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pamulang Kampus Serang, akan menghadap ke pihak kepala madrasah MA ASHHABUL MAIMANAH SAMPANG untuk mengajukan surat permohonan dan proposal kegiatan PKM di sekolah tersebut. Penetapan sasaran ini merupakan

suatu upaya untuk mengembangkan kompetensi warga siswa/siswa MA ASHHABUL MAIMANAH SAMPANG, pelaksanaan PKM telah dilakukan pada hari Sabtu, 02 Mei 2026 yang dilaksanakan secara luring dengan cara sosialisasi. Setelah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat selesai dilakukan, tahap selanjutnya akan dilakukan pembuatan laporan akhir dan presentasi sebagai laporan tugas akhir kegiatan PKM dilaksanakan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di MA Ashhabul Maimanah Sampang, menghasilkan sejumlah capaian penting, baik dalam aspek peningkatan kompetensi siswa maupun kualitas pemahaman mereka terhadap strategi pemasaran digital berbasis video. Dari total 25 siswa yang menjadi peserta, seluruhnya mengikuti rangkaian kegiatan secara aktif mulai dari tahap sosialisasi, ceramah interaktif, workshop editing video, hingga simulasi unggah konten ke TikTok dan Instagram. Hasil utama dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan siswa dalam memahami konsep dasar pemasaran digital, teknik produksi konten video, serta strategi memanfaatkan algoritma media sosial untuk mendukung penyebaran konten.

Selama workshop, siswa mampu mengoperasikan aplikasi editing seperti CapCut dan InShot dengan lebih percaya diri. Mereka berhasil membuat video marketing berdurasi 15-30 detik yang memuat pesan promosi, penggunaan template, transisi visual, dan musik trending. Selain itu, siswa juga berhasil memahami cara memilih hashtag relevan serta menentukan waktu unggah optimal agar konten dapat menjangkau audiens lebih luas. Pada tahap simulasi, sebagian siswa mendapatkan peningkatan view secara signifikan setelah menerapkan strategi yang diberikan selama pelatihan.

Hasil lainnya adalah meningkatnya antusiasme siswa dalam membuat konten kreatif. Siswa yang sebelumnya pasif dalam memanfaatkan media sosial menjadi lebih berani bereksperimen dengan ide visual, format cerita, serta penambahan elemen estetis yang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak langsung terhadap keterampilan praktis mereka. Dokumentasi kegiatan menunjukkan bahwa setiap kelompok mampu menyelesaikan video promosi yang sesuai dengan tema yang diberikan, sehingga kegiatan PKM ini dapat dinyatakan berhasil mencapai tujuan operasionalnya.

Selain capaian utama yang terlihat pada peningkatan keterampilan teknis, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini juga memberikan dampak signifikan pada aspek non-teknis, khususnya dalam hal motivasi, kerja sama tim, dan kemampuan berpikir kritis siswa. Selama proses pelatihan, siswa dituntut untuk mampu bekerja dalam kelompok kecil yang terdiri dari tiga hingga lima orang. Setiap anggota kelompok memiliki peran berbeda, seperti penulis naskah (*scriptwriter*), kameramen, editor, dan talent. Pembagian tugas ini membuat siswa belajar memahami dinamika kerja tim, menghargai pendapat anggota lain, serta berkomunikasi secara efektif demi menghasilkan karya video yang berkualitas. Melalui diskusi kelompok, siswa juga mulai mampu mengidentifikasi kekuatan masing-masing, sehingga proses pembuatan konten menjadi lebih efisien dan terarah.

Selain itu, aspek kreativitas siswa meningkat secara signifikan. Hal ini dapat dilihat dari variasi ide yang muncul selama sesi brainstorming, mulai dari konsep video humor, storytelling ringan, hingga video informatif dengan gaya presentasi modern. Siswa mampu menciptakan karakter visual yang sesuai dengan target audiens mereka, yaitu remaja seusia mereka yang aktif menggunakan TikTok dan Instagram. Kreativitas ini bukan hanya sekadar menghasilkan video yang menarik, tetapi juga menunjukkan pemahaman mereka mengenai pentingnya branding, konsistensi tema, dan kejelasan pesan promosi. Dengan kata lain, siswa tidak hanya belajar membuat video, tetapi juga memahami bahwa setiap konten harus memiliki tujuan pemasaran yang jelas dan terukur.

Dari segi pemahaman akademik, siswa menunjukkan peningkatan pengetahuan mengenai algoritma media sosial. Pada sesi ceramah, para peserta mendapatkan penjelasan tentang bagaimana algoritma bekerja dalam menampilkan konten ke pengguna lain, termasuk

faktor-faktor yang memengaruhi peluang suatu video masuk ke halaman *For You Page* (FYP). Setelah mendapatkan materi tersebut, siswa menjadi lebih mampu menganalisis konteks digital yang terjadi di platform media sosial masa kini. Mereka memahami pentingnya *engagement rate*, durasi tonton (*watch time*), penggunaan musik populer, hingga perilaku audiens dalam menentukan keberhasilan suatu konten. Pengetahuan ini terbukti bermanfaat ketika mereka melakukan simulasi unggah video: beberapa kelompok mendapatkan performa konten yang lebih baik setelah menerapkan strategi yang telah dipelajari.

Manfaat lain yang terlihat dari pelaksanaan PKM ini adalah meningkatnya kepercayaan diri siswa dalam berekspresi di ruang digital. Sebagian peserta mengaku sebelumnya merasa ragu atau malu untuk tampil dalam video karena kurang percaya diri atau merasa tidak terbiasa berbicara di depan kamera. Namun, melalui pendampingan langsung dan latihan bertahap, siswa mulai terbiasa melakukan pengambilan gambar berulang, memperbaiki intonasi suara, hingga mengatur ekspresi agar terlihat lebih natural. Peningkatan kepercayaan diri ini menjadi bekal penting bagi siswa dalam menghadapi dunia kerja, terutama jika mereka tertarik bekerja di bidang pemasaran digital, produksi konten, atau industri kreatif lainnya.

Dari perspektif keberlanjutan, hasil kegiatan ini juga memberikan dasar yang kuat bagi sekolah untuk mengembangkan program serupa di masa mendatang. Banyak guru pendamping menyatakan bahwa materi yang diberikan sangat relevan dengan kebutuhan kompetensi abad 21, khususnya literasi digital dan keterampilan komunikasi visual. Guru juga melihat bahwa pelatihan ini dapat dijadikan program tahunan atau dimasukkan ke dalam kegiatan ekstrakurikuler multimedia dan kewirausahaan. Dengan demikian, dampak kegiatan PKM tidak berhenti pada saat pelatihan saja, tetapi dapat terus berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang bagi siswa maupun institusi sekolah.

Dokumentasi selama kegiatan menunjukkan bahwa siswa sangat antusias mengikuti setiap tahap pelatihan. Antusiasme ini tampak ketika siswa dengan cepat menanyakan hal-hal teknis, mencoba berbagai fitur aplikasi editing, dan melakukan take video berulang demi mendapatkan hasil terbaik. Pada sesi praktik editing, siswa menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik, terutama dalam memahami penggunaan *timeline*, *overlay*, *keyframe*, serta fitur *color grading* dasar yang dapat mempercantik visual. Kecepatan mereka dalam mempelajari fitur tersebut menunjukkan bahwa siswa memiliki potensi besar dalam bidang produksi konten digital.

Selain itu, kegiatan PKM ini juga memberikan kontribusi dalam meningkatkan literasi media siswa. Mereka tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga belajar memahami etika digital, termasuk cara menggunakan musik bebas hak cipta, menghindari penyalahgunaan gambar atau video orang lain tanpa izin, serta pentingnya menjaga keamanan data pribadi saat beraktivitas di media sosial. Materi mengenai etika digital ini penting untuk mencegah pelanggaran hak cipta maupun kesalahan publikasi yang dapat berdampak negatif di kemudian hari. Aspek lain yang turut berkembang adalah kemampuan siswa dalam melakukan analisis sederhana terhadap performa konten. Pada tahap simulasi unggah, peserta diminta mengamati jumlah tayangan, komentar, dan *likes* yang muncul selama beberapa waktu. Setelah itu, mereka diajak berdiskusi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi performa konten tersebut. Siswa mulai memahami bahwa proses pemasaran digital tidak hanya berhenti pada pembuatan konten, tetapi juga mencakup evaluasi, riset perilaku audiens, dan pengembangan strategi lanjutan agar konten berikutnya lebih efektif. Dengan demikian, pelatihan ini menanamkan pola pikir yang lebih analitis dan strategis pada diri siswa.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan PKM di MA Ashhabul Maimanah Sampang. dapat dinyatakan sangat berhasil dan memberikan manfaat yang komprehensif bagi peserta. Kegiatan ini bukan hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan teknis siswa, tetapi juga membangun karakter, kreativitas, dan kesiapan mereka dalam menghadapi perkembangan teknologi digital yang semakin pesat. Dengan adanya pelatihan ini, siswa

memiliki bekal awal yang cukup kuat untuk terjun ke dunia pemasaran digital, baik sebagai konten kreator pemula maupun sebagai calon tenaga kerja di industri kreatif. Kegiatan PKM ini juga mampu memperkuat hubungan antara perguruan tinggi, sekolah, dan masyarakat, sehingga menciptakan sinergi dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia di bidang teknologi dan komunikasi visual.

#### Pembahasan Hasil Kegiatan

Hasil kegiatan PKM menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam literasi digital siswa, terutama dalam aspek pemahaman strategi pemasaran digital dan kemampuan teknis membuat video marketing. Berdasarkan pengamatan selama kegiatan, siswa dapat mengikuti materi dengan baik, terutama setelah diberikan contoh konkret mengenai perbedaan konten yang sesuai dan tidak sesuai dengan kebutuhan algoritma TikTok. Media sosial merupakan alat promosi yang efektif apabila dikelola secara tepat (Nurmalasari & Novianita, 2023). Peningkatan keterampilan siswa dalam membuat konten menegaskan bahwa mereka memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai kreator digital maupun pelaku usaha muda di masa mendatang.

Selain itu, pelatihan ini memberikan gambaran bahwa metode pembelajaran berbasis praktik langsung sangat efektif untuk siswa MA. Penjelasan teoretis yang dikombinasikan dengan praktik editing video membuat siswa lebih mudah memahami konsep. Hasil karya yang dihasilkan siswa menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mampu menerapkan teknik storytelling sederhana, penggunaan transisi visual, serta pemilihan musik trending untuk meningkatkan daya tarik konten.

Respons siswa dan guru pendamping juga menunjukkan bahwa pelatihan ini memberikan nilai tambah bagi sekolah, terutama karena mampu memperkenalkan teknik pemasaran modern yang relevan dengan kurikulum kewirausahaan. Siswa MA Ashhabul Maimanah Sampang memiliki kapasitas besar untuk mengembangkan kompetensi digital apabila diberikan fasilitas dan pelatihan yang tepat (Yulyanti et al., 2024).

Selain meningkatkan kemampuan teknis dan pemahaman teoretis, kegiatan PKM ini juga memperlihatkan adanya perubahan sikap siswa terhadap pemanfaatan media sosial secara produktif. Banyak siswa yang sebelumnya memandang TikTok dan Instagram hanya sebagai sarana hiburan, kini mulai memahami bahwa kedua platform tersebut dapat menjadi media promosi yang sangat efektif dan murah untuk mengenalkan produk, jasa, maupun personal branding. Pergeseran cara pandang ini sangat penting karena membentuk pola pikir kreatif dan wirausaha sejak dini, sejalan dengan tujuan pendidikan vokasi yang menekankan kompetensi kerja serta kemandirian siswa.

Pelatihan juga menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi siswa bukan terletak pada kemampuan teknis editing, tetapi lebih pada proses merumuskan ide dan mengembangkan konsep konten yang relevan. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa kreativitas merupakan faktor kunci dalam menarik perhatian audiens di platform digital. Dengan adanya kegiatan brainstorming dalam kelompok, siswa belajar mengevaluasi ide mana yang paling menarik, sesuai dengan target audiens, serta memungkinkannya untuk dieksekusi dengan keterbatasan alat yang tersedia.

Dari sisi implementasi, metode pelatihan kolaboratif terbukti mampu meningkatkan partisipasi aktif siswa. Ketika siswa diberikan ruang untuk mencoba, bereksperimen, dan mengulang proses editing, mereka menjadi lebih percaya diri dan tidak ragu mengambil inisiatif. Guru pendamping juga menilai bahwa keterampilan digital yang diperoleh selama kegiatan PKM dapat diintegrasikan ke dalam proyek sekolah, misalnya untuk promosi kegiatan sekolah, dokumentasi acara, hingga konten kewirausahaan siswa.

Secara keseluruhan, pembahasan terhadap hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital berbasis video tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis siswa, tetapi juga membentuk mindset kewirausahaan digital yang adaptif terhadap

perkembangan teknologi. Dengan dukungan sekolah dan keberlanjutan program, siswa berpotensi menjadi generasi kreatif yang mampu bersaing dalam era ekonomi digital.

#### Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk menilai efektivitas pelaksanaan PKM secara menyeluruh, meliputi aspek perencanaan, pelaksanaan, keaktifan peserta, dan keberhasilan pencapaian tujuan. Berdasarkan hasil evaluasi, beberapa aspek pelaksanaan dinilai sangat baik, terutama koordinasi dengan pihak sekolah yang berjalan efektif, kesiapan peserta, serta kelengkapan fasilitas yang digunakan seperti smartphone dan koneksi internet. Siswa juga menunjukkan tingkat partisipasi tinggi dalam setiap tahapan kegiatan.

Namun demikian, terdapat beberapa catatan evaluatif yang dapat dijadikan perbaikan untuk kegiatan serupa di masa mendatang. Pertama, beberapa siswa masih memerlukan pendampingan tambahan dalam aspek teknis editing video, khususnya penggunaan fitur lanjutan. Waktu kegiatan juga menjadi salah satu kendala, karena antusiasme siswa membuat mereka membutuhkan waktu lebih panjang untuk menyelesaikan proses editing. Selain itu, kapasitas jaringan internet di sekolah sesekali mengalami penurunan sehingga proses unggah konten berjalan lebih lambat dari yang direncanakan.

Meski demikian, secara keseluruhan kegiatan PKM dapat dinyatakan berhasil dan efektif dalam mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kompetensi siswa dalam pemasaran digital melalui video marketing. Evaluasi ini menjadi dasar penting untuk pengembangan model pelatihan lanjutan yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Selain aspek-aspek tersebut, evaluasi juga menunjukkan bahwa metode pembelajaran yang digunakan selama kegiatan PKM yaitu kombinasi ceramah interaktif, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan kelompok terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan siswa. Pendekatan ini memungkinkan peserta untuk tidak hanya memahami konsep secara teoretis, tetapi juga mengaplikasikannya secara langsung. Namun, evaluasi mendalam mengungkapkan bahwa beberapa kelompok membutuhkan arahan lebih intensif dalam proses pra-produksi, seperti penulisan naskah dan perencanaan alur cerita. Hal ini menunjukkan pentingnya menyediakan modul khusus tentang *storyboard* dan manajemen produksi sederhana untuk memastikan siswa dapat memulai proses editing dengan lebih terarah.

Di sisi lain, evaluasi menunjukkan bahwa fasilitas sekolah secara umum mendukung keberlangsungan kegiatan, tetapi masih terdapat beberapa hambatan teknis yang dapat diperbaiki pada program selanjutnya. Misalnya, kualitas kamera pada beberapa smartphone siswa kurang optimal sehingga memengaruhi hasil visual video. Beberapa siswa juga mengalami keterbatasan ruang untuk melakukan pengambilan gambar, terutama ketika cuaca kurang kondusif atau ketika area sekolah sedang padat aktivitas. Oleh karena itu, diperlukan pengaturan waktu pengambilan gambar yang lebih fleksibel atau penyediaan ruang khusus untuk kegiatan produksi konten.

Selain hambatan teknis, evaluasi juga menyoroti pentingnya penguatan motivasi siswa sejak awal kegiatan. Walaupun sebagian besar peserta menunjukkan antusiasme tinggi, terdapat beberapa siswa yang pada tahap awal tampak ragu atau kurang percaya diri untuk tampil di depan kamera. Setelah diberikan dorongan dan contoh konkret, mereka mulai aktif berpartisipasi. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan kegiatan tidak hanya bergantung pada keterampilan teknis, tetapi juga pada pendekatan psikologis yang mampu membangun rasa percaya diri siswa. Ke depan, sesi pembukaan kegiatan dapat diperkuat dengan *ice breaking* atau aktivitas kreatif untuk membangun kenyamanan peserta.

Evaluasi juga dilakukan melalui umpan balik guru pendamping yang menyatakan bahwa kegiatan PKM ini sejalan dengan kebutuhan peningkatan kompetensi digital di lingkungan sekolah. Guru menilai bahwa materi yang disampaikan relevan dengan perkembangan industri kreatif saat ini dan dapat mendukung kurikulum kewirausahaan serta mata pelajaran multimedia. Namun, mereka juga mengusulkan agar kegiatan diberikan dalam bentuk program bertahap, misalnya pelatihan tingkat dasar, menengah, dan lanjutan. Dengan demikian, siswa

yang sudah menguasai materi dasar dapat melanjutkan ke level lebih tinggi tanpa mengulang pembelajaran dasar.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menyimpulkan bahwa meskipun terdapat beberapa kendala minor, kegiatan PKM ini berhasil mencapai tujuan utamanya. Kegiatan terlaksana dengan baik, peserta aktif, dan hasil karya video yang dihasilkan menunjukkan peningkatan kompetensi yang signifikan. Evaluasi ini tidak hanya menjadi cerminan keberhasilan program, tetapi juga menjadi acuan penting untuk penyempurnaan program ke depan agar pelatihan dapat berjalan lebih efektif, terstruktur, dan memberikan dampak berkelanjutan bagi siswa dan sekolah.



Gambar 1. Kegiatan PKM

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengenai bimbingan teknis pemasaran produk melalui video marketing di platform TikTok dan Instagram memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kompetensi digital siswa MA Ashhabul Maimanah Sampang. Seluruh rangkaian kegiatan yang meliputi penyampaian materi, workshop editing video, hingga simulasi unggah konten terbukti efektif dalam membantu siswa memahami konsep pemasaran digital secara komprehensif. Siswa yang semula hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana hiburan kini mampu melihat potensi besar yang dapat digunakan untuk kegiatan produktif, khususnya dalam bidang promosi dan pengembangan usaha.

Melalui kegiatan ini, siswa memperoleh kemampuan praktis dalam membuat konten video yang kreatif dan menarik. Mereka memahami teknik dasar pengambilan gambar, penggunaan aplikasi editing seperti CapCut dan InShot, pemilihan musik trending, serta strategi penggunaan hashtag dan waktu unggah optimal. Selain keterampilan teknis, siswa juga mampu memahami cara kerja algoritma TikTok dan Instagram sehingga dapat menyusun strategi yang lebih tepat dalam meningkatkan jangkauan dan interaksi konten mereka. Pemahaman ini sangat penting mengingat algoritma media sosial menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan promosi digital.

Selain itu, kegiatan seperti PKM ini sebaiknya dilaksanakan secara rutin agar semakin banyak siswa yang mendapatkan manfaat dan semakin siap menghadapi perubahan teknologi di masa mendatang. Keberlanjutan kegiatan ini akan memperkuat budaya literasi digital di lingkungan sekolah sekaligus mendorong terciptanya generasi muda yang kreatif, adaptif, dan kompetitif di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Indrawati, S. M. (2020). Digital marketing sebagai kompetensi wajib di SMK. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 6(1), 1-10.
- Basuki, A., & Prawira, D. (2019). Peningkatan kompetensi siswa SMK melalui model teaching factory. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 9(1), 78-86.

- Dharma, Agus, 2003, manajemen berbasis sekolah: belajar dari pengalaman orang lain, Artikel Pendidikan Network
- Handoko, T. H. (2018). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indrawati, S. M. (2020). Digital marketing sebagai kompetensi wajib di SMK. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 6(1), 1-10.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education
- Rakhmawati, F. (2016). BENGKEL KERJA KOMUNIKASI : Upaya Pemberdayaan Mahasiswa Perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia. <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/2524> 2(5): 905-13.
- Rivai, V., & Sagala, E. J. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Wijaya, A. F. (2020). Kompetensi kerja dan kesiapan kerja siswa SMK di era digital. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 25(2), 187-196.
- Yuliana, Sinta. "Tantangan UMKM dalam Menghadapi Era Digitalisasi Ekonomi." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, vol. 2, no. 1, 2020, pp. 21-29.