

Penerapan Digital Marketing Bagi Generasi Muda HKBP Rogate Medan

Elisabet Tambunan¹, Mery Lani Purba^{2*}, Idahwati³, Dina Pebrianti Sirait⁴, Wardinus Gulo⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia, Medan, Sumatera Utara, Indonesia

*penulis korespondensi : melanielarina@gmail.com

Abstrak. Di era digital yang berkembang pesat, *digital marketing* telah menjadi elemen penting dalam dunia bisnis bahkan menjadi alat yang penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan efektif. Generasi muda memiliki potensi besar untuk memanfaatkan teknologi ini guna meningkatkan daya saing dan membuka peluang usaha baru. Gereja HKBP Rogate Medan melihat potensi besar dalam penerapan *digital marketing* untuk meningkatkan partisipasi dan keterlibatan generasi muda dalam kegiatan gereja. Melalui *digital marketing*, gereja dapat memperluas jangkauan pelayanannya dan menarik lebih banyak generasi muda untuk terlibat aktif. Melalui sinergi antara pihak Gereja dan tim pengabdian pada masyarakat, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang lebih luas, tidak hanya pada tingkat individual generasi muda, tetapi juga pada tingkat komunitas gereja dan industri. Pendekatan ini menggambarkan komitmen tim pengabdian pada masyarakat untuk terus majukan kualitas pendidikan di setiap komunitas masyarakat.

Abstract. In the rapidly evolving digital era, *digital marketing* has become a crucial element in the business world, serving as an essential tool for reaching a broader and more effective audience. The younger generation holds significant potential to leverage this technology to enhance competitiveness and open new business opportunities. HKBP Rogate Medan Church recognizes the substantial potential in implementing *digital marketing* to boost participation and engagement of the youth in church activities. Through *digital marketing*, the church can expand its outreach and attract more young people to actively engage. By fostering synergy between the Church and the community service team, this initiative is expected to bring broader positive impacts, not only at the individual level for the youth but also at the community and industry levels. This approach reflects the community service team's commitment to continuously advancing the quality of education in every community.

Historis Artikel:

Diterima : 19 Juli 2024

Direvisi : 28 Juli 2024

Disetujui : 07 Agustus 2024

Kata Kunci:

penerapan; digital marketing; generasi muda

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang berkembang pesat, *digital marketing* telah menjadi elemen penting dalam dunia bisnis bahkan menjadi alat yang penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan efektif. Generasi muda memiliki potensi besar untuk memanfaatkan teknologi ini guna meningkatkan daya saing dan membuka peluang usaha baru. Gereja HKBP Rogate Medan melihat potensi besar dalam penerapan *digital marketing* untuk meningkatkan partisipasi dan keterlibatan generasi muda dalam kegiatan gereja. Melalui *digital marketing*, gereja dapat memperluas jangkauan pelayanannya dan menarik lebih banyak generasi muda untuk terlibat aktif. Namun, masih banyak di antara mereka yang kurang memahami penerapan *digital marketing* yang efektif. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan generasi muda dalam *digital marketing*.

Melalui sinergi antara pihak Gereja dan tim pengabdian pada masyarakat, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang lebih luas, tidak hanya pada tingkat individual generasi muda, tetapi juga pada tingkat komunitas dan industri. Pendekatan ini menggambarkan komitmen tim pengabdian pada masyarakat untuk terus majukan kualitas pendidikan di setiap komunitas masyarakat.

SOLUSI PERMASALAHAN MITRA

Permasalahan yang dihadapi oleh generasi muda dalam penerapan *digital marketing* dapat bervariasi tergantung pada konteks dan lingkungan mereka. Berikut adalah beberapa permasalahan umum yang dihadapi oleh generasi muda-mudi HKBP Rogate Medan dalam menerapkan *digital marketing*: (1) Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan; (2) Akses Terbatas ke Sumber Daya; (3) Tantangan dalam Pembuatan

Konten; (4) Manajemen Waktu; (5) Perubahan Algoritma dan Tren; (6) Analisis dan Pengukuran; (7) Interaksi dan Engagement; (8) Dukungan Organisasi

Beberapa langkah solusi konkret yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut di atas adalah:

1. Edukasi dan Pelatihan: Menyelenggarakan pelatihan rutin untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan *digital marketing*.
2. Penyediaan Sumber Daya: Mengalokasikan dana atau mencari sponsor untuk mendukung kebutuhan teknologi dan sumber daya lainnya.
3. Kreativitas dan Konsistensi: Mendorong kolaborasi dalam tim untuk menghasilkan ide kreatif dan menjaga konsistensi produksi konten.
4. Manajemen Waktu: Membantu anggota muda-mudi dalam mengatur waktu mereka dengan lebih baik dan menetapkan prioritas.
5. Adaptasi Terhadap Perubahan: Memberikan pembelajaran berkelanjutan tentang tren dan teknologi terbaru dalam *digital marketing*.
6. Analisis Data: Melatih anggota untuk memahami dan menggunakan alat analitik untuk mengukur kinerja kampanye.
7. Membangun Engagement: Mengembangkan strategi untuk membangun dan mempertahankan audiens yang aktif serta menangani respon negatif dengan bijaksana.
8. Dukungan Organisasi: Mendapatkan dukungan dari seluruh anggota gereja dan memastikan ada kolaborasi yang baik dalam penerapan strategi *digital marketing*.

Diharapkan dengan pendekatan yang komprehensif dan dukungan yang tepat, generasi muda-mudi HKBP Rogate Medan dapat mengatasi berbagai tantangan dalam penerapan *digital marketing* dan mencapai tujuan yang diinginkan.

METODE

Kegiatan ini berupa Seminar Penerapan *Digital Marketing* Bagi Generasi Muda Gereja HKBP Rogate Medan. Dilaksanakan selama 1 hari yaitu pada hari Sabtu tanggal 27 April 2024. Langkah-langkah kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Mengadakan rapat tim PKM dan penentuan kepanitian bermitra dengan Pengurus Gereja HKBP Rogate Medan.
2. Berkoordinasi dengan pihak Pengurus Gereja HKBP Rogate Medan.
3. Pelaksanaan Seminar Penerapan *Digital marketing* Bagi Generasi Muda Gereja HKBP Rogate Medan.
4. Sebagai evaluasi dari pelaksanaan kegiatan ini, di awal seminar, tim memberikan kuis interaktif menggunakan aplikasi Quizizz yang berhubungan dengan mata materi seminar yaitu *digital marketing*. Di akhir kegiatan diadakan sesi tanya jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara keseluruhan kegiatan berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan. Semua pihak dapat bekerjasama dengan baik. Para peserta begitu antusias dan berpartisipasi aktif. Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 hari. Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini mengusung tema “Penerapan *Digital marketing* Bagi Generasi Muda”. Kegiatan ini dilaksanakan dengan santai dan disesuaikan dengan usia peserta. Peserta tampak begitu antusias mengikuti kegiatan tersebut dikarenakan topik ini benar-benar berhubungan dengan kondisi saat ini di mana kehidupan kita tidak terlepas dari *digital marketing* dalam berbelanja secara *online*. Adapun topik yang dibahas dalam seminar ini adalah berhubungan dengan materi *digital marketing* Materi 1: Pengenalan Digital Marketing; Materi 2: Strategi Konten dan Media Sosial; Materi 3: Optimasi Mesin Pencari (SEO); Materi 4: Penggunaan Iklan Digital



Gambar 1. Pembukaan oleh Pembina Muda-Mudi HKBP Rogate Medan



Gambar 2. Pemaparan Materi oleh Narasumber



Gambar 3. Foto Bersama Tim Dosen dan Mahasiswa PKM, Pembina, Pengurus dan Muda-Mudi HKBP Rogate Medan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan generasi muda dalam *digital marketing*. Peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam memahami konsep dasar, strategi, dan penggunaan alat *digital marketing*.

Berdasarkan kesimpulan di atas, tim pengabdian pada masyarakat memberikan beberapa saran untuk kegiatan ini:

1. Kegiatan serupa sebaiknya dilakukan secara berkala untuk menjangkau lebih banyak generasi muda.
2. Perlu adanya kerjasama dengan pihak-pihak lain, seperti perusahaan teknologi atau pemerintah daerah, untuk mendukung keberlanjutan program ini.
3. Penambahan sesi praktek yang lebih intensif dan mendalam agar peserta dapat lebih mahir dalam penerapan *digital marketing*.

Dengan kegiatan ini, diharapkan generasi muda dapat lebih memahami dan menerapkan *digital marketing* dalam kehidupan sehari-hari serta dalam pengembangan usaha, sehingga dapat meningkatkan daya saing di era digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami dari tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengucapkan terima kasih kepada Pengurus dan Jemaat HKBP Rogate Medan yang telah mendukung dan memfasilitasi kami dalam melaksanakan kegiatan PKM sebagai salah satu Tridarma di Perguruan Tinggi. Juga atas dukungan dari pimpinan dan jajaran Universitas Sari Mutiara Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Ardhana VY, Mulyodiputro MD, Hidayati L. Optimalisasi Digital Marketing Bagi Generasi Z Dalam Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*. 2023 Dec 30;2(2):144-59.

Depari GS, Tambunan E, Purba R. Pemasaran Digital di Era Pandemi Covid-19. *Abdikan: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*. 2022 May 30;1(2):109-13.

Haloho E, Purba ML, Idahwati I. Pengaruh Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Lim's Cafe Kisaran. *Jurnal Mutiara Manajemen*. 2020 Jun 24;5(1):1-4.

Huda N. Peluang, tantangan dan dampak digital marketing di era society 5.0. *Jurnal Keislaman Terateks*. 2021 Oct 10;6(2):126-44.

Nafsiah SN, Marlindawati M, Dinny D, Darwin D, Akuntari NI. Mengenalkan Konsep Bisnis Digital Kepada Generasi Muda Untuk Merangsang Semangat Berwirausaha Pada Pelajar SMA RA Kartini Palembang. *Jurnal Pengabdian Mandiri*. 2024 Jan 25;3(1):39-46.

Purba ML, Haloho E, Hasibuan R. Seminar Creativepreneurship Dan Workshop Dasar Digital Marketing Produk Umkm Di Era Milenial. *Journal of Community Service*. 2019 Dec 2;1(1):033-7.

Purba ML, Tambunan E, Siregar M. Pembentukan Karakter di Era Digital dan Media Sosial Bagi Muda Mudi HKBP Rogate Medan. *Jurnal Abdimas Mutiara*. 2023 Aug 7;4(2):94-8.

Simanihuruk P, Prahendratno A, Tamba D, Sagala R, Ahada R, Purba ML, Hidayat DR, Rachman SH. MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN: Strategi Pemasaran yang Efektif pada Era Digital. PT. Sonpedia Publishing Indonesia; 2023 May 2.