

## KOMUNIKASI KREATIF DIGITAL MARKETING DALAM BERMEDIA SOSIAL

### CREATIVE COMMUNICATION DIGITAL MARKETING IN SOCIAL MEDIA

Rosmala<sup>1\*</sup>, Susi Artuti Erda Dewi<sup>2</sup>, Debby Kurniadi<sup>3</sup>, Cici Marlina<sup>4</sup>, M. Aulia Rachman Kamil<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Bunda Indonesia, Pekanbaru, Indonesia

\*rosmala@upbi.ac.id

**Abstrak:** Memahami digital marketing dapat membuka pintu menuju karir yang menjanjikan di berbagai bidang. Dapat menjadi seorang spesialis SEO, manajer media sosial, copywriter, analis data, atau bahkan seorang digital marketing strategist. Semua ini merupakan peran penting dalam mengembangkan dan mengelola kampanye digital yang sukses. Jumlah peserta yang hadir 58 orang. Tujuan seminar dilakukan untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan memiliki kemampuan dalam creative communication, analis digital marketing dalam bermedia sosial. Metode yang digunakan dalam seminar ceramah, diskusi dan tanya jawab, kemudian evaluasi hasil pelaksanaan seminar. Hasil seminar berdampak positif terhadap peserta seminar. Pertama, pemahaman peserta terhadap creative communication meningkat sebanyak 42%. Pemahaman tentang digital marketing sebanyak 33 % dan media sosial 25%. Kegiatan yang dilakukan menemukan hal baru dimana peserta ingin menjadi conten creator dan media sosial specialist.

**Kata Kunci:** Kreatif Komunikasi; Digital Marketing; Media Sosial

**Abstract:** Understanding digital marketing can open the door to a promising career in various fields. Can become an SEO specialist, social media manager, copywriter, data analyst, or even a digital marketing strategist. All of these are important roles in developing and managing a successful digital campaign. The number of participants who attended was 58 people. The purpose of the seminar was to increase knowledge, insight into having the ability in creative communication, digital marketing analysts in social media. The methods used in the seminar were lectures, discussions and questions and answers, then evaluation of the results of the seminar. The results of the seminar had a positive impact on seminar participants. First, participants' understanding of creative communication increased by 42%. Understanding of digital marketing by 33% and social media by 25%. The activities carried out found new things where participants wanted to become content creators and social media specialist

**Keywords:** Creative Communication; Digital Marketing; Social Media

#### Article History:

Received	Revised	Published
30 Juni 2025	10 Juli 2025	15 Juli 2025

#### Pendahuluan

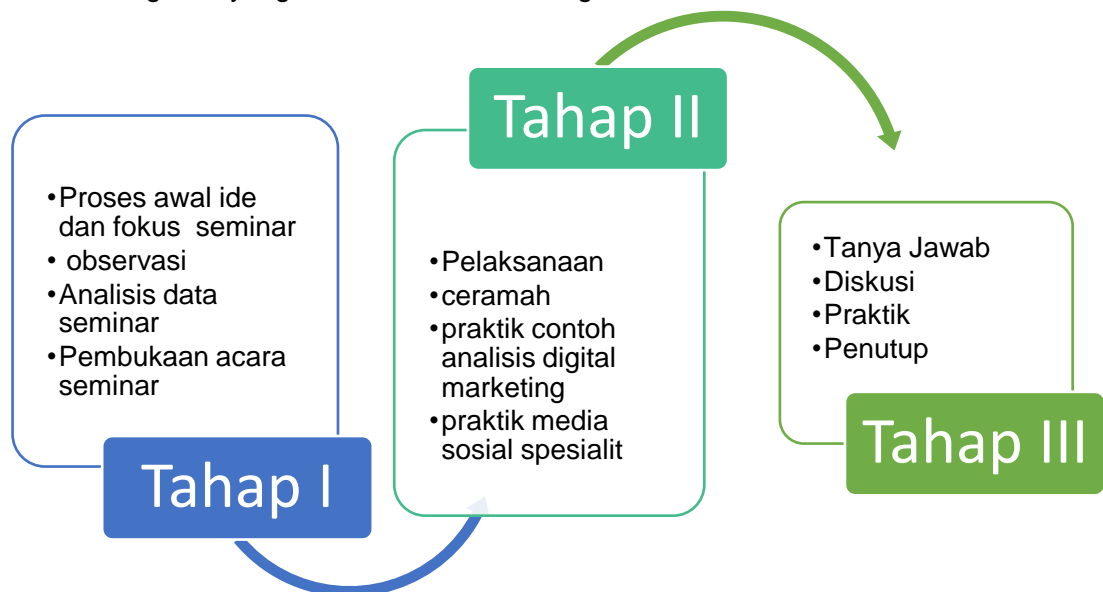
Era digital ini, perkembangan teknologi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk cara berbisnis dan memasarkan produk. Munculnya media sosial telah membuka peluang baru bagi para pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Digital marketing, khususnya melalui media sosial, telah menjadi strategi pemasaran yang penting bagi berbagai jenis usaha. Digital marketing menjadi topik populer akhir-akhir ini. Dalam praktiknya, ada banyak strategi yang eksis agar seseorang mampu luhai bergelut di dunia tersebut. Di samping itu, pemasaran digital ini juga memiliki ragam manfaat yang menggiurkan. Pemasaran digital merupakan upaya memasarkan produk lewat media digital seperti website, email, media sosial, dan sebagainya demi mendapatkan cuan maksimal dengan modal minimal.

dibalik itu smeu a masih menjadi keresehan bagi pelaku bisnis, akademisi dan mahaiswa, dan publik. Peluang di bidang social media specialist semakin luas karena banyak perusahaan kini lebih memilih merekrut generasi Z yang lebih familiar dengan media sosial. Namun, sebagian besar Gen Z masih berstatus mahasiswa yang membutuhkan tempat magang untuk menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah. Oleh karena itu, perusahaan banyak membuka program magang atau internship untuk mengelola media sosial mereka(Hasbi, 2025).

Tujuan seminar dilakukan adalah untuk menjawab apa yang menjadi pemasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis, akademisi,mahasiswa dan publik. Seminar ini dilakukan untuk memberikan solusi yang dirasakan oleh peserta bagaimana kreatif komunikasi digital marketing dalam bermedia sosial. Melalui digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan secara real time dan bisa di akses di seluruh dunia yang memiliki jaringan internet (Serdianus & Toding, 2023). Digital marketing sebagai pemasaran yang menyediakan interaksi denganpela nggan dan mitra bisnis menggunakan teknologi informasi dan komunikasi digital serta perangkat elektronik untuk menciptakan jaringan interaksi (Sokolova & Titova, 2019). Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Cahyono, 2022)

### Metode

Kegiatan seminar dilakukan di Jl. Parit Indah Kampus II Universitas Persada Bunda Indonesia di Pekanbaru pada hari Sabtu 21 Juni 2025. Jumlah peserta kegitan 58 Orang. Adapun bentuk kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut.



Gambar 1: Alur Metode Pelaksanaan

Metode kegiatan dilakukan dengan pembukaan oleh Aldian Febris Adhiwidjaya selaku MC pembacaan doa oleh Farel Atillah. Sambutan dari Dekan FISIP UPBI, Sambutan dari Project manager Sanchar EO. Acara ini dilakukan dengan 3 tahapan . Pada tahap pemberian materi tentang “ Komunikasi Kreatif Digital Marketing Dalam Bermedia Sosial” disampaikan oleh Pemateri I oleh Dr. Rosmala S.Sos.,M.Si. Materi tentang digital marketing selaku pemateri II, oleh Debby Kurniadi S.Ikom., M.I.Kom. Pemateri III adalah Ibu Susi Artuti Erda Dewi S.Sos.,M.Si. tentang Pemanfaatan media sosial dan media sosial specialist. Tahap terakhir dielakukan evaluasi dengan mengisi kuisisioner pada peserta untuk mengukur tingkat

keberhasilan kegiatan seminar tercapai atau tidaknya kegiatan yang sudah diselenggarakan. Serta untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta pada materi yang sudah diberikan saat seminar diselenggarakan apakah wawasan mengalami peningkatan dan berimpact pada acara seminar.

Tabel 1. Rundown Kegiatan Seminar

No	Waktu	Kegiatan	Keterangan
1	06.30-7.30	Prepare tim	Mempersiapkan kebutuhan seminar
2	08.00-08.30	Registrasi Acara	Ticket registrasi audiens yang hadir
3	08.30-08.40	Opening MC	Mc meminta seluruh peserta berdiri dan menyanyikan lagu Indonesia raya
4	08.43-08.48	Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	Menyanyikan lagu Indoensia Raya
5	08.48-08.55	Doa	Memimpin Doa Oleh Farel Atillah
6	08.55-09.05	Sambutan Dekan Fisip UPBI	Sambutan dari Bapak Dr. Andi Kardian Riva'i S.Sos.,M.Si
7	09.05-10.15	Sambutan Manager Rose Aesthetic Klinik	Sambutan dari Ibu Tengku Safni S.Pd
8	10.15-11.10	Sesi 1: Narasumber 1	Dr. Rosmala S.Sos.,M.Si
9	11.10-12.00	Sesi 2: Narasumber 2	Debby Kurniadi S.I.Kom.,M.IKom
10	12.00-12.30	Tanya jawab	Diskusi , sharing terkait materi creative communication, digital marekting, analisa data marketing
11	12.30-13.10	Ishoma	Makan dan sholat
12	13.10-14.15	Sesi 3: Narasumber 3	Susi Artuti Erda Dewi S.Sos.,M.Si
13	14.15- 15.30	Diskusi, praktik	Diskusi tanya jawab, praktik post dan create di akun media sosial peserta
14	15.30-15.45	Penutup,Penyerahan sertifikat	Penyerahan sertifikat kepada narasumber
15	16.00-16.15	Foto Bersama,closing MC	Foto bersama seluruh peserta, penutupan

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan pemahaman, pengetahuan kepada audiens mahaiswa, mitra pkm yaitu the rose astetic klinik terkait kreatif komunikasi digital marketing dalam bermedia sosial. Pemaparan materi dari narasumber I terkait “mengapa creative communication sangat penting bagi mahasiswa, instansi lembaga pemerintah, perusahaan, pelaku bisnis” Manfaat materi I yang disampaikan Dr. Rosmala S.Sos.,M.Si sebagai berikut: (1) menambah pengetahuan bahwa memiliki kemampuan creative communication membuka peluang kerja dengan gaji yang terbilang besar; (2) dapat mendorong kemauan untuk lebih kreatif, kritis, berpikir cepat, dan jeli melihat peluang;(3) creative communication mampu membuat konten yang relatable dengan kondisi banyak orang; (4) Untuk bersaing secara sehat dengan kompetitor lain dibutuhkan gaya yang unik sehingga tampak lebih menonjol ;(5) berguna untuk memperluas jangkauan bisnis; (6) membuat konten sangat membantu

perusahaan membangun citra positif di mata khalayak dan membuat citra perusahaan makin kuat; (7) kemampuan creative communication yang digunakan untuk kepentingan bisnis membuat suatu merek atau perusahaan tampak lebih menonjol.



Gambar 2. Dokumentasi Seminar, 2025

Data pada gambar 2 menunjukkan kegiatan dokumentasi seminar bersama peserta dan narasumber. Pemaparan narasumber II oleh Bapak Debby Kurniadi S.I.kom.,M. I.Kom terkait “Digital Marketing” pemateri memberikan materi sebagai berikut: (1) Digital marketing juga menawarkan keterukuran yang mendalam, memberikan kemampuan untuk mengukur setiap aspek kinerja kampanye dengan detail; (2) Fleksibilitas yang luar biasa dari digital marketing. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengatur dan menyesuaikan anggaran pemasaran; (3) Kemampuan beradaptasi; (4) Digital marketing memiliki cakupan global yang luas, memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens di seluruh dunia tanpa batasan geografis.

Pemaparan materi III terkait Media Sosial spesialis disampaikan oleh Ibu susi Artuti Erda Dewi S.Sos.,M.Si. fokus materi yang diberikan sebagai berikut: Untuk menjadi seorang spesialis media sosial yang handal, ada beberapa tips yang bisa di ikuti antara lain: (1) Pahami dasar-dasar pemasaran digital dan media sosial; (2) Kembangkan keterampilan menulis, desain, dan analisis data;(3) Ikuti pelatihan atau kursus untuk meningkatkan pengetahuan dan mendapatkan sertifikasi. (4) Bangun portofolio dengan mengerjakan proyek-proyek kecil atau magang. Kelima, selalu update dengan tren terbaru di media sosial.

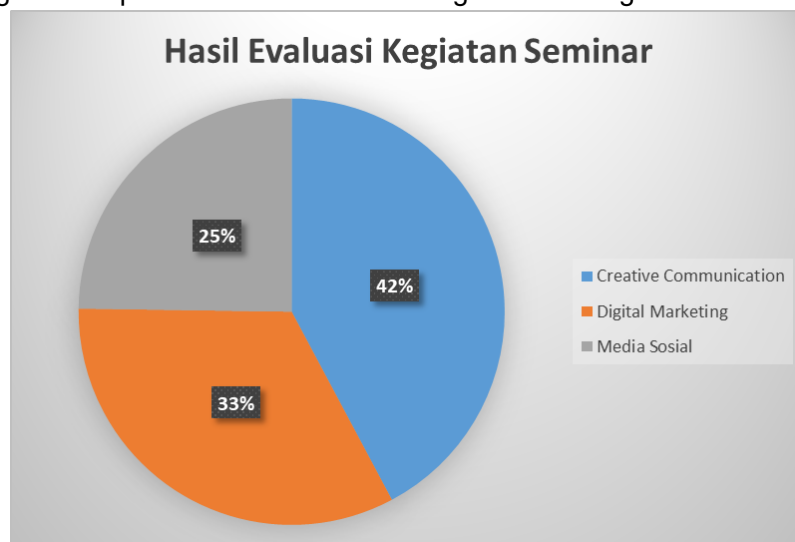


Gambar 3. Peserta Seminar, 2025

Data pada gambar 3 menunjukkan kegiatan seminar yang sudah terlaksana. Peserta menerima dan mendengarkan pemateri secara baik. Semua sangat antusias dan semangat mendapatkan ilmu baru dan pengetahuan baru, karena setelah materi disampaikan banyak yang bertanya bagaimana cara menjadi media sosial speasilist, cara menjadi konten kreator, bagaimana mengembangkan digital marketing untuk pelaku usaha dibidang skinecare. Pemasaran digital adalah strategi untuk mempromosikan produk atau layanan menggunakan media digital. Untuk melakukan pemasaran digital, harus memahami audiens target, memilih platform yang tepat, membuat konten berkualitas, dan terus memantau serta mengevaluasi hasilnya. Sedangkan untuk menjadi seorang konten kreator, fokus pada pembuatan konten berkualitas yang relevan dengan minat dan target audiens. Penting juga untuk konsisten dalam membuat konten, memanfaatkan berbagai platform media sosial, dan terus belajar serta mengembangkan keterampilan.

## Pembahasan

Mengelola digital marketing melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi pemasaran yang menggunakan media digital untuk mencapai tujuan bisnis. Ini melibatkan berbagai aspek, termasuk memahami target audiens, memilih platform yang tepat, membuat konten berkualitas, dan menganalisis hasil kampanye. Untuk menjadi seorang spesialis media sosial (social media specialist), perlu menguasai beberapa keterampilan dan mengikuti beberapa langkah. Kuncinya adalah memahami dasar-dasar digital marketing, membangun personal branding, membuat konten menarik, memahami target audiens, dan terus belajar. Kegiatan seminar mendapat respon yang baik dari seluruh peserta. Berdasarkan hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan seminar maka sesuai gambar grafik dibawah ini setelah diberikan kegiatan seminar yang diberikan pada peserta terjadi peningkatan dan bertambahnya pemahaman pengetahuan pada “kreatif komuniaksi digital marketing dalam bermedia sosial”.



Gambar 4. Hasil Evaluasi Kegiatan Seminar

Data pada gambar 4 diatas menunjukkan, bahwa hasil kegiatan seminar terkait pemaparan dari pemateri mendapatkan nilai skor 42% peserta seminar sangat puas materi tentang creative comunication. Materi yang disampaikan oleh pemateri II adalah skor nilai 33%, peserta seminar sangat puas dengan materi digital marketing yang disampaikan membuka wawasan baru dan ilmu yang bermanfaat. Pemateri III mendapatkan skor nilai 25 % tentang media sosial. Secara keseluruhan materi yang disampaikan dapat menjawab dan memberikan

solusi kepada seluruh peserta yang hadir dalam kegiatan seminar kreatif komunikasi digital marketing dalam bermedia sosial. Berikut adalah hasil evaluasi kegiatan seminar



Gambar 5. Hasil Evaluasi Peningkatan Pemahaman Peserta Seminar

Berdasarkan data pada gambar 5 diatas, merupakan hasil evaluasi yang diperoleh dari seluruh peserta kegiatan seminar PkM bahwa tingkat pemahaman peserta seminar atau audiens terhadap materi yang disampaikan terkait creative communications 35% sangat setuju nilai positif memberikan impact pada kegiatan seminar yang terlaksana dengan baik. Kegiatan seminar berkontribusi dan memberikan dampak terhadap bertambahnya pengetahuan apalagi terhadap mitra PkM seminar The Rose Aesthetic Klinik. Mereka mendapatkan peluang baru untuk menambah konsumen di klinik nya. Sedangkan pemahaman terkait digital marketing 34%. Peserta menemukan solusi untuk bisa eksis dan konsistensi dalam bisnis digital marketing. Sedangkan 31% pada nilai media sosial. Semua peserta sudah memiliki media sosial namun belum semua peserta bisa memanfaatkan media sosial sebagai wadah digital dan peserta belajar untuk berperan aktif menjadi media sosial spesialis.

Peran media digital yang digunakan untuk berbagai kebutuhan setiap orang di era digital saat ini semakin berkembang cukup besar terutama digital marketing yang dimanfaatkan oleh perusahaan (Sofyan & Toriq, 2018). Potensi pemanfaatan digital marketing ini mengharuskan masyarakat untuk melek teknologi, oleh karena itu diperlukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan media social ini sebagai cara mengoptimalkan digital marketing (Urva et al., 2022). Menurut hasil penelitian Dinda Sekar Puspita sari dan Reni Nurea saat ini pemanfaatan media sosial sebagai media promosi di Happy Go Lucky House mempromosikan produknya memakai instagram (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Menurut Fujiyama bahwa strategi pemasaran media sosial yang efektif adalah: (1) Buat Konten yang Menarik; (2) Gunakan visual yang menarik; (3) Gunakan hashtag yang relevan; (4) Berinteraksi dengan pengikut; (5) Kerjasama dengan influencer; (6) Iklan berbayar (Fujiyama, 2024). Di era digital, di mana persaingan semakin ketat, media sosial menjadi alat yang krusial bagi brand untuk tidak hanya memasarkan produk tetapi juga membangun citra brand, meningkatkan loyalitas konsumen, dan menumbuhkan kepercayaan.

## Kesimpulan

Setelah melaksanakan kegiatan seminar, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berlangsung dengan sukses berkat kerjasama yang baik antara project manager Sanchar EO, The Rose Aesthetic Klinik, Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Persada Bunda Indonesia. Secara keseluruhan semua peserta merasakan impact yang luar biasa. Materi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik dan sangat

bermanfaat bagi mereka, Kontribusi nyata yang di dapatkan peserta setelah mengikuti kegiatan seminar adalah: *Pertama*, dengan perkembangan era digital peserta dapat memahami bagaimana mengelola media sosial dan memiliki kemampuan menjadi spesialis digital marketing. *Kedua*, peserta mendapatkan ilmu dan dapat menganalisis kasus untuk menjadi *creative communication* yang handal di dunia akademik, diperusahaan, dan lembaga lainnya dan bisa menghadapi tantangan era digital sekarang. *Ketiga*, Pengetahuan peserta meningkat dan setelah dibekali pembinaan mendapatkan tips untuk menjadi media sosial specialist. Ulasan yang diberikan semua peserta berdampak positif. Kegiatan ini akan terus dilakukan secara berkelanjutan sebagai bentuk kepedulian dan penerapan tri darma perguruan tinggi dalam menyampaikan ilmu pengetahuan pada publik.

### Ucapan Terima Kasih

Terlaksanya kegiatan seminar yang diselenggarakan oleh Sanchar EO, Mitra PkM yaitu The Rose Aesthetic Klinik, Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Persada Bunda Indonesia. Terima kasih atas suport LPPM Universitas Persada Bunda Indonesia. Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada seluruh peserta seminar “ Kreatif Komunikasi Digital Marketing Dalam Bermedia Sosial” sudah berpartisipasi dan memberikan suport dalam pelaksanaan kegiatan seminar ini. Terima kasih atas kepercayaan dan dukungan yang diberikan.

### Referensi

- Cahyono, A. S. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Journal Marine Inside*, 1(2), 1–32. <https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>
- Fujiyama. (2024). *Pentingnya Media Sosial dalam Pemasaran Produk di Era Digital*. Telkomuniversiti. <https://surabaya.telkomuniversiti.ac.id/pentingnya-media-sosial-dalam-pemasaran-produk-di-era-digital/>
- Hasbi. (2025). *Peran Magang Social Media Specialist Sebagai Strategi Digital Marketing*. Jurnalpost.Com. <https://jurnalpost.com/peran-magang-social-media-specialist-sebagai-strategi-digital-marketing/81211/>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Serdianus, & Toding, N. (2023). Implementasi Digital Marketing untuk Pemberdayaan Industri Kreatif Jemaat Gereja Toraja di Lembang Ma'dong, Kecamatan Dende' Piongan, Toraja Utara. *KINAA: Jurnal Kepemimpinan Kristen Dan Pemberdayaan Jemaat*, 4(1), 51–68. <https://doi.org/10.34307/kinaa.v4i1.110>
- Sofyan, H., & Toriq, I. (2018). Peran Media Digital dalam Perkembangan Industri Kreatif. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 1, 676–681. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i1.254>
- Sokolova, N. G., & Titova, O. V. (2019). Digital marketing as a type: concept, tools and effects. *Atlantis Press*, 81(Mtde), 509–513. <https://doi.org/10.2991/mtde-19.2019.101>
- Urva, G., Pratiwi, M., & Syarief, A. O. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 56–61. <https://doi.org/10.52072/abdine.v2i1.301>