

Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Literasi dan Kompetensi Digital Pada JPRMI Wilayah DKI Jakarta

Retno Sari^{1*}, Duwi Cahya Putri Buani², Ami Rahmawati³

^{1,2,3}Universitas Nusa Mandiri

Jalan Raya Jatiwaringin No.2, RT.2 Rw.13, Cipinang Melayu, Jakarta Timur

e-mail: ^{1*}retno.rnr@nusamandiri.ac.id, ²duwi.dcp@nusamandiri.ac.id, ³ami.amv@nusamandiri.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital menuntut generasi muda untuk memiliki kemampuan dalam mengelola media sosial dan memahami strategi pemasaran digital. Kompetensi ini penting terutama bagi pemuda masjid dalam mendukung kegiatan dakwah, promosi program, dan pemberdayaan masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi dan kompetensi digital pemuda yang tergabung dalam JPRMI Wilayah DKI Jakarta melalui sosialisasi dan pelatihan digital marketing. Tahapan kegiatan meliputi analisis situasi mitra, identifikasi masalah, perancangan solusi dan pendekatan social, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi kegiatan dan pelaporan. Evaluasi menggunakan kuesioner pre-test dan post-test terhadap 10 peserta, Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar setelah kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan terhadap kegiatan digital marketing peserta sebesar 70% setelah pelatihan. Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa 100% peserta setuju jika aplikasi dapat mendukung kegiatan digital marketing. Dapat disimpulkan kegiatan ini terbukti mampu meningkatkan pemahaman peserta dalam memanfaatkan media digital secara efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Digital Marketing, Literasi Digital, JPRMI, Pelatihan

Abstract

The development of digital technology requires the younger generation to have the ability to manage social media and understand digital marketing strategies. This competency is especially important for mosque youth in supporting da'wah activities, program promotion, and community empowerment. This community service activity aims to improve the digital literacy and competency of youth who are members of JPRMI DKI Jakarta Region through digital marketing socialization and training. The activity stages include partner situation analysis, problem identification, solution design and social approach, activity implementation and activity evaluation and reporting. The evaluation used pre-test and post-test questionnaires for 10 participants. Based on the results of the questionnaire distributed after the activity, it showed an increase in knowledge of digital marketing activities of participants by 70% after the training. The questionnaire results also showed that 100% of participants agreed that applications can support digital marketing activities. It can be concluded that this activity has been proven to be able to increase participants' understanding in utilizing digital media effectively and sustainably.



Pendahuluan

Remaja atau generasi muda memiliki peran yang penting dalam membangun suatu negara karena generasi muda memiliki peran sebagai perubahan social dan calon pemimpin masa depan (Safitri et al., 2024). Pembangunan ekonomi tentunya tidak terlepas dari ide kreatif dan inovatif para generasi muda di berbagai aspek terutama dibidang ekonomi dan bisnis (Darma, 2022).

Dalam kondisi masyarakat modern yang semakin kompleks, kontribusi remaja dalam menggerakkan aktivitas sosial menjadi semakin penting karena kehadiran mereka memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan sosial, keagamaan dan budaya di lingkungan masyarakat (Khoeroni & Nurhadi, 2024). Dengan potensi besar tersebut, diperlukan dukungan melalui penyediaan pendidikan yang berkualitas, kesempatan kerja yang setara, serta pengembangan keterampilan yang memadai agar generasi muda mampu memberikan kontribusi secara optimal (Safitri et al., 2024).

Salah satu bentuk nyata dari dukungan dan wadah pembinaan generasi muda tersebut diwujudkan melalui berbagai organisasi kepemudaan, salah satunya adalah Jaringan Pemuda dan Remaja Masjid Indonesia (JPRMI). Organisasi ini didirikan pada 11 September 2005 di Masjid Agung Sunda Kelapa sebagai bentuk komitmen bersama dalam memperkuat peran pemuda masjid dalam kehidupan berbangsa dan beragama. Adapun kantor JPRMI wilayah DKI Jakarta berlokasi di Jl. Basuki Rahmat No. 1A, Kampung Melayu, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur, Provinsi DKI Jakarta.

Sebagai wujud komitmen tersebut, JPRMI Wilayah DKI Jakarta aktif menginisiasi berbagai program unggulan yang bertujuan memperkuat peran masjid sebagai pusat pembinaan generasi muda. Kegiatan yang dilaksanakan mencakup aspek sosial, edukatif, dan spiritual., seperti aksi kemanusiaan seperti Dapur Indonesia untuk Palestina, program kajian remaja seperti Ngaji Asyik Remaja Masjid (NAREMA), serta kegiatan inspiratif seperti Roadshow Pemuda Masjid (ROSHOW) dan Dari Masjid Ku Menemukan Cinta. Namun, meskipun program-program tersebut berjalan secara aktif, pemanfaatan media digital sebagai sarana publikasi dan dakwah masih belum dilakukan secara optimal dan terstruktur.



Gambar 1. Kegiatan oleh Jaringan Pemuda & Remaja Masjid Indonesia (JPRMI)

Hasil pengamatan awal menunjukkan bahwa sebagian besar kegiatan JRPMI belum didukung oleh strategi pemasaran digital yang terarah dan berkelanjutan, sehingga jangkauan informasi masih terbatas pada lingkup internal komunitas. Publikasi kegiatan umumnya masih bersifat tidak tentu, tidak terjadwal, serta belum memanfaatkan fitur analitik media sosial untuk mengukur efektivitas penyebaran informasi. Kondisi ini menyebabkan potensi besar kegiatan yang dilaksanakan belum tersampaikan secara optimal kepada masyarakat. Di sisi lain, keterbatasan literasi digital serta keterampilan teknis dalam pengelolaan media sosial menjadi kendala utama bagi para pemuda masjid dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana dakwah dan pemberdayaan yang lebih efektif.

Salah satu aspek penting dalam penguatan kapasitas tersebut adalah penerapan strategi digital marketing (Saragih et al., 2024). Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan jaringan internet melalui media sosial dan perangkat digital lainnya (Bobsaid & Saputro, 2022). Pemanfaatan digital marketing menjadi langkah strategis dalam menghadapi perkembangan era digital yang serba cepat. Dalam konteks ini, JPRMI dapat menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif melalui pendekatan konten organik, pengelolaan media sosial, serta optimalisasi mesin pencari (Search Engine Optimization). Pendekatan tersebut tidak hanya memperluas jangkauan dakwah dan publikasi program, tetapi juga meningkatkan literasi digital para anggotanya agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi modern (Putri et al., 2022).

Sebagai tindak lanjut dari kebutuhan tersebut dosen Universitas Nusa Mandiri menyelenggarakan kegiatan sosialisasi dan pelatihan digital marketing yang bertujuan untuk memberdayakan para pemuda JPRMI agar mampu beradaptasi dengan era transformasi digital. Program ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep pemasaran daring, memberikan keterampilan teknis dalam pengelolaan media digital, serta memberikan pendampingan dalam penerapan strategi promosi berbasis digital secara efektif sebagai dukungan terhadap keberlanjutan program dakwah dan kegiatan pemberdayaan masyarakat (Syafri et al., 2025).

Metode

Metode pengabdian masyarakat memiliki urutan dan tahapan antara lain:



Gambar 2. Metode Pengabdian Masyarakat

1. Analisis Situasi Mitra

Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat melakukan observasi dan koordinasi awal dengan pengurus Jaringan Pemuda dan Remaja Masjid Indonesia (JPRMI) Wilayah DKI Jakarta untuk mengidentifikasi kondisi, potensi, serta kebutuhan mitra. Hasil observasi menunjukkan bahwa para pemuda masjid memiliki semangat tinggi dalam mengembangkan kegiatan dakwah dan sosial, namun masih memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital khususnya aspek digital marketing.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil analisis situasi, dilakukan identifikasi terhadap permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu masih terbatasnya kemampuan pemuda JPRMI dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana publikasi dan promosi kegiatan. Kondisi ini berdampak pada terbatasnya jangkauan informasi program kepada masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa pelatihan digital marketing untuk meningkatkan literasi dan keterampilan promosi digital anggota JPRMI.

3. Perancangan Solusi dan Pendekatan Sosial

Sebagai tindak lanjut dari permasalahan yang ditemukan, tim pengabdian merancang solusi berupa kegiatan sosialisasi dan pelatihan digital marketing yang difokuskan pada peningkatan kemampuan peserta dalam mengelola media sosial, membuat konten kreatif, serta memahami dasar strategi pemasaran digital.

Sebelum pelaksanaan, tim melakukan pendekatan sosial dan komunikasi intensif dengan pengurus JPRMI Wilayah DKI Jakarta untuk membangun kesepahaman, menentukan jadwal, memilih peserta, serta menetapkan lokasi kegiatan.

4. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada Sabtu, 1 November 2025 secara luring (offline) di Kampus Universitas Nusa Mandiri Kampus Margonda. Peserta merupakan perwakilan pemuda dan remaja masjid yang tergabung dalam JPRMI Wilayah DKI Jakarta. Metode pelaksanaan meliputi pemaparan materi, praktik langsung pengelolaan media sosial, serta diskusi interaktif.

5. Evaluasi Kegiatan dan Pelaporan

Evaluasi dilakukan untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan digital marketing. Instrumen evaluasi berupa kuesioner pre-test dan post-test yang terdiri dari pernyataan tertutup dengan skala Likert 1–5 yang mencakup indikator pemahaman konsep digital marketing, pengelolaan media sosial, strategi konten, dan konsistensi publikasi.

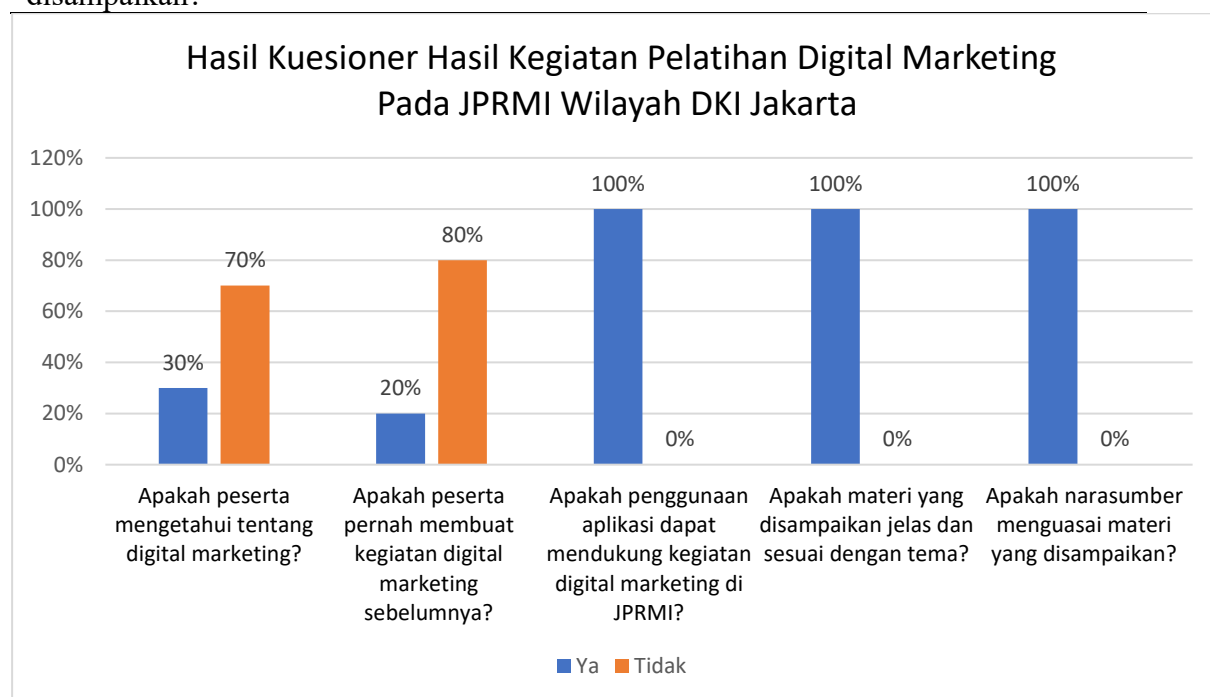
Kuesioner diberikan kepada seluruh peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Data dianalisis dengan membandingkan skor rata-rata pre-test dan post-test untuk mengetahui persentase peningkatan pemahaman peserta. Hasil evaluasi kemudian digunakan sebagai dasar penyusunan laporan serta rekomendasi pengembangan program lanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan peningkatan literasi dan kompetensi digital pemuda masjid melalui pelatihan digital marketing pada JPRMI Wilayah DKI Jakarta. Hal ini dapat dilihat dari kuesioner yang disebar sebelum dan sesudah kegiatan berlangsung, terdapat 10 peserta yang telah memberikan tanggapan melalui kuesioner. Hasil kuesioner dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 1. Hasil Kuesioner Hasil Kegiatan Pelatihan Digital Marketing Pada JPRMI Wilayah DKI Jakarta

Kuesioner	Ya	Tidak
Apakah peserta mengetahui tentang digital marketing?	30%	70%
Apakah peserta pernah membuat kegiatan digital marketing sebelumnya?	20%	80%
Apakah penggunaan aplikasi dapat mendukung kegiatan digital marketing di JPRMI?	100%	0%
Apakah materi yang disampaikan jelas dan sesuai dengan tema?	100%	0%
Apakah narasumber menguasai materi yang disampaikan?	100%	0%



Gambar 3. Hasil Kuesioner Pengabdian Masyarakat Pelatihan Digital Marketing pada JPRMI Wilayah DKI Jakarta

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebelum pelatihan sebagaimana peserta belum memiliki pemahaman tentang digital marketing (70%) dan belum pernah menerapkan strategi pemasaran stratefi pemasaran digital sebelumnya (80%). Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital pemuda masjid masih relative rendah sehingga berpotensi menghambat optimalisasi media digital sbagai sarana dakwah dan publikasi program. Kondisi ini sejalan dengan perlunya meningkatkan literasi digital agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi modern (Putri et al., 2022).

Setelah mengikuti pelatihan, seluruh peserta (100%) menyatakan bahwa penggunaan aplikasi digital dapat mendukung kegiatan pemasaran program JPRMI, serta menilai materi yang disampaikan jelas dan sesuai dengan kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi pelatihan mampu meningkatkan persepsi positif dan kesiapan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital. Penerapan digital marketing berbasis media sosial efektif dalam

meningkatkan jangkauan informasi dan keterlibatan audiens pada organisasi social (Saragih et al., 2024).

Selain itu, seluruh peserta menilai bahwa narasumber menguasai materi (100%) menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang komunikatif dan berbasis praktik berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman peserta. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga memperkuat kesiapan pemuda JPRMI dalam memanfaatkan media digital secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Pelatihan Peningkatan Literasi dan Kompetensi Digital Pemuda Masjid Melalui Pelatihan Digital Marketing Pada JPRMI Wilayah DKI Jakarta dilaksanakan pada hari Sabtu, 1 November 2025, jam 09:00-12:00 di kampus Universitas Nusa Mandiri Margonda, dengan peserta kegiatan sebanyak 10 peserta yang terdiri dari Pemuda JPRMI.



Gambar 4. Pemaparan Materi



Gambar 5 Foto Bersama setelah Kegiatan Selesai

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Kampus Universitas Nusa Mandiri Kampus Margonda berjalan dengan baik dan lancar. Para peserta kegiatan antusias terhadap materi yang diberikan dengan mengikuti acara sampai selesai dan pada sesi tanya jawab mengajukan beberapa pertanyaan. Dari hasil kuesioner yang diisi oleh peserta kegiatan

pengabdian masyarakat dapat disimpulkan peserta memahami dan akan menerapkan ilmu yang didapat dalam mempublikasi program-programnya.

Penghargaan

Kami segenap panitia dan mahasiswa Universitas Nusa Mandiri mengucapkan terima kasih kepada seluruh peserta kegiatan pengabdian masyarakat dari Jaringan Pemuda dan Remaja Masjid Indonesia (JPRMI). Tidak luput kami ucapkan terima kasih kepada pengurus Jaringan Pemuda dan Remaja Masjid Indonesia (JPRMI) Bapak Muklis, S.Sos, I, yang telah mengizinkan pemuda Jaringan Pemuda dan Remaja Masjid Indonesia (JPRMI) untuk mengikuti pelatihan di kampus kami.

Daftar Pustaka

- Bobsaid, A. A., & Saputro, E. A. (2022). Pendampingan Strategi Pemasaran UMKM Desa Giripurno Melalui Digital Marketing. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 8(2).
- Darma, S. (2022). Meningkatkan Minat Wirausaha Digital Bagi Pemuda Dan Remaja Masjid. *Jurnal Altifani*, 2(4), 312–318. <https://doi.org/10.25008/altifani.v2i4.258>
- Khoeroni, U. S., & Nurhadi, Z. F. (2024). Pendampingan Pembuatan Konten dan Publikasi Gerakan Sosial bagi Anggota Remaja Masjid Pendahuluan Di tengah polemik masyarakat modern yang kian kompleks, peran remaja dalam menggalang gerakan sosial semakin krusial. *Peran remaja membentuk dinamika pertu*. 5636(2), 301–313.
- Prasetya, A. F., Sintia, & Putri, U. L. D. (2022). Perancangan Aplikasi Rental Mobil Menggunakan Diagram UML (Unified Modelling Language). *Jurnal Ilmiah Komputer Terapan Dan Informasi*, 1(1), 14–18.
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Salsabila, Muniroh, T. U., Riandani, R., Mulyani, E., Yasshyka, A., Listiana, A. P., & Indah, S. R. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 828–839.
- Safitri, A., Sukoco, H., Andini, M., Rahmawati, D., & Hidayat, R. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan Dan Digital Marketing Empowering Youth At Nasrullah Mosque Through Increasing Financial Literacy and Digital Marketing. 7182–7195.
- Saragih, Y. H. J., Girsang, R. M., Purba, D. T., Simatupang, P., Sihite, T., Purba, F., Girsang, Y. S. N., Damanik, Y. R., Sinaga, M. H., Roslina Tamara, Khairun Annisa, & Saragih, E. (2024). Pendampingan Penerapan Digital Marketing Pada UMKM Super Bakso Indonesia Pematang Siantar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(2), 188–193. <https://doi.org/10.36985/966xkn88>
- Syafri, E., Kurniawan, R., Layyin, H. L., Khoiriah, S., & Sanusi, A. (2025). Sosialisasi Pemberdayaan Kewirausahaan Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat RW 008, RW 017 dan RW 018 Perumahan Benda Baru, Pamulang – Tangerang Selatan. *Aksi Nyata : Jurnal Pengabdian Sosial Dan Kemanusiaan*, 2.