



Pembuatan Konten Promosi Produk Siswa Menggunakan Smartphone

Harmi Yelmi^{1*}, Belia Afifah¹, Mona Endilila¹, Pipy Sri Jupita¹

¹ Politeknik Kampar, Bangkinang, Indonesia

* Corresponding Author: harmi.yelmi@poltek-kampar.ac.id

Abstract

The development of digital technology, particularly the use of smartphones, has provided significant opportunities for product marketing activities. However, limited skills in creating engaging promotional content remain a barrier for students in developing their businesses. This community service activity aims to improve students' skills in creating product promotional content using smartphones as a simple and effective digital marketing medium. The methods used included outreach, training in simple photography and videography techniques, and hands-on practice in creating promotional content. The results of the activity demonstrated improved student skills in producing engaging visual content, an increased understanding of digital promotional strategies, and increased student interest in developing digital-based businesses. This program contributes to the development of students' digital literacy and entrepreneurship.

Keywords:
Promotional Content; Smartphone; Digital Marketing.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital, khususnya penggunaan smartphone, telah memberikan peluang besar dalam kegiatan pemasaran produk. Namun, keterbatasan keterampilan dalam membuat konten promosi yang menarik masih menjadi kendala bagi siswa dalam mengembangkan usaha mereka. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam membuat konten promosi produk menggunakan smartphone sebagai media pemasaran digital yang sederhana dan efektif. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan teknik fotografi dan videografi sederhana, serta praktik langsung dalam pembuatan konten promosi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan siswa dalam menghasilkan konten visual yang menarik, meningkatnya pemahaman mengenai strategi promosi digital, serta meningkatnya minat siswa dalam mengembangkan usaha berbasis digital. Program ini memberikan kontribusi dalam pengembangan literasi digital dan kewirausahaan siswa.

Kata Kunci:
Konten Promosi; Smartphone; Pemasaran Digital.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pemasaran produk dari metode konvensional menuju metode berbasis digital yang lebih efektif dan efisien. Salah satu perangkat yang paling banyak digunakan dalam kegiatan pemasaran saat ini adalah smartphone, yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan menyebarkan konten secara cepat dan luas. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), pemasaran digital memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Dalam hal ini, kemampuan membuat konten promosi menjadi keterampilan penting yang harus dimiliki, termasuk oleh siswa sebagai pelaku usaha pemula.

Konten promosi merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran digital yang berfungsi untuk menarik perhatian konsumen dan membangun minat terhadap produk. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa komunikasi pemasaran yang efektif harus mampu menyampaikan pesan yang menarik dan relevan bagi konsumen. Dalam konteks digital, konten visual seperti foto dan video memiliki peran penting dalam menarik perhatian audiens. Tuten dan Solomon (2017) menegaskan bahwa konten visual memiliki tingkat engagement yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten berbasis teks.

Penggunaan smartphone sebagai alat produksi konten menjadi solusi yang praktis dan mudah diakses, terutama bagi siswa. Smartphone dilengkapi dengan berbagai fitur yang mendukung pembuatan konten, seperti kamera, aplikasi editing, serta akses ke media sosial. Menurut Ryan (2016), perkembangan teknologi mobile telah memungkinkan individu untuk menjadi produsen konten secara mandiri tanpa memerlukan peralatan yang mahal. Hal ini membuka peluang bagi siswa untuk mengembangkan kreativitas dan keterampilan digital mereka.

Dalam konteks pendidikan, pengembangan literasi digital menjadi sangat penting untuk membekali siswa dengan keterampilan yang relevan dengan perkembangan zaman. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi menekankan bahwa literasi digital mencakup kemampuan dalam memanfaatkan teknologi secara produktif dan kreatif (Kemendikbudristek, 2021). Selain itu, pengenalan kewirausahaan sejak dini juga penting untuk membentuk karakter siswa yang mandiri dan inovatif.

Pada tahap perkembangan remaja, siswa mulai memiliki kemampuan berpikir kreatif dan kritis yang dapat dikembangkan melalui kegiatan praktis. Piaget (1972) menyatakan bahwa pada tahap operasional formal, individu mampu berpikir secara abstrak dan sistematis. Selain itu, Vygotsky (1978) menekankan pentingnya interaksi sosial dalam proses pembelajaran, di mana siswa dapat belajar melalui kolaborasi dan bimbingan.

Namun, berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa sebagian siswa belum memiliki keterampilan dalam membuat konten promosi yang menarik, meskipun mereka telah menggunakan smartphone dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan smartphone masih didominasi untuk hiburan, seperti bermain game dan media sosial, tanpa dimanfaatkan secara produktif. Kondisi ini menunjukkan perlunya program edukatif yang dapat mengarahkan siswa untuk memanfaatkan teknologi secara lebih produktif dan kreatif.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam membuat konten promosi produk menggunakan smartphone. Program ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan digital, kreativitas, serta jiwa kewirausahaan siswa dalam menghadapi era digital.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif yang melibatkan siswa secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan proses pembelajaran yang interaktif dan berbasis pengalaman sehingga siswa dapat memahami materi dengan lebih baik.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya konten promosi dalam pemasaran digital serta peran smartphone sebagai alat produksi konten. Materi disampaikan dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan disertai contoh-contoh konten promosi yang menarik. Selanjutnya, dilakukan pelatihan teknik dasar fotografi dan

videografi menggunakan smartphone, termasuk pengaturan pencahayaan, komposisi gambar, serta teknik pengambilan gambar yang menarik.

Pada tahap berikutnya, siswa diajak untuk melakukan praktik langsung dalam membuat konten promosi produk. Siswa diminta untuk memotret atau merekam video produk yang mereka miliki, kemudian mengeditnya menggunakan aplikasi sederhana yang tersedia di smartphone. Pendampingan dilakukan untuk membantu siswa dalam menghasilkan konten yang lebih menarik dan sesuai dengan prinsip pemasaran. Evaluasi dilakukan melalui penilaian terhadap hasil konten yang dibuat serta diskusi untuk mengetahui tingkat pemahaman siswa.

Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam kemampuan siswa dalam membuat konten promosi menggunakan smartphone. Sebelum kegiatan dilakukan, sebagian besar siswa belum memahami teknik dasar dalam pembuatan konten visual yang menarik. Namun, setelah mengikuti pelatihan, siswa mulai mampu menghasilkan foto dan video produk yang lebih berkualitas dan menarik.

Perubahan yang terjadi tidak hanya pada aspek keterampilan, tetapi juga pada aspek kreativitas dan sikap. Siswa menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam membuat konten serta mulai memahami bahwa smartphone dapat dimanfaatkan sebagai alat produktif. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis praktik efektif dalam meningkatkan keterampilan siswa. Temuan ini sejalan dengan pendapat Tuten dan Solomon (2017) yang menyatakan bahwa konten visual memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik produk.

Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan minat siswa dalam mengembangkan usaha berbasis digital. Siswa mulai memahami bahwa konten promosi yang baik dapat membantu meningkatkan penjualan produk. Hal ini sejalan dengan teori kewirausahaan yang dikemukakan oleh Drucker (1985) bahwa inovasi dan kreativitas merupakan kunci dalam menciptakan nilai tambah.

Namun demikian, terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan kegiatan, seperti keterbatasan kualitas kamera pada beberapa smartphone serta perbedaan tingkat kemampuan siswa dalam menggunakan teknologi. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan untuk memastikan bahwa siswa dapat terus mengembangkan keterampilan mereka.

Penutup

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan kemampuan siswa dalam membuat konten promosi produk menggunakan smartphone. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk sikap kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan konten promosi perlu terus dikembangkan sebagai bagian dari pendidikan literasi digital dan kewirausahaan.

Daftar Pustaka

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. Harper & Row.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.
- Piaget, J. (1972). *The psychology of the child*. Basic Books.
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing*. Kogan Page.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*. Sage.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society*. Harvard University Press.

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2021). Literasi digital pendidikan.
OECD. (2020). Digital education report.
World Bank. (2021). Digital skills for youth.