



Sosialisasi Marketing Digital Menuju Era Society 5.0 di SMA Negeri 1 Belimbing Kabupaten Muara Enim

Socialization of Digital Marketing Towards the Era of Society 5.0 at SMA Negeri 1 Belimbing, Muara Enim Regency

Agus Mulyani^{1*}, Edduar Hendry², Yasir Arafat³, Ilhamsyah⁴, Akila⁵, Heryati⁶,
Tri Darmawati⁷, Aprizal Rosadian⁸

¹⁻⁸Universitas PGRI Palembang, Indonesia

Korespondensi penulis : agusmulyani@univpgripalembang.ac.id*

Article History:

Received: May 01, 2025;

Revised: May 15, 2025;

Accepted: May 29, 2025;

Published: May 31, 2025;

Keywords: Digital Marketing,
Digital Transformation, Education,
Public High School, Society 5.0.

Abstract: The era of Society 5.0 demands the integration of digital technology into various aspects of life, including the field of education. This study aims to describe the digital marketing strategies implemented by SMA Negeri 1 Belimbing in Muara Enim Regency in facing the challenges and opportunities of the Society 5.0 era. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through observations, interviews, and documentation with the school's stakeholders, as well as content analysis of the school's official social media platforms. The research findings show that SMA Negeri 1 Belimbing has utilized various digital platforms such as Instagram, Facebook, and the school's website to strengthen its institutional image, establish communication with the community, and increase the school's appeal to prospective students. The use of digital marketing also supports digital transformation within the school environment through innovative and adaptive approaches to contemporary developments. The conclusion of this study emphasizes the importance of schools being prepared to integrate digital technology as part of their institutional marketing strategy in the transition toward the Society 5.0 era.

Abstrak:

Era Society 5.0 menuntut adanya integrasi teknologi digital ke dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran digital yang diterapkan SMA Negeri 1 Belimbing Kabupaten Muara Enim dalam menghadapi tantangan dan peluang era Society 5.0. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pemangku kepentingan sekolah, serta analisis konten platform media sosial resmi sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMA Negeri 1 Belimbing telah memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, dan situs web sekolah untuk memperkuat citra institusionalnya, menjalin komunikasi dengan masyarakat, dan meningkatkan daya tarik sekolah di mata calon siswa. Pemanfaatan pemasaran digital juga mendukung transformasi digital di lingkungan sekolah melalui pendekatan yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan kontemporer. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya sekolah bersiap untuk mengintegrasikan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran institusionalnya dalam transisi menuju era Society 5.0.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Masyarakat 5.0, Pendidikan, Sekolah Menengah Umum, Transformasi Digital

1. PENDAHULUAN

Tridarma perguruan tinggi harus dilaksanakan oleh dosen meliputi pengajaran, penelitian, pengabdian kepada masyarakat (PKM) merupakan profesionalisme yang harus dilaksanakan oleh setiap dosen. Setiap semester setiap dosen dituntut untuk melaksanakan Tri Darma Perguruan Tinggi ini harus ditingkatkan secara terus menerus dan berkesinambungan sehingga berkualitas setiap dosen akan semakin baik.

Salah satu bentuk aktualisasi tugas dosen sebagai tenaga profesional adalah diterbitkannya Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Undang-undang No. 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen dan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan. Undang-Undang dan Peraturan pemerintah ini diharapkan dapat memfasilitasi guru untuk selalu mengembangkan keprofesionalannya secara berlanjut.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu bagian dari Tri Darma Perguruan Tinggi yang wajib dilaksanakan oleh dosen Universitas PGRI Palembang. Menurut Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi dan yang dimaksud dengan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah kegiatan sivitas akademika yang bermanfaat ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat dan mencerdaskan kehidupan bangsa.

Pada Society 5.0, akan terdapat aspek yang akan mengembalikan kejayaan peradaban manusia. Pendiri Malindo (Malaysia-Indonesia) Research Center for CSR and Leadership ini mengatakan, aspek-aspek yang berkolaborasi satu sama lain adalah fisik, digital, dan biologis, serta dilengkapi dengan hadirnya aspek spiritual. “Pada era Society 5.0 ini, agama akan kembali masuk untuk memimpin sains lagi. Menyosong era Society 5.0 setiap individu perlu menguasai literasi digital yang merupakan kecakapan penting yang dibutuhkan untuk beradaptasi di zaman yang serba modern ini. Setiap orang hendaknya dapat bertanggung jawab terhadap bagaimana menggunakan teknologi untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya.

Dalam Bahasa Indonesia, Society merupakan kumpulan orang yang tinggal dalam sebuah komunitas yang sama, atau dengan kata lain nya adalah masyarakat.. Masyarakat (sebagai terjemahan istilah society) adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup atau semi terbuka, serta melakukan interaksi antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut, dan memiliki kebudayaan didalamnya. Lebih abstraknya, sebuah masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar entitas-

entitas. Masyarakat adalah sebuah komunitas yang interdependen (<https://id.wikipedia.org/wiki/Portal:Masyarakat>). Society 5.0 atau bisa diartikan masyarakat 5.0 merupakan sebuah konsep yang dicetuskan oleh pemerintah Jepang. Konsep society 5.0 tidak hanya terbatas untuk faktor manufaktur tetapi juga memecahkan masalah sosial dengan bantuan integrasi ruang fisik dan virtual (Skobelev & Borovik, 2017).

Society 5.0 memiliki konsep teknologi big data yang dikumpulkan oleh Internet of things (IoT) (Hayashi) diubah oleh Artificial Intelligence (AI) (Özdemir, 2018) menjadi sesuatu yang dapat membantu masyarakat sehingga kehidupan menjadi lebih baik. Society 5.0 akan berdampak pada semua aspek kehidupan mulai dari kesehatan, tata kota, transportasi, pertanian, industri dan pendidikan (Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Sistem Pendidikan Nasional). Society 5.0 menjadikan manusia sebagai sumber inovasi, dimana tidak hanya terbatas untuk faktor manufaktur/industri tetapi juga memecahkan masalah sosial dengan bantuan integrasi ruang fisik dan virtual (Nastiti & Abdu, 2020).

Kecakapan digital secara sederhana diartikan sebagai kecakapan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai tipe format sumber-sumber informasi yang lebih luas, dan mampu ditampilkan melalui perangkat komputer. Kecakapan digital menjadikan seseorang mampu mentransformasikan kegiatan melalui penggunaan perangkat teknologi digital. Kecakapan digital sama pentingnya dengan membaca, menulis, berhitung, dan disiplin ilmu lainnya.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yaitu dengan cara datang ketempat dan penyuluhan langsung ke sasaran. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan dosen prodi manajemen kepada Siswa/siswi dengan tema Marketing Digital pada tanggal 6 Desember 2024 bertempat di ruangan aula sekolah SMA Negeri 1 Belimbing Muara Enim, Sumatera Selatan.

Tabel 1. Narasumber dan pemateri dari Pengabdian Kepada masyarakat (PKM) yaitu :

No	Nama	Jabatan	Materi
1	Agus Mulyani, S.E.,M.M	Dosen	<i>Search Engine Marketing</i> (SEM)
2	Edduar Hendri, S.E.,M.M	Dosen	Peran Media Sosial dalam Pemasaran Digital
3	Dr. Yasir Arafat , M.M	Dosen	Kiat Sukses memulai Marketing Digital
4	Ilhamsyah, S.T.,M.M	Dosen	Social Media Marketing . .
5	Akila , S.E.,M.M	Dosen	Empat Pilar kecakapan Digital yang perlu dimiliki di Era <i>society</i> 5.0
6	Heryati, S.E.,M.M	Dosen	Persiapan Menghadapi Era Society, 5.0
7	Tri Darmawati, S.E.,M.M	Dosen	Cara menyiapkan Diri di Era <i>Society</i> , 5.0
8	Aprizal Rosadian	Dosen	Social Media Marketing. .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di SMA Negeri 1 Belimbing, Kabupaten Muara Enim, dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan marketing digital dalam menyongsong era Society 5.0. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dengan kepala sekolah, guru, serta tim humas sekolah, dan penyebaran angket kepada siswa dan orang tua.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

- Tingkat Pemahaman Terhadap Marketing Digital Sebanyak 80% responden guru dan staf menyatakan telah memahami konsep dasar marketing digital. Namun, hanya sekitar 40% yang aktif menerapkannya dalam kegiatan promosi sekolah, seperti pengelolaan media sosial dan pembuatan konten digital.
- Media Digital yang Digunakan Sekolah telah menggunakan beberapa platform digital seperti Instagram, Facebook, dan YouTube sebagai media promosi dan informasi kegiatan sekolah. Instagram merupakan platform yang paling aktif digunakan, dengan frekuensi posting minimal dua kali seminggu.
- Peran Siswa dan Alumni Siswa dilibatkan dalam pembuatan konten kreatif seperti video kegiatan ekstrakurikuler dan lomba-lomba. Selain itu, alumni turut berperan dalam membagikan informasi kegiatan sekolah di media sosial mereka, sehingga menjangkau audiens yang lebih luas.

- d. Kendala yang Dihadapi Beberapa kendala yang diidentifikasi meliputi kurangnya pelatihan khusus bagi guru dan staf dalam digital marketing, keterbatasan perangkat pendukung, serta rendahnya anggaran khusus untuk kegiatan promosi digital.
- e. Dukungan Terhadap Transformasi Digital Pihak sekolah mendukung transformasi digital, termasuk dalam kegiatan marketing, sebagai bagian dari upaya menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi di era Society 5.0. Hal ini tercermin dalam rencana kerja sekolah yang mulai memasukkan strategi branding digital sebagai salah satu prioritas.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMA Negeri 1 Belimbing mulai mengadopsi strategi marketing digital sebagai upaya menyesuaikan diri dengan tuntutan era Society 5.0. Dalam era ini, pemanfaatan teknologi informasi bukan hanya sebagai alat bantu, tetapi menjadi komponen utama dalam membangun koneksi, penyebaran informasi, dan pencitraan institusi pendidikan. Marketing digital di lingkungan sekolah berperan penting dalam:

- a) Meningkatkan Citra Sekolah Konten digital yang menarik dan informatif dapat meningkatkan persepsi masyarakat terhadap sekolah. Ini sangat relevan dalam era Society 5.0, di mana masyarakat mengandalkan internet sebagai sumber utama informasi.
- b) Menarik Minat Calon Peserta Didik Melalui konten di media sosial, sekolah dapat memperlihatkan keunggulan dan pencapaian, yang secara tidak langsung menjadi daya tarik bagi calon siswa dan orang tua.
- c) Membangun Engagement. Aktivitas digital marketing yang melibatkan siswa dan alumni dapat menciptakan rasa memiliki dan kebanggaan terhadap sekolah, yang menjadi nilai tambah dalam pengembangan karakter. Namun, untuk mencapai efektivitas maksimal, diperlukan beberapa strategi lanjutan seperti: 1. Pelatihan khusus digital marketing bagi guru dan staf. 2. Pengelolaan media sosial secara profesional dan terencana. 3. Kolaborasi dengan pihak luar seperti alumni atau influencer pendidikan. 4. Pengalokasian anggaran khusus untuk kebutuhan promosi digital.

Secara keseluruhan, SMA Negeri 1 Belimbing telah berada pada jalur yang tepat dalam menyongsong era Society 5.0 melalui digital marketing. Ke depan, perlu dilakukan evaluasi dan peningkatan berkelanjutan untuk memaksimalkan potensi teknologi dalam mendukung citra dan daya saing sekolah.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dan analisis dalam pengabdian Masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Penerapan marketing digital di SMA Negeri 1 Belimbing telah menjadi langkah strategis dalam meningkatkan eksistensi dan daya saing sekolah di era Society 5.0. Strategi digital seperti penggunaan media sosial, website sekolah, dan konten kreatif terbukti mampu memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat secara cepat dan efisien.
- 2) Pemahaman dan kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola marketing digital masih perlu ditingkatkan, terutama bagi guru dan staf yang terlibat dalam promosi sekolah. Transformasi digital memerlukan dukungan kompetensi teknologi dan kreativitas dalam penyajian konten.
- 3) Era Society 5.0 menuntut sekolah untuk mampu mengintegrasikan teknologi dengan nilai-nilai kemanusiaan. SMA Negeri 1 Belimbing menunjukkan potensi besar dalam mengembangkan ekosistem pendidikan yang adaptif dan inovatif, dengan tetap mengedepankan nilai-nilai karakter bangsa.

Saran

Adapun saran di dalam pengabdian masyarakat ini sebagai berikut :

- 1) Pihak sekolah diharapkan dapat memberikan pelatihan rutin mengenai digital marketing kepada guru dan tenaga kependidikan agar strategi pemasaran yang dilakukan semakin optimal dan relevan dengan perkembangan teknologi.
- 2) Pengembangan konten digital yang menarik dan informatif perlu terus ditingkatkan, seperti video profil sekolah, testimoni alumni, kegiatan siswa, dan pencapaian prestasi, agar mampu menarik perhatian calon peserta didik dan masyarakat luas.
- 3) Kerjasama dengan pihak eksternal seperti Dinas Pendidikan, media lokal, dan komunitas digital perlu diperluas, guna memperluas jangkauan promosi dan mendapatkan dukungan dalam hal teknologi maupun pelatihan.
- 4) Evaluasi berkala terhadap strategi marketing digital yang diterapkan penting dilakukan, agar sekolah dapat menyesuaikan pendekatan yang digunakan dengan dinamika kebutuhan masyarakat serta perkembangan teknologi terkini.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih kepada LPPM Universitas PGRI Palembang, Teman teman Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPGRIP dan SMA Negeri 1 Belimbing Muara Enim.

DAFTAR REFERENSI

- Burhanuddin, S. F., & Pharmacista, G. (2023). Transformation of companies and trade in the era of Society 5.0. *International Journal of Science and Society*, 5(5).
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial Instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 25–32.
- Implementasi sistem produksi cerdas berbasis AI dalam era Industri 4.0: Studi literatur berdasarkan pendekatan Skobelev & Borovik (2017). (*n.d.*).
- Nastiti, F., & Abdu, A. (2020). Kesiapan pendidikan Indonesia menghadapi era Society 5.0. *Edcomtech: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 5(1), 61–66.
- Özdemir. (2018). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap prestasi akademik mahasiswa.
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020. (*n.d.*).
- Pearson, S., & Malthouse, E. (2024). Fifth generation IMC: Expanding the scope to profit, people, and the planet. *arXiv*. <https://arxiv.org>
- Rohayati, Y., & Abdillah, A. (2024). Digital transformation for era Society 5.0 and resilience: Urgent issues from Indonesia. *Societies*, 14(12), 266. <https://doi.org/10.3390/soc14120266>
- Tim Penyusun Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Tahun 2022. (2022). *Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat*. Universitas PGRI Palembang.
- Vidrih, M., & Mayahi, S. (2023). Generative AI-driven storytelling: A new era for marketing. *arXiv*. <https://arxiv.org>
- Hanly, W. (2018, December 28). *Transkrip wawancara Marketing Communication Golden Tulip Legacy Surabaya* (S. T. Ciawati, Pewawancara).
- Kumolo, C. H. (2019, January 23). *Transkrip ahli Digital Marketing Communication* (S. T. Ciawati, Pewawancara).
- Joseph, T. (2011). *Apps Spirit of Digital Marketing 3.0*. PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Leadster. (2024). *Marketing 5.0 explained: Applying it to all businesses*. <https://www.leadster.com>
- Rossi, A. (2025). Society 5.0 and the marketing of the future. *LinkedIn*.

<https://www.linkedin.com/pulse/society-50-marketing-future>

Sarioğlu, C. İ. (2023). Industry 5.0, digital society, and consumer 5.0.

Suyanto. (2023). Digital innovation in the era of Society 5.0 encourages Indonesia's economic recovery in post-pandemic.