

Optimalisasi Social Media Marketing Untuk Pengembangan Usaha Kreatif Anggota Gerakan Pemuda Ansor di Pagedangan

Dede Solihin^{*1}, Derizka Inva Jaswita², Ahyani³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

E-mail: dosen02447@unpam.ac.id*

Diterima 1/6/2026| Direvisi 9/7/2026| Disetujui 12/7/2026

Abstract

The rapid development of digital technology has transformed marketing practices, making social media an increasingly important tool for business promotion. However, many creative entrepreneurs, including members of the Ansor Youth Movement in Pagedangan, have not yet fully utilized social media platforms to support the growth and sustainability of their businesses. This community service program aimed to enhance the knowledge and skills of Ansor Youth Movement members in implementing social media marketing strategies to expand market reach, improve customer engagement, and strengthen the development of their creative enterprises. The methods employed included educational workshops, training sessions, interactive discussions, and practical mentoring on the use of various social media platforms for business promotion. The training materials covered digital marketing strategies, content creation techniques, the utilization of social media features, and business branding development. The results of the program indicated a significant improvement in participants' understanding of the importance of digital marketing and their ability to manage social media accounts effectively for business purposes. Participants also demonstrated high enthusiasm in applying the marketing strategies they had learned to increase business visibility and competitiveness. Therefore, the optimization of social media marketing can serve as an effective strategic approach to supporting the development of creative businesses among Ansor Youth Movement members in Pagedangan and strengthening their digital entrepreneurial capabilities.

Keywords: Social Media Marketing, Creative Business, Digital Marketing, Ansor Youth Movement, Business Development

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola pemasaran yang semakin mengandalkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien. Namun, masih banyak pelaku usaha kreatif, termasuk anggota Gerakan Pemuda Ansor di Kecamatan Pagedangan, yang belum mampu memanfaatkan media sosial secara optimal untuk mendukung pengembangan usahanya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota Gerakan Pemuda Ansor dalam mengelola social media marketing guna memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta mendukung pertumbuhan usaha kreatif yang dijalankan. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, pelatihan, diskusi interaktif, dan pendampingan praktik penggunaan berbagai platform media sosial sebagai media promosi bisnis. Materi yang diberikan mencakup strategi pemasaran digital, pembuatan konten yang menarik, pemanfaatan fitur media sosial, serta teknik membangun branding usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya pemasaran digital dan kemampuan dalam mengelola akun media sosial untuk kepentingan bisnis. Peserta juga menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mengimplementasikan strategi pemasaran yang telah dipelajari untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha mereka. Dengan demikian, optimalisasi social media marketing dapat menjadi salah satu solusi strategis dalam mendukung pengembangan usaha kreatif anggota Gerakan Pemuda Ansor di Pagedangan serta memperkuat kapasitas kewirausahaan berbasis digital.

Kata kunci: Social Media Marketing, Usaha Kreatif, Pemasaran Digital, Gerakan Pemuda Ansor, Pengembangan Usaha

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan bisnis. Transformasi digital yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir telah mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yang berkembang pesat adalah penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran atau *social media marketing*. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media promosi yang efektif, murah, dan mampu menjangkau konsumen secara luas. Kondisi ini memberikan peluang yang besar bagi pelaku usaha kreatif, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), untuk mengembangkan bisnisnya melalui strategi pemasaran digital yang tepat (Munarsih et al., 2022).

Usaha kreatif merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi penting terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat. Karakteristik usaha kreatif yang mengandalkan kreativitas, inovasi, dan nilai tambah produk menjadikan sektor ini memiliki potensi besar untuk berkembang apabila didukung dengan strategi pemasaran yang efektif. Namun demikian, banyak pelaku usaha kreatif yang masih menghadapi berbagai kendala dalam memasarkan produknya, seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya kemampuan promosi, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital. Kondisi tersebut menyebabkan produk yang dihasilkan belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas sehingga pertumbuhan usaha berjalan relatif lambat. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial menjadi salah satu alternatif solusi yang dapat digunakan untuk meningkatkan eksistensi dan daya saing usaha kreatif di era digital (Pengembangan Pemasaran UKM Kreatif di Palembang Melalui Social Media Marketing, 2024).

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp Business, dan YouTube menawarkan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan untuk membangun komunikasi dengan pelanggan, memperkenalkan produk, serta meningkatkan citra usaha. Penggunaan media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan promosi secara lebih interaktif dibandingkan metode pemasaran konvensional. Selain itu, biaya yang relatif rendah membuat media sosial menjadi pilihan yang tepat bagi pelaku usaha skala kecil dan menengah yang memiliki keterbatasan modal promosi. Penelitian mengenai pengembangan pemasaran UKM kreatif melalui social media marketing menunjukkan bahwa media sosial mampu meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jaringan pemasaran, dan memperkuat hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen (Pengembangan Pemasaran UKM Kreatif di Palembang Melalui Social Media Marketing, 2024).

Dalam konteks organisasi kepemudaan, Gerakan Pemuda Ansor merupakan salah satu organisasi yang memiliki peran strategis dalam pengembangan kapasitas pemuda di berbagai bidang, termasuk bidang ekonomi dan kewirausahaan. Organisasi ini tidak hanya berfokus pada kegiatan keagamaan dan sosial kemasyarakatan, tetapi juga berupaya mendorong kemandirian ekonomi anggotanya melalui berbagai program pemberdayaan. Menurut Widiatmaka (2016), organisasi kepemudaan memiliki kontribusi penting dalam membangun karakter, meningkatkan kapasitas individu, serta menumbuhkan kemampuan berorganisasi dan kepemimpinan yang dibutuhkan dalam kehidupan sosial maupun ekonomi. Oleh karena itu, keberadaan Gerakan Pemuda Ansor dapat menjadi wadah yang efektif dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan para anggotanya.

Peran Gerakan Pemuda Ansor dalam pengembangan generasi muda juga telah dibuktikan melalui berbagai program yang bertujuan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Saputra et al. (2023) menjelaskan bahwa organisasi Gerakan Pemuda Ansor berperan dalam membentuk generasi muda yang produktif, mandiri, dan memiliki kemampuan beradaptasi terhadap perubahan sosial. Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung berbagai aktivitas organisasi maupun usaha ekonomi yang dijalankan oleh anggotanya. Dengan demikian, penguatan kapasitas digital menjadi kebutuhan yang semakin penting dalam menghadapi tantangan perkembangan zaman.

Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang merupakan salah satu wilayah yang memiliki aktivitas organisasi Gerakan Pemuda Ansor yang cukup aktif dalam melaksanakan program pemberdayaan masyarakat. Berbagai kegiatan pelatihan telah dilaksanakan untuk meningkatkan kompetensi anggota, baik dalam bidang kewirausahaan, manajemen organisasi, pengelolaan keuangan, maupun pemanfaatan teknologi. Kegiatan pelatihan pemanfaatan media promosi online yang dilaksanakan bagi anggota PAC Gerakan Pemuda Ansor Kecamatan Pagedangan menunjukkan bahwa media digital memiliki potensi besar dalam memperluas pemasaran produk dan meningkatkan kemampuan anggota dalam mempromosikan usaha yang dimiliki (Solihin et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran telah menjadi kebutuhan yang relevan bagi anggota organisasi.

Selain itu, pelatihan digital marketing yang diberikan kepada anggota PAC Gerakan Pemuda Ansor Kecamatan Pagedangan juga menunjukkan pentingnya peningkatan kompetensi pemasaran digital dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi informasi. Munarsih et al. (2022) menjelaskan bahwa digital marketing dapat meningkatkan jiwa entrepreneurship sekaligus membuka peluang pasar yang lebih luas bagi pelaku usaha. Pemahaman mengenai strategi pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha untuk memanfaatkan berbagai platform online secara optimal sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha yang dijalankan.

Penguatan kapasitas sumber daya manusia juga menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan transformasi digital. Menurut Pricilla et al. (2022), tata kelola sumber daya manusia di era digital menuntut kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi yang semakin cepat. Pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk memiliki kemampuan teknis dalam memproduksi barang atau jasa, tetapi juga harus mampu memanfaatkan teknologi untuk mendukung aktivitas pemasaran, komunikasi pelanggan, dan pengelolaan bisnis secara keseluruhan. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital menjadi salah satu kebutuhan utama bagi anggota Gerakan Pemuda Ansor yang memiliki usaha kreatif.

Selain kemampuan pemasaran digital, keberhasilan pengembangan usaha juga dipengaruhi oleh kemampuan manajerial dan pengelolaan organisasi. Kurniawan et al. (2022) menjelaskan bahwa pemahaman mengenai manajemen strategi organisasi dapat membantu individu dalam merencanakan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi berbagai program secara lebih efektif. Dalam konteks usaha kreatif, kemampuan menyusun strategi pemasaran yang tepat akan membantu pelaku usaha dalam menentukan target pasar, membangun identitas merek, serta menciptakan hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan.

Berbagai program pemberdayaan yang telah dilaksanakan pada anggota Gerakan Pemuda Ansor di Pagedangan menunjukkan adanya perhatian yang besar terhadap pengembangan kapasitas ekonomi masyarakat. Darmadi et al. (2022) menegaskan bahwa pengembangan UMKM memerlukan strategi yang adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis, termasuk pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Pada masa pandemi Covid-19, strategi digital terbukti menjadi salah satu pendekatan yang efektif dalam mempertahankan keberlangsungan usaha ketika interaksi tatap muka mengalami keterbatasan. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi pemasaran bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan bagi pelaku usaha.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa optimalisasi digital marketing dapat meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian mengenai pengembangan usaha UMKM melalui optimalisasi digital marketing di Kabupaten Buleleng menunjukkan bahwa penggunaan media digital mampu membantu pelaku usaha memperluas pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkuat hubungan dengan konsumen (Pengembangan Usaha UMKM di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing di Kabupaten Buleleng, 2022). Hasil tersebut memperkuat argumentasi bahwa media sosial memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan usaha kreatif.

Di sisi lain, perkembangan media sosial tidak hanya dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi, tetapi juga digunakan sebagai sarana komunikasi organisasi. Firdaus dan Kolil (2023) menjelaskan bahwa optimalisasi media sosial pada Gerakan Pemuda Ansor dapat meningkatkan efektivitas penyebaran informasi, membangun keterlibatan anggota, dan memperluas jangkauan

komunikasi organisasi. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa anggota Gerakan Pemuda Ansor telah memiliki kedekatan dengan penggunaan media sosial sehingga peluang pemanfaatannya untuk kegiatan pemasaran usaha menjadi semakin besar.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa anggota Gerakan Pemuda Ansor di Pagedangan memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan usaha kreatif melalui pemanfaatan media sosial. Namun demikian, masih diperlukan upaya peningkatan pemahaman dan keterampilan agar media sosial dapat digunakan secara optimal sebagai sarana pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai strategi social media marketing bagi anggota Gerakan Pemuda Ansor di Pagedangan. Melalui kegiatan ini diharapkan anggota mampu memanfaatkan media sosial secara lebih profesional untuk meningkatkan promosi produk, memperluas jangkauan pasar, memperkuat branding usaha, serta mendorong pertumbuhan usaha kreatif yang berkelanjutan di era digital.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan mengenai optimalisasi *social media marketing* untuk pengembangan usaha kreatif anggota Gerakan Pemuda Ansor di Pagedangan. Kegiatan diselenggarakan pada tanggal 07 Maret 2026 sampai dengan 08 Maret 2026 yang bertempat di Kantor Desa Pagedangan, Kabupaten Tangerang. Sasaran kegiatan adalah anggota Gerakan Pemuda Ansor yang memiliki atau sedang merintis usaha kreatif. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi melalui ceramah, diskusi interaktif, dan sesi tanya jawab yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep pemasaran digital, pemanfaatan berbagai platform media sosial, strategi pembuatan konten pemasaran, serta teknik membangun identitas merek (*branding*) secara efektif.

Tahap pelaksanaan kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan peserta terkait pemanfaatan media sosial dalam kegiatan usaha, dilanjutkan dengan penyampaian materi dan demonstrasi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk. Selanjutnya, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik secara langsung dalam membuat konten pemasaran dan mengelola akun media sosial usaha masing-masing dengan pendampingan dari tim pelaksana. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi terhadap partisipasi peserta selama pelatihan, diskusi, serta umpan balik yang diberikan peserta mengenai pemahaman dan keterampilan yang diperoleh. Melalui metode tersebut diharapkan peserta mampu mengimplementasikan strategi *social media marketing* secara optimal guna meningkatkan jangkauan pemasaran, daya saing, dan perkembangan usaha kreatif yang dijalankan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema *Optimalisasi Social Media Marketing untuk Pengembangan Usaha Kreatif Anggota Gerakan Pemuda Ansor di Pagedangan* telah dilaksanakan pada tanggal 07–08 Maret 2026 di Kantor Desa Pagedangan. Kegiatan ini diikuti oleh anggota Gerakan Pemuda Ansor yang memiliki minat dalam bidang kewirausahaan serta telah menjalankan berbagai jenis usaha kreatif, seperti usaha kuliner, fesyen, kerajinan, jasa desain, percetakan, dan perdagangan produk lokal. Pelaksanaan kegiatan berlangsung dengan lancar dan mendapatkan respons yang sangat positif dari peserta. Tingginya tingkat kehadiran serta partisipasi aktif selama pelatihan menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap peningkatan kompetensi pemasaran digital menjadi isu yang sangat relevan bagi para pelaku usaha kreatif saat ini.

Pada tahap awal kegiatan, tim pelaksana melakukan identifikasi kondisi dan kebutuhan peserta terkait pemanfaatan media sosial dalam kegiatan usaha. Hasil diskusi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memiliki akun media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp Business, dan TikTok. Namun, penggunaan media sosial tersebut masih terbatas sebagai sarana komunikasi pribadi dan belum dimanfaatkan secara maksimal untuk mendukung

aktivitas pemasaran usaha. Sebagian besar peserta mengaku belum memahami strategi pembuatan konten yang menarik, teknik membangun interaksi dengan pelanggan, serta cara meningkatkan jangkauan promosi melalui media sosial. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan teknologi digital dengan kemampuan pemanfaatannya dalam mendukung pengembangan usaha.

Materi pertama yang diberikan dalam kegiatan ini membahas pentingnya transformasi digital dalam dunia usaha. Peserta diberikan pemahaman mengenai perubahan perilaku konsumen yang saat ini semakin bergantung pada teknologi digital dalam mencari informasi produk dan melakukan transaksi. Dalam era digital, media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat sebelum melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menyesuaikan strategi pemasarannya agar mampu menjangkau konsumen secara lebih efektif. Pemahaman ini menjadi dasar yang penting bagi peserta untuk menyadari bahwa keberadaan media sosial bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing usaha.

Selanjutnya, peserta memperoleh materi mengenai konsep dasar *social media marketing*. Pada sesi ini dijelaskan bahwa pemasaran melalui media sosial tidak hanya berfokus pada aktivitas promosi produk, tetapi juga mencakup upaya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Peserta diperkenalkan pada berbagai manfaat media sosial, seperti peningkatan kesadaran merek (*brand awareness*), perluasan jangkauan pasar, peningkatan interaksi dengan pelanggan, serta penciptaan loyalitas konsumen. Diskusi yang berlangsung menunjukkan bahwa banyak peserta baru memahami bahwa keberhasilan pemasaran digital tidak hanya ditentukan oleh banyaknya unggahan produk, tetapi juga oleh kualitas komunikasi yang dibangun dengan audiens.

Salah satu fokus utama dalam pelatihan ini adalah pengembangan kemampuan peserta dalam membuat konten pemasaran yang menarik. Tim pelaksana menjelaskan bahwa konten merupakan elemen penting dalam keberhasilan strategi pemasaran digital. Konten yang informatif, menarik, dan relevan akan lebih mudah mendapatkan perhatian pengguna media sosial dibandingkan promosi yang bersifat monoton. Dalam sesi praktik, peserta diajarkan cara membuat foto produk yang menarik menggunakan telepon pintar, menyusun deskripsi produk yang persuasif, serta membuat desain promosi sederhana menggunakan aplikasi digital yang mudah diakses. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan konten yang lebih kreatif dibandingkan sebelum mengikuti pelatihan.

Selain pembuatan konten, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya membangun identitas merek (*branding*) dalam media sosial. Banyak pelaku usaha kecil yang belum menyadari bahwa konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga memperhatikan citra usaha yang ditampilkan. Oleh karena itu, peserta didorong untuk menciptakan identitas visual yang konsisten melalui penggunaan logo, warna, desain, dan gaya komunikasi yang sesuai dengan karakter usaha masing-masing. Melalui sesi diskusi dan simulasi, peserta mulai memahami bahwa branding yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan sekaligus membedakan usaha mereka dari para pesaing.

Materi berikutnya membahas strategi pemanfaatan berbagai platform media sosial sesuai karakteristik usaha. Tim pelaksana menjelaskan bahwa setiap platform memiliki keunggulan dan segmentasi pengguna yang berbeda. Instagram lebih efektif untuk promosi visual, TikTok memiliki kekuatan dalam penyebaran konten kreatif secara cepat, Facebook masih memiliki basis pengguna yang luas, sedangkan WhatsApp Business sangat bermanfaat untuk komunikasi langsung dengan pelanggan. Pemahaman mengenai karakteristik masing-masing platform membantu peserta dalam menentukan strategi pemasaran yang lebih tepat dan efisien sesuai kebutuhan usaha yang dijalankan.

Selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti sesi praktik. Banyak peserta yang secara langsung mencoba membuat akun bisnis, memperbarui profil usaha, serta mengunggah konten promosi yang telah dibuat selama pelatihan. Beberapa peserta juga aktif berdiskusi mengenai tantangan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha, seperti keterbatasan modal promosi, rendahnya jumlah pengikut media

sosial, serta kesulitan dalam menciptakan konten yang konsisten. Diskusi tersebut memberikan kesempatan bagi tim pelaksana untuk memberikan solusi praktis yang dapat diterapkan sesuai kondisi masing-masing usaha.

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi pemasaran digital. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta memandang media sosial hanya sebagai sarana untuk mengunggah foto produk. Setelah mengikuti pelatihan, peserta memahami bahwa media sosial dapat digunakan untuk membangun komunikasi dengan pelanggan, memperoleh umpan balik pasar, memperluas jaringan bisnis, dan meningkatkan peluang penjualan. Perubahan cara pandang ini menjadi indikator penting keberhasilan kegiatan karena menunjukkan adanya peningkatan literasi digital di kalangan anggota Gerakan Pemuda Ansor.

Dari aspek pengembangan usaha, pemanfaatan media sosial memberikan peluang yang sangat besar bagi pelaku usaha kreatif. Salah satu keunggulan utama media sosial adalah kemampuannya menjangkau pasar yang lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis. Produk yang sebelumnya hanya dikenal di lingkungan sekitar kini dapat dipromosikan kepada konsumen dari berbagai wilayah. Kondisi ini sangat menguntungkan bagi pelaku usaha kreatif yang umumnya memiliki keterbatasan dalam akses pemasaran konvensional. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, usaha kecil memiliki kesempatan yang sama untuk bersaing dengan usaha yang lebih besar.

Kegiatan ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan motivasi kewirausahaan peserta. Melalui berbagai contoh keberhasilan pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, peserta menjadi lebih percaya diri dalam mengembangkan usaha yang dimiliki. Mereka menyadari bahwa keberhasilan usaha tidak selalu ditentukan oleh besarnya modal, tetapi juga oleh kemampuan dalam memanfaatkan teknologi secara kreatif dan inovatif. Kesadaran tersebut menjadi modal penting dalam mendorong lahirnya wirausaha muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Selain manfaat ekonomi, optimalisasi social media marketing juga memberikan dampak sosial yang positif bagi organisasi Gerakan Pemuda Ansor. Kemampuan anggota dalam memanfaatkan teknologi digital tidak hanya bermanfaat untuk pengembangan usaha pribadi, tetapi juga dapat mendukung kegiatan organisasi secara keseluruhan. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana berbagi informasi, promosi kegiatan, pengembangan jaringan, serta peningkatan citra organisasi di tengah masyarakat. Dengan demikian, peningkatan kompetensi digital anggota akan memberikan kontribusi ganda, baik bagi pengembangan usaha maupun penguatan kapasitas organisasi.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

Berdasarkan keseluruhan hasil kegiatan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan optimalisasi social media marketing berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi anggota Gerakan Pemuda Ansor dalam memanfaatkan media sosial untuk pengembangan usaha kreatif.

Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis mengenai pemasaran digital, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Melalui penguasaan strategi pemasaran digital yang lebih baik, diharapkan anggota Gerakan Pemuda Ansor di Pagedangan mampu meningkatkan daya saing usaha, memperluas pasar, memperkuat branding produk, serta menciptakan peluang pertumbuhan usaha yang berkelanjutan di era ekonomi digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai optimalisasi *social media marketing* untuk pengembangan usaha kreatif anggota Gerakan Pemuda Ansor di Pagedangan telah berjalan dengan baik dan memberikan manfaat yang positif bagi peserta. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan, peserta memperoleh peningkatan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran digital, strategi pemanfaatan media sosial, pembuatan konten yang menarik, serta penguatan *branding* usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membantu pelaku usaha kreatif memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta memperkuat daya saing usaha di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat.

Untuk mendukung keberlanjutan hasil kegiatan, disarankan agar anggota Gerakan Pemuda Ansor secara konsisten menerapkan strategi *social media marketing* yang telah dipelajari serta terus meningkatkan kemampuan digital melalui pelatihan lanjutan. Selain itu, diperlukan pendampingan yang berkelanjutan dari berbagai pihak, baik pemerintah desa, organisasi kepemudaan, maupun perguruan tinggi, guna membantu peserta dalam mengembangkan konten pemasaran yang lebih kreatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dengan upaya tersebut, diharapkan usaha kreatif yang dijalankan anggota Gerakan Pemuda Ansor di Pagedangan dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap peningkatan perekonomian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmadi, D., Suryani, N. L., & Sari, R. (2022). Strategi pengembangan UMKM di masa pandemi Covid-19 dengan metode SWOT di Gerakan Pemuda Ansor Nahdlatul Ulama Kelurahan Pagedangan Kecamatan Pagedangan Tangerang. *Dedikasi PKM*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20193>
- Dewi, I. K., Sunardi, D., & Widiyanti, S. D. (2022). Pemanfaatan lahan persawahan untuk budidaya ikan (mina padi) guna meningkatkan hasil penjualan pertanian bagi Pemuda Ansor di Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang-Banten. *Dedikasi PKM*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20189>
- Falgenti, K. (2023). Pelatihan pengelolaan content management system WordPress untuk Pengurus Gerakan Pemuda Ansor Ciledug. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 6(4). <https://doi.org/10.30591/japhb.v6i4.5481>
- Fikri, A. (2022). Aktivitas dakwah Gerakan Pemuda (GP) Ansor dalam meningkatkan ukhuwah Islamiyah di Kecamatan Purbolinggo. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 12(1). <https://doi.org/10.35905/komunida.v12i01.2636>
- Firdaus, M. M., & Kolil, M. T. (2023). Optimalisasi media sosial Gerakan Pemuda (GP) Ansor sebagai strategi dakwah Pimpinan Cabang Kota Kediri. *Spektra Komunika*, 2(2). <https://doi.org/10.33752/.v2i2.4718>
- Habib Sihombing, H., & Erianjoni. (2018). Internalisasi nilai-nilai Aswaja pada organisasi Gerakan Pemuda Ansor di Kota Padang. *Jurnal Perspektif*, 1(4). <https://doi.org/10.24036/perspektif.v1i4.51>

- Kurniawan, P., Suwanto, S., & Eka, P. D. (2022). Pelatihan dasar management strategi organisasi pada Gerakan Pemuda Ansor Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *Dedikasi PKM*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20195>
- Mardiana, S., Hasanah, Y. M., & Budhiarjo, I. S. (2022). Pelatihan manajemen keuangan dalam meningkatkan keandalan menyusun laporan keuangan pada PAC Gerakan Pemuda Ansor Pagedangan-Tangerang Selatan. *Dedikasi PKM*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20196>
- Munarsih, M., Rachmawan, A., Konefi, F., Sudita, S., & Dunia, N. (2022). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan jiwa entrepreneurship di masa pandemic pada PAC Gerakan Pemuda Ansor Kecamatan Pagedangan Tangerang Banten. *Dedikasi PKM*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20194>
- Octaviani, I. S., Pricilla, L., & Karolina. (2022). Penata kelolaan SDM di era digital pada PAC Gerakan Pemuda Ansor Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang-Banten. *Dedikasi PKM*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20192>
- Pengembangan pemasaran UKM kreatif di Palembang melalui social media marketing. (2024). *Darma Abdi Karya*, 3(1). <https://doi.org/10.38204/darmaabdikarya.v3i1.1970>
- Pengembangan usaha UMKM di masa pandemi melalui optimalisasi digital marketing di Kabupaten Buleleng. (2022). *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(3). <https://doi.org/10.23887/jpku.v10i3.50585>
- Putro, H. Y. S., Sari, N. P., Rahmatullah, A., Mara, A. A. P. T., Putri, N. A., & Putri, N. K. (2025). Pemberdayaan pemuda kreatif Kalimantan Selatan melalui optimalisasi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat Indonesia*, 4(2). <https://doi.org/10.56303/jppmi.v4i2.672>
- Rokandi, A. F., Yusuf, Y., & Marnelly, T. R. (2026). Dakwah kultural di Bumi Melayu: Modal sosial Gerakan Pemuda Ansor Riau dalam melestarikan tradisi shalawatan. *Anterior Jurnal*, 25(1). <https://doi.org/10.33084/anterior.v25i1.11423>
- Saputra, A. G., Arini, I., & Yasin, D. M. (2023). Organizational role of the Gerakan Pemuda Ansor in the development of young generations. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i16.14026>
- Setiawan, Z. (2022). Sejarah lahirnya Gerakan Pemuda Ansor pada organisasi masyarakat Nahdlatul Ulama. *Spektrum*, 19(2). <https://doi.org/10.31942/spektrum.v19i2.6657>
- Solihin, D., Ahyani, A., & Susanto, N. (2022). Pelatihan pemanfaatan media promosi online untuk memperluas pemasaran produk bagi PAC Gerakan Pemuda Ansor di Kecamatan Pagedangan Tangerang. *Dedikasi PKM*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20191>
- Toriq, M. Z. S., & Hasib, M. (2025). Pengaruh rendahnya minat pemuda bergabung dalam organisasi Gerakan Pemuda Ansor di Desa Sukodono Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung. *Cendekia: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*, 2(7). <https://doi.org/10.62335/cendekia.v2i7.1551>
- Widiatmaka, P. (2016). Peran organisasi kepemudaan dalam membangun karakter pemuda dan implikasinya terhadap ketahanan pribadi pemuda (Studi pada Pimpinan Cabang Gerakan Pemuda Ansor di Kabupaten Sukoharjo Provinsi Jawa Tengah). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 22(2). <https://doi.org/10.22146/jkn.12002>
- Zakaria, A., Widodo, P., Kertopati, S. N. H., & Firdaus, M. F. (2024). Optimalisasi peran Gerakan Pemuda Ansor Pimpinan Wilayah DKI Jakarta dalam upaya pencegahan radikalisme. *Community: Pengawas Dinamika Sosial*, 10(1). <https://doi.org/10.35308/jcpds.v10i1.8277>