



Training on Using Social Media for Marketing Products and Services

Eko Sudarso¹, Abadia Gusti Mahardika², Raihan Hidayat³,
Muhamad Rizky Rivaldo⁴

Management, Economics and Business, Universitas Pamulang, Indonesia

E-Mail: dosen02070@unpam.ac.id

Abstract

Training on the use of social media for marketing products and services aims to provide students with understanding and skills in utilizing social media platforms as a tool to promote their products and services effectively. In today's digital era, social media has become a very potential means of reaching a wider audience at a relatively low cost. This training covers various topics, from creating interesting content, effective marketing strategies, to how to analyze the results of marketing campaigns on social media. By participating in this training, it is hoped that students can improve their digital skills and utilize social media to optimally increase the visibility and sales of their products and services. It is hoped that the participants will also be able to develop more measurable and sustainable marketing strategies in the face of increasingly fierce market competition.

Keyword: Utilization, Social Media, Training, Marketing, Community Service

Abstrak

Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk dan jasa bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada siswa dalam memanfaatkan platform media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produk dan jasa mereka secara efektif. Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi sarana yang sangat potensial untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Pelatihan ini mencakup berbagai topik, mulai dari pembuatan konten yang menarik, strategi pemasaran yang efektif, hingga cara menganalisis hasil dari kampanye pemasaran di media sosial. Dengan mengikuti pelatihan ini, diharapkan siswa dapat meningkatkan keterampilan digital mereka dan memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan visibilitas serta penjualan produk dan jasa mereka secara optimal.

Kata kunci: Pemanfaatan, Media Sosial, Pelatihan, Pemasaran, Pengabdian Kepada Masyarakat

INTRODUCTION

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi salah satu alat yang paling efektif untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan membangun hubungan antara individu maupun bisnis. Penggunaan media sosial telah meluas di seluruh dunia, dengan miliaran pengguna aktif yang terhubung melalui berbagai platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, dan TikTok. Fenomena ini memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis, baik yang besar maupun kecil, untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk dan jasa.

Pemasaran melalui media sosial menawarkan berbagai keunggulan, di antaranya adalah jangkauan pasar yang lebih luas, biaya pemasaran yang lebih efisien, serta kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Selain itu, media sosial juga memungkinkan pelaku usaha untuk membangun merek, mengembangkan loyalitas pelanggan, dan mendapatkan umpan balik. Oleh karena itu, pelatihan tentang pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk dan jasa menjadi sangat penting. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada siswa SMAN 1 Tangerang Selatan agar dapat memanfaatkan berbagai fitur dan platform media sosial dengan efektif untuk mempromosikan produk dan jasa mereka.

LITERATURE REVIEW

Media Sosial dalam Pemasaran

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan individu maupun organisasi untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta membangun jaringan secara luas. Dalam konteks pemasaran, media sosial telah berkembang menjadi salah satu alat yang paling efektif untuk mempromosikan produk dan jasa. Hal ini dikarenakan media sosial memiliki jangkauan pasar yang luas, biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan pemasaran konvensional, serta kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen secara real-time. Melalui media sosial, pelaku usaha dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, memperoleh umpan balik secara cepat, serta meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek yang ditawarkan.

Selain itu, setiap platform media sosial memiliki karakteristik yang berbeda sehingga penggunaannya perlu disesuaikan dengan tujuan pemasaran. Misalnya, platform berbasis visual seperti Instagram lebih efektif untuk menampilkan produk melalui gambar dan video menarik, sementara TikTok menekankan kreativitas dan konten yang bersifat viral. Pemahaman terhadap karakteristik masing-masing platform menjadi hal yang penting agar strategi pemasaran yang dilakukan dapat berjalan secara optimal dan tepat sasaran.

Digital Marketing

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital, khususnya internet, untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien. Dalam era perkembangan teknologi yang pesat, digital marketing menjadi kebutuhan utama bagi

pelaku usaha, termasuk generasi muda. Pemasaran digital tidak hanya mencakup promosi produk, tetapi juga melibatkan analisis data konsumen, perencanaan strategi pemasaran, serta evaluasi kinerja kampanye yang dilakukan.

Dalam implementasinya, digital marketing memungkinkan pelaku usaha untuk memahami perilaku konsumen melalui data analitik, sehingga strategi yang digunakan dapat lebih terarah. Selain itu, digital marketing juga memberikan peluang bagi individu, termasuk pelajar, untuk mengembangkan kreativitas dalam menciptakan konten yang menarik serta inovatif. Dengan demikian, kemampuan dalam digital marketing menjadi salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki di era digital saat ini.

Branding di Media Sosial

Branding merupakan proses membangun identitas dan citra suatu produk atau jasa di mata konsumen. Dalam media sosial, branding memiliki peran yang sangat penting karena menjadi representasi utama dari bisnis yang dijalankan. Melalui akun media sosial, pelaku usaha dapat menampilkan identitas merek, nilai yang diusung, serta keunikan produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Proses branding yang baik ditandai dengan konsistensi dalam penyampaian pesan, visual, serta gaya komunikasi yang digunakan. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat dengan mudah mengenali dan mengingat merek tersebut. Selain itu, branding juga berperan dalam membangun kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat beli serta loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Pembuatan Konten Kreatif

Konten kreatif merupakan salah satu faktor utama dalam keberhasilan pemasaran melalui media sosial. Di tengah arus informasi yang sangat cepat, konten yang menarik dan relevan akan lebih mudah menarik perhatian audiens. Konten dapat berupa gambar, video, maupun teks yang disusun secara menarik dan komunikatif sesuai dengan target pasar yang dituju.

Pembuatan konten kreatif tidak hanya membutuhkan kreativitas, tetapi juga pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi audiens. Selain itu, penggunaan alat bantu seperti aplikasi desain grafis dan pengeditan video juga menjadi pendukung penting dalam menghasilkan konten yang berkualitas. Konten yang baik tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu menyampaikan pesan secara jelas dan mendorong audiens untuk melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk atau membagikan konten tersebut.

Strategi Pemasaran Digital

Strategi pemasaran digital merupakan langkah-langkah yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan pemasaran melalui media digital. Strategi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari penjadwalan unggahan, penggunaan hashtag yang relevan, hingga interaksi aktif dengan audiens. Interaksi dengan konsumen menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam pemasaran digital, karena dapat meningkatkan keterlibatan (engagement) serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Selain itu, strategi pemasaran digital juga melibatkan pemanfaatan data untuk mengevaluasi efektivitas kampanye yang dilakukan. Dengan adanya data tersebut, pelaku usaha dapat mengetahui strategi mana yang berhasil dan mana yang perlu diperbaiki. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran digital tidak hanya bersifat kreatif, tetapi juga membutuhkan kemampuan analitis dalam pengambilan keputusan.

Pengembangan Keterampilan Siswa di Era Digital

Penguasaan teknologi digital, khususnya dalam bidang pemasaran, menjadi salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki oleh siswa di era modern. Melalui pelatihan dan pemberdayaan yang tepat, siswa dapat mengembangkan kemampuan dalam memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat produktif untuk menciptakan peluang usaha.

Selain keterampilan teknis, pengembangan ini juga berdampak pada peningkatan soft skills seperti kreativitas, komunikasi, serta kemampuan bekerja sama dalam tim. Keterampilan tersebut sangat dibutuhkan dalam menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif. Dengan demikian, pendidikan yang mengintegrasikan teknologi digital dan kewirausahaan dapat membantu siswa menjadi individu yang lebih siap menghadapi tantangan di masa depan.

Peran Pendidikan dalam Meningkatkan Kompetensi Digital

Lembaga pendidikan memiliki peran penting dalam meningkatkan kompetensi digital siswa melalui berbagai program pelatihan dan pembelajaran yang relevan. Sekolah dapat memberikan edukasi mengenai pemanfaatan media sosial secara bijak dan produktif, serta membekali siswa dengan keterampilan digital marketing yang aplikatif.

Melalui pendekatan pembelajaran yang interaktif, seperti simulasi, diskusi, dan praktik langsung, siswa dapat lebih mudah memahami materi yang diberikan. Selain itu, dukungan dari guru dan lingkungan sekolah juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan pengembangan kompetensi digital siswa. Dengan adanya pembelajaran yang terarah, diharapkan siswa tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu memanfaatkannya untuk menciptakan nilai tambah bagi diri sendiri maupun masyarakat.

METHODS

Melalui pemberdayaan siswa, sekolah dan lembaga pendidikan dapat memberikan pelatihan dan pengetahuan yang relevan tentang cara memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan lainnya untuk tujuan bisnis. Dengan memahami konsep pemasaran digital, siswa akan mampu menciptakan strategi pemasaran yang kreatif, memanfaatkan data analitik untuk memahami perilaku konsumen, dan menggunakan alat seperti desain grafis atau video editing untuk menghasilkan konten menarik.

Selain itu, pemberdayaan ini juga dapat mendorong siswa untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan. Misalnya, siswa diajarkan untuk membangun merek pribadi atau bisnis kecil, menciptakan konten promosi, dan berinteraksi dengan pelanggan secara profesional. Dengan bimbingan yang tepat, mereka dapat belajar bagaimana menjangkau

audiens yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan membangun reputasi merek yang baik.

Tidak hanya berdampak pada keterampilan teknis, pemberdayaan ini juga membangun soft skills seperti kreativitas, komunikasi, dan kemampuan bekerja sama dalam tim. Siswa yang terampil dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran akan lebih siap menghadapi

tantangan dunia kerja di masa depan, terutama di bidang pemasaran digital yang terus berkembang pesat.

Dengan memberikan ruang, dukungan, dan pelatihan yang memadai, siswa tidak hanya akan menjadi pengguna media sosial yang bijak, tetapi juga pelaku aktif yang mampu menciptakan nilai tambah. Melalui keterampilan ini, mereka dapat berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal maupun global, membuktikan bahwa generasi muda memiliki peran strategis dalam dunia bisnis modern.

Pelaksanaan pelatihan ini akan dimulai dengan presentasi dan diskusi, di mana instruktur akan menggunakan slide presentasi untuk menjelaskan konsep pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk dan jasa, diikuti dengan sesi tanya jawab untuk mendiskusikan pemahaman peserta. Selanjutnya, pemateri mengadakan quiz berhadiah dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan tentang materi yang telah disampaikan oleh pemateri, tujuan quiz ini adalah untuk membuat peserta relate dengan materi yang telah disampaikan

RESULTS

Hasil dari Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini menunjukkan bahwa pelajar SMAN 1 Tangerang Selatan berhasil meningkatkan keterampilan digital marketing mereka melalui pelatihan yang sistematis dan aplikatif. Dalam pelatihan ini siswa diberi pemahaman bahwa Pemasaran melalui media sosial menawarkan berbagai keunggulan, di antaranya adalah jangkauan pasar yang lebih luas, biaya pemasaran yang lebih efisien, serta kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Selain itu, media sosial juga memungkinkan pelaku usaha untuk membangun merek, mengembangkan loyalitas pelanggan, dan mendapatkan umpan balik secara real-time. Namun, meskipun potensinya besar, masih banyak pelaku usaha yang belum memaksimalkan pemanfaatan media sosial secara optimal dalam strategi pemasaran mereka.

Siswa menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam mengelola media sosial, yang berdampak positif pada peningkatan keterampilan mereka. Mereka mampu menerapkan strategi pemasaran yang lebih terstruktur, mengurangi tingkat risiko, serta meningkatkan produktivitas dalam pemanfaatan media sosial. Keberhasilan program ini juga didukung oleh metode pembelajaran berbasis simulasi, diskusi kelompok, serta pendampingan dari para pengajar yang aktif dalam memberikan bimbingan. Hasil pengabdian ini membuktikan bahwa pelatihan pemanfaatan media sosial yang efektif dapat menjadi solusi untuk membantu siswa dalam mencapai keterampilan dalam digital marketing yang efektif.



Gambar 2. Berlangsungnya kegiatan

DISCUSSION

Berikut ini adalah materi “pelatihan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk dan jasa” Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat penting dalam memasarkan produk dan jasa. Pelatihan ini dirancang untuk membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam memanfaatkan platform media sosial secara maksimal untuk mencapai tujuan pemasaran. Dengan menggunakan pendekatan yang interaktif dan berbasis praktik, peserta akan dipandu untuk memahami konsep dasar serta strategi yang efektif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi bisnis.

Pelatihan dimulai dengan ‘pengenalan platform media sosial’ yang paling populer, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan LinkedIn. Masing-masing platform memiliki karakteristik dan audiens yang berbeda, yang perlu dipahami agar bisnis dapat menentukan mana yang paling sesuai dengan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Instagram lebih fokus pada visual, TikTok menyasar konten kreatif dan viral, sementara WhatsApp Business memberikan kemudahan komunikasi langsung dengan pelanggan.

Selanjutnya, peserta akan diperkenalkan dengan konsep ‘branding di media sosial’. Menggunakan akun media sosial sebagai wajah dari bisnis mereka sangat penting, oleh karena itu, pelatihan ini mengajarkan bagaimana cara membuat profil bisnis yang menarik dan profesional. Peserta juga akan mempelajari cara menjaga konsistensi merek di semua platform, memastikan bahwa setiap konten yang dibagikan mencerminkan identitas merek mereka.

‘Pembuatan konten kreatif’ menjadi materi berikutnya yang sangat penting. Dalam dunia yang penuh dengan informasi ini, konten yang menarik akan lebih mudah dilihat dan diingat oleh audiens. Pelatihan ini mengajarkan cara membuat foto, video, dan teks yang mampu menarik perhatian target pasar dengan pesan yang jelas dan relevan. Peserta juga dilatih menggunakan berbagai alat desain seperti Canva atau aplikasi pengeditan video untuk membuat konten yang menarik.

Selain itu, ‘strategi pemasaran’ yang efektif akan diajarkan, mulai dari penjadwalan posting, penggunaan hashtag yang relevan, hingga cara berinteraksi dengan audiens secara aktif. Penting bagi bisnis untuk terhubung dengan pelanggan mereka, baik itu melalui komentar, pesan pribadi, atau melakukan polling untuk mendapatkan umpan balik yang berguna.



Gambar 2. Berlangsungnya kegiatan

CONCLUSION

Dari kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelatihan ini berhasil membantu siswa SMAN 1 Tangerang Selatan dalam mengelola media sosial dengan lebih baik, yang berkontribusi pada peningkatan produktivitas keterampilan andigital marketing
2. Dengan penggunaan media sosial yang baik membantu siswa untuk efisien dalam digital marketing, membaangun merek, serta strategi yang tepat. Dengan keterampilan ini, siswa dapat lebih mudah mencapai tujuan dan memaksimalkan potensi mereka.

3. Siswa yang menerapkan teknik digital marketing mengalami peningkatan keterampilan, untuk menjalankan sebuah bisnis
4. Metode partisipatif seperti diskusi kelompok dan simulasi memberikan hasil positif dalam meningkatkan pemahaman siswa mengenai pentingnya digital marketing.

REFERENCES

Arief, Giri Maulana dan Heppy Millianyani. 2015. Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhillah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31.

Elwani, R. S., & Kurniawan, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 64. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.6654>

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Hakim, L., Putri, I. S., Pasaribu, V. L. D., & Tobroni, M. (2026). Public Speaking for Teens: Sharpens Self-Confidence and Effective Communication Skills. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 28-35

Kushermanto, S., Pasaribu, V. L. D., & Aulia, N. M. (2026). Building Cooperation and Leadership Through Youth Team Building Activities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 36-43.

Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya Manusia. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.

Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisiyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180

Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Diyayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy. (2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Adiputra, B., Oktaviani, D., & Ramdonih, F. (2026). Financial Health in the Digital Era: Gen Z Financial Literacy to Combat a Consumptive Lifestyle. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 66-70.

Pasaribu, V. L. D., Rahmah, A., Fitri, L., & Rommadon, R. (2026). Digital Marketing as a Means of Career Opportunities and Entrepreneurship. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 52-58.

Pasaribu, V. L. D., Saputra, B., Alayya, F., & Utami, R. D. (2026). Boosting Self-Confidence Through Public Speaking: A Youth Workshop. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 71-76

Pasaribu, V. L. D., Rahayu, A., Septianti, A., & Wirana, A. P. (2026). Measuring Digital Content and Campaign Activities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 44-51.

Pasaribu, V. L. D., Fadilah, R., Purwanti, A., & Amelia, N. (2026). The Importance of Soft Skills for Teenagers in the Modern Era: Challenges and Opportunities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 11-18.

Pasaribu, V. L. D., Wijohandoko, T., Yanuarso, B. P., & Tumanggor, M. (2026). Optimizing Micro-Business Financial Management in Benda Baru Subdistrict Through Financial Management Training. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 01-10.

Pasaribu, V. L. D., Anggelita, A. Y., Putri, A. N., Wiyadi, A., & Fatonah, D. (2026). Counseling on Cultivating an Entrepreneurial Spirit in the Digital Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 19-27.

Pasaribu, V. L. D., Witjaksono, M. G., Khoerunnisa, D., & Maharani, N. (2026). Social Media Ethics at the Wisma Karya Bakti Orphanage. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1).

Pasaribu, V. L. D., Sulistyawati, R., Tupamahu, J., & Sabila, S. (2026). The Role of Soft Skills in Shaping Students' Leadership and Social Responsibility in the Era of Society 5.0. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1).

Pasaribu, V. L. D., Zalukhu, M., & Akbar, I. M. (2026). Smart and Responsible Leadership of Vocational High School Students in the Era of Society 5.0. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 181-190.

Pasaribu, V. L. D., Hermanto, H., Bidaya, Y., & Buulolo, R. (2026). Leadership Transformation Strategies to Strengthen the Responsibility and Character of Vocational High School Students in the Society 5.0 Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 211-220

Pasaribu, V. L. D., Priyanto, G., Ndruru, K., & Indrawan, J. (2026). Leadership Camp Era 5.0: Developing Leadership and Social Responsibility in Students. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 191-199.

- Pasaribu, V. L. D., Juraemi, A. F. R., Nabila, S., & Suwandi, W. (2026). The Influence of Family Environment on High School Students' Learning Motivation. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 987-996.
- Pasaribu, V. L. D., Wardatun, L. S., Pandhuwinata, P., & Laurent, S. (2026). The Relationship Between Harassment and Self-Confidence Levels of Vocational High School Students. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 966-976.
- Pasaribu, V. L. D., Zakaria, D. A., Jamil, N. A., & Septiana, Z. D. (2026). Transforming Financial Education: Preparing an Independent and Resilient Young Generation. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 919-931.
- Pasaribu, V. L. D., Sulistiawati, L., & Handayani, T. (2026). Improving Generation Z's Financial Resilience Through Digital Financial Literacy at Daarul Shafa Islamic Vocational School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 954-966.
- Pasaribu, V. L. D., Aryanto, Y. K., Daryanto, R., & Sofyan, D. A. (2026). Holistic Education: Combining Financial Literacy and Soft Skills in High Schools. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 942-954.
- Pasaribu, V. L. D., Tasya, F. S., & Anwariah, Y. (2026). The Influence of Verbal Violence on Adolescent Mental Health in School Environments. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 976-987.
- Pasaribu, V. L. D., Mayshitta, L. A., Novendra, S. R., & Andini, A. F. (2026). The Relationship Between Peer Bullying and Decreased Learning Interest in Vocational High School Students. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 908-919.
- Pasaribu, V. L. D., Sari, R. M., Pujawati, S., & Herlita, T. (2026). The Role of Soft Skills in Cultivating an Entrepreneurial Spirit Among Teenagers. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 931-942.
- Pasaribu, V. L. D., Adiyani, M., Auliaputri, N., & Fadilah, P. R. (2026). Training on Using Microsoft Word in Writing Papers to Support High School Students at the Nurul Ihsan Islamic Boarding School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 314-323.
- Pasaribu, V. L. D., Aribah, N. N., & Pambudi, G. (2026). Leadership & Teamwork Class: Collaboration, Not Competition. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 283-289.
- Pasaribu, V. L. D., Dzikirullah, D., Putri, G. A. O., & Saputri, O. R. (2026). The Role of Financial Education in Shaping the Savings Behavior of Students in Islamic Boarding Schools. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 334-343.
- Prabowo, R. N., Siahaan, H., Pasaribu, V. L. D., & Kurniawat, T. R. (2026). Career Motivation: Ready to Work, Ready to Create, Ready to Become. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 290-296.
- Pasaribu, V. L. D., Putri, R. A., Hidayah, S. N., & Sofhin, S. A. (2026). Building Educational Awareness of the Dangers of Free Association for Students at the Nurul Ihsan Islamic Boarding School, Setu District, South Tangerang. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 475-484.

- Pasaribu, V. L. D., Rahmadani, R., Riswadi, A. N., & Yuliyani, A. L. (2026). Financial Literacy and Strengthening the Character of Islamic Students in Facing Modern Economic Challenges. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 344-354.
- Pasaribu, V. L. D., Ikhwan, M., Pratama, I. S. P., & Saputra, R. A. (2026). Strengthening the Entrepreneurial Spirit of Young People Through Business-Based Greenpreneur Programs in the Digital Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 446-456.
- Pasaribu, V. L. D., Fadilla, D., & Saputra, R. M. (2026). The Influence of Social Media Use on Promiscuity among School Adolescents at Al-Hidayah Vocational School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 390-399.
- Pasaribu, V. L. D., Al Agaf, S., Syahwita, D., & Ameliya, E. (2026). Creative CV and Portfolio Creation Training Using Canva to Improve Work Readiness and Organizational Skills for High School Students at Nurul Ihsan Islamic Boarding School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 497-504.
- Pasaribu, V. L. D., Putri, P., Anggraeni, P., & Ramadani, N. (2026). Counseling on Optimization and Innovation in Building Personal Branding Since High School Through LinkedIn to Increase Career Opportunities in the Tight Competition in the Industrial World for High School Students at the Nurul Ihsan Islamic Boarding School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 466-474.
- Pasaribu, V. L. D., Sherlyana, G. Z., Kautaman, I. R., & Cedar, R. M. (2026). Time Management & Productivity A la Gen Z. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 306-315.
- Pasaribu, V. L. D., Agustina, A., & Amelia, G. (2026). Powerpoint Software Learning Media Training to Increase Student Learning Enthusiasm and Literacy. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 505-513.
- Pangestu, B. B., Fitria, N., Dewi, S. M., & Pasaribu, V. L. D. (2026). Public Speaking & Personal Branding Class: Dare to Appear in Front of the Camera. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 297-305.
- Pasaribu, V. L. D., Hafit, R., Khairunnisa, A. A., & Daulay, T. A. P. (2026). Digital Marketing Workshop: How to Sell Online Through Social Media at Al-Hikmah Vocational School, Jakarta. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 316-323.
- Pasaribu, V. L. D., Fatimawati, E., Rasyid, R. R. M., & Pramudita, A. A. (2026). The Relationship Between Financial Literacy and the Consumptive Behavior of Students at the Nurul Ihsan Islamic Boarding School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 324-333.
- Pasaribu, V. L. D., Zaskia, S. A., Arum, D. P., & Waluyo, J. (2026). Utilization of AI and Information Technology in the World of Education to Increase Learning Efficiency and Creativity. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 355-365.
- Pasaribu, V. L. D., Saputra, R. N., Istiqomah, T. N., & Lestari, M. (2026). Evaluation of Student Readiness in Facing the Transition to Post-Vocational School Life, Between the World of Work and the World of Higher Education. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 410-420.

- Pasaribu, V. L. D., Utomo, M. R. A., Ridwan, M., & Rizaldi, M. (2026). Socialization and Education on Clean and Healthy Lifestyle Patterns (PHBS) in Schools and Households. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 430-437.
- Pasaribu, V. L. D., Saputra, A. A., Alfari, R., & AS, N. I. F. (2026). The Influence of Social Media Use on Free Association in School Environments. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 377-389.
- Pasaribu, V. L. D., Putri, A. S., Lestari, A., & Wahyuni, S. P. (2026). Household Waste Management Training Towards a Clean and Healthy Environment. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 366-376.
- Pasaribu, V. L. D., Dwitama, M. C. A., Simanullang, S. A., & Putri, D. R. (2026). Utilization of AI (Artificial Intelligence) in Teaching and Learning Activities for Students of Nurul Iksan Islamic Boarding School in Momonggor Village. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 485-496.
- Pasaribu, V. L. D., Sholeh, M. I., Fitriani, P., & Gustiansyah, M. F. (2026). Optimizing Investment Portfolios with Mutual Funds and Stocks: Strategies for Optimizing Investment Portfolios by Combining Mutual Funds and Stocks. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 421-429.
- Pasaribu, V. L. D., Syaukani, M. H., Saputra, M. R., & Andrean, R. (2026). The Role of Leadership in Creating a Positive and Collaborative Learning Environment. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 438-445.
- Pasaribu, V. L. D., Fatawi, A., Sumarno, K. R. P., & Ulya, N. K. (2026). Utilization of Social Media as a Means of Promoting Products Created by Students of Al-Hidayah Vocational School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(2), 400-409.