

PROGRAM “*SHARING SESSION*” PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* DAN *CYBER SECURITY* BAGI MASYARAKAT DI KELURAHAN WAY TATAAN

Riska Amalia Praptiwi¹, Istiana², Yhogha Ismail Ibn Ibrahim³,
Sandi Badiwibowo Atim⁴

Jurusan Ilmu Komputer, FMIPA, Universitas Lampung

Penulis Korespondensi: riskamaliatiwi93@fmipa.unila.ac.id

Abstrak

Perkembangan zaman yang mengakibatkan terjadinya perkembangan pada berbagai aspek yang ada di masyarakat, seperti contohnya pada bidang teknologi. Melalui perkembangan pada bidang teknologi yang marak dijumpai di sekitar kehidupan masyarakat juga turut merubah sistem yang ada di masyarakat, dimana yang sebelumnya seluruh sistem bergerak secara *offline* kini hampir seluruhnya bergerak secara *online*. Salah satu contoh yang banyak dijumpai di sekitar masyarakat terdapat pada sistem pemasarannya yang berupa pemasaran digital atau *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan suatu kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai macam sarana, seperti jejaring sosial. Maraknya pembicaraan serta praktek mengenai sistem ini di sekitar masyarakat juga turut menandai bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah berkontribusi secara positif terhadap perkembangan ekonomi global selama beberapa dekade ini. Namun, diakibatkan karena banyaknya pihak pemerintah, pengusaha, serta masyarakat yang terhubung di dunia maya turut menimbulkan beberapa tantangan untuk mengembangkan keamanan siber atau *cyber security* yang mampu menangkal ancaman dunia maya. *Cyber security* atau keamanan siber sendiri kerap diartikan sebagai suatu praktek yang berfungsi untuk melindungi para komputer, server, perangkat mobile, sistem elektronik, jaringan, dan data, dari serangan-serangan jahat.

Kata kunci: *digital marketing, cyber security, way tataan*

Abstract

The times that have resulted in developments in various aspects of society, for example in the field of technology. Through developments in the field of technology that are widely found around people's lives, they have also changed the existing system in society, where previously all systems moved offline, now almost all of them move online. One example that is often found around the community is in the marketing system in the form of digital marketing. Digital marketing is a promotional activity and market search through digital media online by utilizing various means, such as social networks. The widespread discussion and practice of this system in the community also indicate that the development of information and communication technology has contributed positively to the development of the global economy over the past few decades. However, due to a large number of government parties, entrepreneurs, and communities that are connected in cyberspace, it also poses several challenges to developing cyber security that can ward off cyber threats. Cyber security itself is often interpreted as a practice that serves to protect computers, servers, mobile devices, electronic systems, networks, and data, from malicious attacks.

Keywords: *digital marketing, cyber security*

1. Pendahuluan

Di abad ke-21 ini, teknologi dapat dikatakan telah mendominasi seluruh dunia. Hampir dari seluruh masyarakat yang ada di dunia ini telah menjadi konsumen terhadap teknologi itu sendiri. Banyaknya

penggunaan teknologi yang ada ini memberikan dampak yang besar pada berbagai hal di lingkungan sekitar kehidupan manusia. Berbagai bidang yang ada di masyarakat, seperti bidang ekonomi, kesehatan, pemerintahan, dan lainnya, mulai melebarkan sayapnya ke sistem yang serba digital. Adanya hal ini justru menjadi suatu dorongan akan maraknya penggunaan teknologi pada seluruh lapisan masyarakat.

Keberadaan teknologi di sekitar masyarakat ini, teknologi mampu memberikan kemudahan kepada mereka dengan berbagai kelebihannya. Salah satu contohnya yaitu pada *digital marketing* yang dapat membantu masyarakat-masyarakat pelaku UMKM untuk dapat dengan mudah memasarkan produk mereka secara *online*. Meskipun demikian, dibalik banyaknya kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi ini, teknologi juga memiliki sisi yang berbahaya. Melalui kemudahan dalam mengakses teknologi yang ada ini mampu menimbulkan kejahatan yang sangat berbahaya bagi korbannya, seperti contohnya yaitu pencurian data, penipuan, dan masih banyak lagi. Sehingga meskipun banyak kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi tersebut, kita juga harus tetap waspada akan pentingnya keamanan kita di dalam dunia siber tersebut.

2. Bahan dan Metode

Metode yang digunakan dalam penulisan artikel ini merupakan metode kualitatif dengan menggunakan model deskriptif-eksplanatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang mendetail mengenai program kerja “*Sharing Session*” yang telah dilaksanakan selama Kuliah Kerja Nyata sekaligus menjelaskan mengenai langkah-langkah proses pelaksanaan kegiatan mulai dari awal hingga akhir serta *output* yang didapatkan dari pelaksanaan program kerja ini. Data-data yang digunakan sebagai bahan untuk pembuatan artikel ini merupakan data primer yang bersumber dari hasil observasi serta pengalaman yang dirasakan secara langsung oleh anggota kelompok, serta data sekunder yang diperoleh melalui beberapa kajian literatur dari penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan *digital marketing* dan *cyber security*.

Untuk proses pelaksanaan kegiatannya sendiri, program kerja ini membutuhkan beberapa alat yang berupa 1 buah proyektor, 1 buah layar proyektor, 1 buah *microphone*, 1 buah *sound system*, 1 buah *macbook*, 1 buah kamera sony A5000, 1 buah *ipad*, 1 buah *thermogun*, tenda/tarub, 35 buah kursi, tali rafia, dan kendaraan pribadi. Selain itu juga, pada pelaksanaan program kerja ini juga dibutuhkan konsumsi yang berupa roti, beberapa jajanan pasar, buah-buahan, serta air mineral yang akan dibagikan kepada peserta yang hadir di program “*Sharing Session*” ini.

Sementara itu, pada persiapan untuk materi yang akan disampaikan selama kegiatan “*sharing session*”, pemateri pertama, yaitu Fanirizki Sofyana yang menjelaskan mengenai *cyber security*, menyiapkan beberapa bahan sebagai sarana untuk menjelaskan materi. Beberapa bahan yang disiapkan Fani ini berupa 1 buah file power point serta 1 buah video yang berisikan penjelasan mengenai bagaimana orang lain dapat mencuri data kita dari *social media* kita sendiri. Sedangkan untuk pemateri kedua, yaitu Gita Auralie yang menjelaskan mengenai *digital marketing*, menyiapkan bahan materi berupa 1 buah file power point. Dalam penyampaian materi “*sharing session*” ini, kami menggunakan proyektor Bersama dengan layar proyektor, serta kertas modul yang berisikan file materi.

3. Hasil dan Pembahasan

“*Sharing Session*” atau yang bila diartikan ke dalam bahasa Indonesia menjadi “sesi berbagi” ini merupakan kegiatan *sharing* atau berbagi pengetahuan, *skill*, atau pengalaman. Tema yang dibahas disetiap *sharing session* juga berbeda-beda. Semua disesuaikan dengan tren pekerjaan dan kebutuhan. Pada program “*Sharing Session*” ini, terdapat dua tema yang dibahas kepada masyarakat Way Tataan, yaitu *digital marketing* atau pemasaran digital serta *cyber security* atau keamanan siber.

Digital marketing atau pemasaran digital merupakan suatu aktivitas promosi, baik untuk mempromosikan sebuah *brand*, produk maupun jasa menggunakan media digital. Umumnya, *digital marketing* dapat diartikan sebagai teknik pemasaran berbasis internet. Istilah *digital marketing* memang baru ramai seiring dengan semakin banyaknya penggunaan internet. Ketika penggunaan internet

meledak pada tahun 2001, pasar didominasi oleh Google dan Yahoo sebagai *search engine optimization* (SEO). Penggunaan pencarian melalui internet ini kemudian berkembang pada tahun 2006 dan pada tahun 2007 penggunaan *mobile* juga turut meningkat drastis yang kemudian juga meningkatkan penggunaan internet dan banyak masyarakat dari berbagai penjuru dunia yang mulai berhubungan satu sama lainnya melalui media sosial hingga saat ini (Khan&Siddiqui, 2013). Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keberadaan internet di dunia ini turut mengakibatkan terjadinya perubahan pada berbagai aspek yang ada di dunia ini. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Henning dkk (2010), dimana sejak abad ke-21 ini internet telah menjadi faktor yang paling mempengaruhi perubahan budaya, ekonomi, dan sosial yang ada.

Cyber security atau keamanan siber (kadang-kadang disebut keamanan teknologi informasi) mengacu pada teknologi, proses dan praktek yang dirancang untuk melindungi jaringan, komputer, program dan data dari serangan, kerusakan atau akses yang tidak sah. *Cyber security* juga disebut sebagai upaya untuk melindungi informasi dari terjadinya *cyberattack*. *Cyberattack* dalam operasi informasi adalah semua jenis tindakan yang sengaja dilakukan untuk mengganggu kerahasiaan (*confidentiality*), integritas (*integrity*), dan ketersediaan (*availability*) informasi. Ini bertujuan untuk mencegah pelanggaran keamanan dan menghindari akses tidak sah ke informasi sensitif. Singkatnya, hal ini berbicara tentang menjaga perangkat kita agar tetap aman dari penipuan online, baik itu di ponsel cerdas atau laptop yang digunakan untuk bekerja dari rumah. Sama seperti *digital marketing*, *cyber security* makin populer berhubung makin banyaknya penggunaan komputer seperti desktop, laptop, *smartphone*, server, dan perangkat IoT (*internet of things*) serta penggunaan jaringan komputer seperti internet dalam kehidupan umat manusia sehari-hari.

Program kerja “*Sharing Session*” yang membahas mengenai *digital marketing* dan *cyber security* ini berlangsung selama 1 hari, yaitu pada tanggal 12 Februari 2022. Persiapan pelaksanaan program kerja ini dimulai dari H-3 dari hari pelaksanaan program. Sedangkan untuk waktu pelaksanaan kegiatan ini berlangsung dari sekitar pukul 08.00 hingga selesai, yaitu sekitar pukul 12.00, dengan lokasi tempat diselenggarakannya kegiatan ini berada di halaman Kantor Kelurahan Way Tataan. Pada H-3 sebelum kegiatan dilaksanakan, yaitu pada tanggal 9 Februari 2022, mulai dilakukan penyebaran undangan ke Kantor Kelurahan serta rumah-rumah RT di Way Tataan. Kemudian, pada H-1 sebelum kegiatan dilaksanakan mulai dilakukan peletakan dan penyusunan peralatan, pemasangan tarub, serta penyusunan kursi.

Pada program “*Sharing Session*” ini, kami mengundang beberapa masyarakat Way Tataan untuk hadir sebagai audies pada kegiatan ini. Terdapat sejumlah 35 orang masyarakat Way Tataan yang terdiri dari perwakilan beberapa RT di Way Tataan. Selain itu juga, terdapat beberapa perangkat Kelurahan Way Tataan yang berupa Lurah Way Tataan dan Linmas Way Tataan yang juga turut serta menghadiri kegiatan “*Sharing Session*” ini.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan “Sharing Session”

Untuk mengetahui mengenai sejauh mana kegiatan ini berlangsung dengan baik dapat dilihat dari jumlah audiens yang turut serta menghadiri kegiatan ini. Selain itu juga, bukti bahwa kegiatan ini bermanfaat bagi masyarakat Way Tataan dapat dilihat melalui *feedback* yang diberikan masyarakat Way Tataan selama kegiatan berlangsung. Sementara itu, untuk mengetahui bahwa kegiatan ini berjalan dengan lancar dapat digambarkan melalui keadaan selama kegiatan ini berlangsung.



Gambar 2. Keaktifan Masyarakat pada Sesi QNA

Tabel 1. Keadaan awal dan keadaan akhir yang diharapkan dari peserta “Sharing Session”

No	Keadaan Awal	Perlakuan	Keadaan Akhir
1)	Masyarakat khususnya yang ikut “Sharing Session” belum mengetahui dan memahami mengenai apa itu <i>digital marketing</i> dan cara melakukannya	Pemberian penjelasan atau materi mengenai <i>digital marketing</i> serta cara melakukannya	Peserta “Sharing Session” dapat mengetahui dan memahami topik mengenai <i>digital marketing</i>
2)	Masyarakat khususnya yang ikut “Sharing Session” belum mengetahui dan memahami mengenai apa itu <i>cyber security</i> dan cara melakukannya	Pemberian penjelasan atau materi mengenai <i>cyber security</i> serta cara melakukannya	Peserta “Sharing Session” dapat mengetahui dan memahami topik mengenai <i>cyber security</i>

Sumber: Hasil Pengamatan oleh Mahasiswa KKN dan Diskusi dengan Masyarakat Way Tataan

4. Kesimpulan

Bila ditinjau berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui program “Sharing Session” yang telah diselenggarakan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- 1) *Feedback* atau umpan balik yang diberikan oleh masyarakat Way Tataan terhadap program “Sharing Session” yang telah terselenggara ini terkesan cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari antusiasme peserta dalam melontarkan pertanyaan selama sesi “QNA” pada program “Sharing Session” ini. Pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan tersebut juga bukan hanya menyangkut *digital marketing* dan *cyber security* yang mendasar, melainkan juga lebih pada praktek pada pengaplikasiannya.
- 2) Masyarakat dapat mengikuti program “Sharing Session” yang telah diselenggarakan dengan baik serta dengan tingkat antusiasme yang tinggi. Melalui program “Sharing Session” yang telah diselenggarakan ini, besar harapan kepada masyarakat yang telah hadir untuk turut mengaplikasikan materi yang telah diberikan ke dalam kehidupannya. Dalam usaha untuk mengaplikasikan materi yang telah disampaikan ini juga tergolong cukup mudah mengingat banyak masyarakat yang hadir telah memiliki perangkat *digital*.
- 3) Dengan diaplikasikannya materi yang telah disampaikan ke dalam kehidupan masyarakat tersebut, kami juga berharap agar masyarakat dapat dengan mudah memasarkan produk-produk hasil olahan mereka secara *digital* dengan aman dan nyaman. Masyarakat dapat dengan mudah memasarkan produk olahan mereka dengan mudah dan cepat, serta dengan biaya yang tergolong cukup minim.

Daftar Pustaka

- Azhar, N. M. (2024). Digital Marketing Strategies for Sustainable Brand Development. *Management Studies and Business Journal (PRODUCTIVITY)*, 1(1), 164–173.
- Berlilana, hariguna, t., & el emary, i. M. M. (2025). Enhancing digital marketing strategies with machine learning for analyzing key drivers of online advertising performance. *Journal of applied data sciences*, 6(2), 817–827. <https://doi.org/10.47738/jads.v6i2.658>
- Budi, E., Wira, D., & Infantono, A. (2021). Strategi Penguatan Cyber Security Guna Mewujudkan Keamanan Nasional si Era Society 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Sains Teknologi dan Inovasi Indonesia Akademi Angkatan Udara*, 225.



- ES., D. P., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 7.
- Hermanto, B., Iman, I. S., Sholehurrohman, R., & Wartariyus, W. (2023). Pelatihan dan Pemberdayaan Business Graphic Design dalam Rangka Peningkatan Keterampilan SDM di Era Digital bagi Warga Purbolinggo Lampung Timur. *Buguh: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 85–91. <https://doi.org/10.23960/buguh.v3n1.1155>
- Marlina, L., Ardiana, D. P., Rini, N. K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Yuniati, U., Pujiyanto, D. (2020). *Digital Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung. M. Son aghni, & luthfy purnanta anzie. (2025). Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing umkm di indonesia: tinjauan literatur terbaru. *Jurnal ekonomi bisnis dan kewirausahaan*, 2(3), 01–07. <https://doi.org/10.69714/am5r6c30>
- Purworini, D., & Chasana, R. R. B. (2023). The Role of Community Empowerment in the Development of a Marketing Communication Strategy for Kembang Kuning Tourism Village. *ASEAN Journal of Community Engagement*, 7(1), 113–126. <https://doi.org/10.7454/ajce.v7i1.1193>
- Putri, B. F. S., Hamami, F., Yunarni, R., & Iswanto, D. (2025). Transformasi UMKM melalui Digital Marketing: Studi Kasus Peningkatan Penjualan di NTB Mall. *Pendekar : Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 1(1), 29–34.
- Qodriah, s. L. (2022). Digital marketing strategy: priority and barriers for small and medium industries. *Business and accounting research (ijebar) peer reviewed-international journal*, 6(3), 1398–1412.
- Risdwiyanto, A., Sulaeman, Moh. M., & Rachman, A. (2023). Sustainable Digital Marketing Strategy for Long-Term Growth of MSMEs. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(3), 180–186. <https://doi.org/10.61100/adman.v1i3.70>
- Rocheftort, t., & ndlovu, z. (2024). Digital marketing strategies in building brand awareness and loyalty in the online era. *Startupreneur business digital (sabda journal)*, 3(2), 107–114. <https://doi.org/10.330550/sabda.v3i2.539>