

PELATIHAN PENGELOLAAN SDM DI ERA DIGITAL PADA PROMOSI CV. HAMZAH TECH DEVELOPMENT ASAHAN SUMUT

Suparmadi¹, Zulkarnain¹, Akmal¹

¹Sistem Informasi, Universitas Royal

email: suparmadi43@gmail.com

Abstract: CV. Hamzah Tech Development is located on Mekar Sari village road, hamlet 2, Pulau Rakyat Asahan sub-district, when this company was formed, it was a community a gathering place for people who have abilities and are deep in the IT field. The aim of this community service activity is to develop the company in a way promote his company to look for potential new students while managing existing resources CV. Hamzah fits his era. What CV does. Hamzah still uses promotional banners and experiences from students who have studied the CV. The methods used in this activity are observation, training and assistance in digital use. Through an interview with Mr. Hamza as the owner of CV. Hamza has received information in building a promotion for the CV. Then through this observation it was found that after the training activities students studying at CV. Hamza can help promote through social media well. The results of carrying out activities are students who study at CV. Hamza, where the number of students has increased in adding students and is known to many people.

Keywords: promotion; technology; social media

Abstrak: CV. Hamzah Tech Development terletak di jalan desa Mekar Sari dusun 2, kecamatan Pulau Rakyat Asahan berawal terbentuknya perusahaan ini merupakan sebuah komunitas tempat berkumpulnya sebagian orang yang memiliki kemampuan dan mendalami di bidang IT. Tujuan dari Kegiatan pengabdian kepada msyarakat ini adalah untuk mengembangkan perusahaan dengan cara mempromosikan perusahaannya untuk mencari calon anak didik baru sekaligus mengelola sumber daya yang ada di CV. Hamzah sesuai zamanya. Yang dilakukan CV. Hamzah selama ini masih menggunakan spanduk promosi dan kabar dari siswa-siswa yang pernah belajar di CV tersebut. Dengan metode yang dilakukan dalam kegiatan ini berupa observasi, pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan digital. Melalui sebuah wawancara dengan bapak Hamza sebagai pemilik CV. Hamza telah mandapatkan informasi dalam membangun sebuah mempromosikan CV tersebut. Kemudian melalui pengamatan ini telah dapat bahwa setelah kegiatan pelatihan siswa yang belajar di CV. Hamza dapat membantu mempromosikan melalui media sosial dengan baik. Hasil dari pelaksanaan kegiatan adalah siswa yang belajar di CV. Hamza, dimana jumlah siswa yang mengalami peningkatan dalam menambah siswa dan dikenal banyak orang.

Kata Kunci: promosi; teknologi; media sosial

PENDAHULUAN

Dalam kontek pelayanan publik merupakan gerbang utama reformasi, karena di dalam pelayanan publik merupakan ruang dimana berinteraksi

secara langsung dengan masyarakat. Di era New jasa dalam pelayanan publik harus lebih responsif karena akan langsung terpantau secara menyeluruh oleh masyarakat. Penggunaan media sosial

merupakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi maupun pesan. Masyarakat juga membutuhkan informasi yang *up to date* sehingga penggunaan media sosial di ciptakan karena adanya inovasi dari penciptanya yang dapat digunakan sebagai layanan komunikasi dan informasi. Komunikasi merupakan hal yang mudah, namun terkadang sulit dilaksanakan, namun demikian pada tataran komunikasi secara keseluruhan, baik proses penyampaian pesan maupun penafsiran masing-masing individu akan memberikan dampak atau pengaruh. Melalui komunikasi yang baik akan selalu berhasil dalam mencapai tujuan yang diinginkan jika komunikasi yang dilakukan dilaksanakan dengan komunikasi yang efektif (Ade Irma, 2021)

CV. Hamza menganjurkan para staf pengajar dan selain itu siswa dilibatkan untuk menggunakan teknologi(medsos) dengan acuan untuk kemajuan suatu perusahaan. Dan perusahaan akan dikatakan maju jika tiap bidangnya dapat memanfaatkan dan menggunakan serta alat dalam penguasaan teknologi yang tinggi sebagai alat informasi. Pembelajaran online perlu diterapkan dengan memanfaatkan jaringan internet dan teknologi perlu dilakukan secara merata (Siahaan & Meilani, 2019)

Meskipun CV. Hamzah belum banyak memiliki segudang prestasi namun banyak yang harus berbenah diri dengan tantangan yang harus dihadapi. CV. Hamzah dan staf akan sangat kesulitan bersaing dengan CV. lainnya yang diluar tanpa adanya strategi pemasaran yang efektif. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan baru untuk mempromosikan usaha yang sedang dijalani agar dapat lebih maju dan besar. Secara kasat mata, hal ini menggambarkan bahwa penggunaan teknologi media sosial dalam rumah

tangga dapat menyebabkan suasana rumah menjadi lebih sunyi, dengan sebagian besar aktivitas pekerjaan dapat dilakukan di dalam rumah.(Juditha, 2020). Pemanfaatan teknologi digital secara baik serta efektif dapat memperlancar sebuah pencarian informasi, serta dapat menaikkan performa untuk cikal bakal ilmu yang memberikan manfaat di kemudian hari di dunia kerja, serta meringankan CV. Hamza melakukan Rancangan yang tepat.

Teknologi digital juga dapat memotivasi siswa untuk belajar dan berinovasi. Media digital juga memungkinkan personalisasi pembelajaran (Dhiya Rahma et al., 2024). Ini merupakan jalan kemudahan untuk melakukan pengenalan dan berbagai bentuk promosi, serta dapat dimanfaatkan sebagai sarana pengembangan bisnis digital dengan melakukan e-marketing terhadap produk-produk yang ditawarkan (Hanan Khalidah Putri Deba & Pramono pramono, 2023). Kegiatan penyuluhan ini dengan menggunakan slide aplikasi M.s Powerpoint, target utama adalah peserta didik dan civitas CV. Hamza siap untuk membantu mengenalkan serta mempromosikan kepada masyarakat luas.

METODE

Pelaksanaan Pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan, seperti survei mitra pengabdian, dalam menerapkan kepada peserta didik yaitu berupa kegiatan yang nantinya siswa berperan aktif untuk membantu mempromosikan dimana tempat mereka belajar dengan menggunakan sebuah media sosial. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu aktivitas persiapan melalui tim melakukan tinjauan dan tukar pendapat secara dikusi kepada peserta didik. Kemudian dengan kegiatan ini pula memiliki langkah awal

dalam memetakan kebutuhan yang diperlukan dalam memaksimalkan program pemberdayaan (H. Saleh et al., 2022)

PEMBAHASAN

Penyuluhan disampaikan melalui diskusi dengan peserta didik menggunakan media internet. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi baru dapat memengaruhi pola interaksi sosial antar individu dalam keluarga. Setiap anggota keluarga cenderung menggunakan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari, yang menciptakan keterkaitan erat antara teknologi digital dan kehidupan masyarakat. Media sosial sifatnya meluas yang merupakan jaringan tanpa batas, Melalui sumber informasi melalui internet, Whatsapp hingga tiktok yang banyak digandrungi anak gen z yang selalu ingin mengunggred diri secara online.



Gambar 1. Penyampaian materi

CV. Hamza memainkan peran utama dan strategis dalam menjalin kerja sama antara pimpinan dan civitas akademika guna mencapai tujuan utama, yaitu mempromosikan dan memperkenalkan CV. Hamza sebagai komunitas yang menjadi wadah bagi siswa dan siswi dari berbagai daerah untuk mengembangkan keterampilan di bidang teknologi informasi. Perusahaan ini berfokus pada

pengembangan produk berbasis sistem cerdas dan otomatisasi, perangkat Internet of Things (IoT), layanan konsultasi IT, serta pengembangan aplikasi web dan mobile.



Gambar 2. Foto bersama Peserta didik CV. Hamzah

Tim penyuluh mengadakan pertemuan dengan peserta didik untuk meningkatkan kerja sama dalam memanfaatkan media sosial yang sering digunakan oleh peserta didik maupun masyarakat luas. Penyampaian selama penyuluhan dilakukan melalui diskusi dengan peserta didik, menggunakan media internet untuk berpartisipasi dalam mempromosikan CV. Hamza agar dapat menarik lebih banyak peminat. Para siswa juga akan berhadapan dengan pembelajaran mandiri, menggunakan alat peraga atau media yang mudah dipahami dan membantu mereka mengingat materi yang pernah dipelajari. Pelaksanaan pengabdian di CV. Hamza disertai dengan capaian tertentu, jika media pembelajaran, syarat penggunaan, instruksi, dan penilaian akhir pembelajaran diterapkan secara efektif.

Melalui kegiatan ini siswa mendapatkan pembekalan untuk menerapkan media sosial yang mereka gunakan seperti facebook, instagram, twitter, dan whatsapp sebagai media membangun sumberdaya yang ada di dalam CV. Hamza.

Facebook

Ketergantungan siswa pada Facebook untuk berkomunikasi sering kali mengurangi interaksi tatap muka, meskipun mereka merasa bahwa komunikasi melalui Facebook lebih menyenangkan karena memungkinkan terhubung dengan lebih banyak teman. Di sisi lain, media sosial ini memberikan peluang besar untuk mendukung promosi CV. Hamza. Dengan memanfaatkan platform seperti Facebook, pemateri dapat mengarahkan sistem promosi yang tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga menjangkau audiens secara lebih luas tanpa perlu pertemuan langsung. Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, media sosial ini menjadi alat strategis bagi CV. Hamza, staf, dan siswa untuk mempromosikan layanan dan produk Tech Development secara efektif.



Gambar 3. Tampilan promosi di facebook

Dengan memanfaatkan kemampuan. Melalui Facebook, para siswa juga memiliki kesempatan untuk mengekspresikan diri sekaligus memperkuat citra dan identitas CV. Hamza di dunia digital. (Nuzuli, 2023).

Instagram

Instagram menjadi alat yang efektif untuk mendukung pengguna

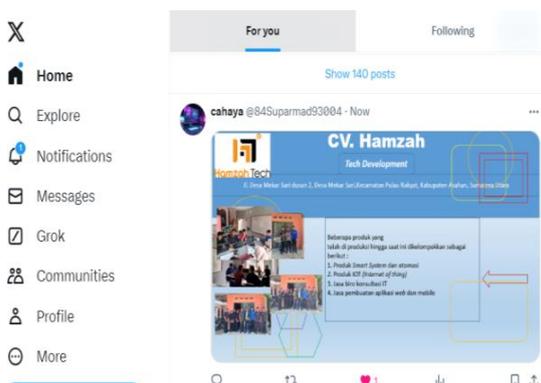
dalam melakukan promosi, mengirim pesan, dan mengunggah foto sebagai dokumentasi pelatihan yang telah berlangsung di CV. Hamza hingga saat ini. Platform ini juga membantu staf dan siswa dalam menyebarkan informasi dengan cepat dan terkini kepada masyarakat, menggantikan peran media tradisional seperti koran, radio, dan televisi. Instagram menjadi sarana yang sangat bermanfaat bagi masyarakat untuk mencari dan memperoleh informasi. Studi yang dilakukan oleh Simply Measured mengungkapkan bahwa mayoritas perusahaan di seluruh dunia kini telah mengikuti tren ini, memanfaatkan media online seperti Instagram sebagai alat utama dalam strategi komunikasi pemasaran mereka. Hal ini menunjukkan bagaimana platform digital dapat menjadi solusi inovatif dan relevan untuk menjangkau audiens secara luas dan memperkuat kehadiran merek di era modern (Saldina & Anjarsari, 2022).



Gambar 4. Tampilan promosi di Instagram

X merupakan platform media sosial yang memungkinkan komunikasi secara real-time dengan fitur berbagi informasi dalam bentuk gambar, video, dan pesan singkat. Kemudahan ini

memberikan peluang bagi siswa untuk mempromosikan berbagai kegiatan di CV. Hamza secara efektif dan cepat. Dengan memanfaatkan Twitter, CV. Hamza tidak hanya menjadi ruang bagi siswa untuk berbagi informasi, tetapi juga berfungsi sebagai wadah dialog interaktif antara individu, organisasi, dan pemerintah.



Gambar 5. Tampilan promosi di X

Whatsapp

Sebagai media yang terhubung dengan jaringan internet, WhatsApp menawarkan kenyamanan dalam komunikasi tanpa mengurangi kualitas layanan, sehingga menjadi alat yang efektif untuk mendukung promosi dan penyebaran informasi secara personal dan luas (Koten et al., 2022).

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan terhadap siswa yang belajar pada CV. Hamzah sebagai peserta. Kemudian dengan kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan menelaah permasalahan yang ada di perusahaan tersebut, terutama siswa dapat membantu untuk mempromosikan CV. Hamza ke banyak orang melalui media sosial dan sehingga semakin bertambahnya siswa

yang belajar di perusahaan tersebut. Dalam hal ini pula, yang mana kegiatan pengabdian dapat memberi manfaat, teruntuk meningkatkan keterampilan siswa dalam membantu mengenalkan CV. Hamza. Selain itu, kegiatan pengabdian dapat meningkatkan sumberdaya pengetahuan dan pemahaman pada siswa yang belajar sangat penting membantu mempromosikan CV. Hamza.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Irma. (2021). Pelayanan Informasi Publik Pada Dinas Komunikasi Dan Informasi Kabupaten Donggala. *Kinesik*, 8 No. 3(3), 242–250.
- Dhiya Rahma, Nada Nupus Ihwani, & Nadila Sofia Hidayat. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Digital Sebagai Media Interaktif Pada Pembelajaran Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 4(2), 12–21. <https://doi.org/10.37304/enggang.v4i2.13298>
- Hanan Khalidah Putri Deba, & Pramono pramono. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Promosi Produk Usaha Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Marketing E-Business. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(2), 124–133. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i2.411>
- Juditha, C. (2020). Utilization of Information Communication Technology Towards Social Changes in Village Communities (Study in Suka Datang Village, Curup Utara, Rejang Lebong,

- Bengkulu). *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(1).
<https://doi.org/10.33299/jpkop.24.1.2502>
- H., Saleh, M., Sobry, M., & Syafruddin, A. (2022). Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia Implementasi Pemberdayaan Melalui Budidaya Ikan Nila Melalui Ekstensif Plus Masa Pandemi Covid-19 Di Pagesangan Kota Mataram. *Jppmi*, 1(Februari).
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98.
<https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Koten, F. P. N., Jufriansah, A., & Hikmatiar, H. (2022). Analisis Penggunaan Aplikasi Whatsapp sebagai Media Informasi dalam Pembelajaran: Literature Review. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STKIP Kusuma Negara*, 14(1), 72–84.
<https://doi.org/10.37640/jip.v14i1.1409>
- Magdalena, I., Fatakhatus Shodikoh, A., Pebrianti, A. R., Jannah, A. W., Susilawati, I., & Tangerang, U. M. (2021). Pentingnya Media Pembelajaran Untuk Meningkatkan Minat Belajar Siswa Sdn Meruya Selatan 06 Pagi. *EDISI: Jurnal Edukasi Dan Sains*, 3(2), 312–325.
- Nuzuli, A. K. (2023). Memahami Penggunaan Media Sosial Facebook Di Kalangan Ibu Rumah Tangga. *Communications*, 5(1), 533–570.
<https://doi.org/10.21009/communications.5.1.5>
- Saldina, I., & Anjarsari, N. (2022). Penerapan Digital Marketing Di Instagram Dalam Meningkatkan Pemasaran Pada Toko Kue Nak Mbarep Di Kepatihan Tulungagung. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi UNITA*, 2(2), 106–115.
- Siahaan, Y. L. O., & Meilani, R. I. (2019). Sistem Kompensasi dan Kepuasan Kerja Guru Tidak Tetap di Sebuah SMK Swasta di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 4(2), 141.
<https://doi.org/10.17509/jpm.v4i2.18008>