
PENGUATAN SDM MELALUI EDUKASI PEMASARAN DIGITAL CERDAS: STRATEGI MENGENALI DAN MENGHINDARI PENIPUAN ONLINE BAGI SISWA SMA

Denok Sunarsi^{1*}, Jasmani², Triyadi³

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

Email. denoksunarsi@unpam.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membuka peluang besar dalam bidang pemasaran, namun juga meningkatkan risiko kejahatan siber seperti penipuan online. Siswa SMA sebagai pengguna aktif internet memiliki potensi sekaligus kerentanan dalam menghadapi tantangan tersebut. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital siswa melalui edukasi pemasaran digital cerdas serta strategi mengenali dan menghindari penipuan online. Metode kegiatan yang digunakan meliputi ceramah interaktif, diskusi, studi kasus, demonstrasi, praktik langsung, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa mengenai konsep pemasaran digital yang aman dan bertanggung jawab, peningkatan kemampuan dalam mengenali modus penipuan online, serta peningkatan kesadaran terhadap pentingnya perlindungan data pribadi. Selain itu, kegiatan ini juga efektif dalam membentuk sikap siswa yang lebih kritis, waspada, dan bertanggung jawab dalam penggunaan teknologi digital. Dengan demikian, PKM ini memberikan kontribusi positif dalam penguatan literasi digital dan pembentukan generasi muda yang adaptif serta aman dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

Kata Kunci: Literasi digital; pemasaran digital; penipuan online; keamanan data pribadi; siswa SMA; pengabdian kepada masyarakat.

ABSTRACT

Rapid advancements in digital technology have created significant opportunities in the field of marketing but have also heightened the risk of cybercrimes, such as online fraud. High school students, as active internet users, possess both the potential to navigate this landscape and the vulnerability to face its associated challenges. This Community Service (PKM) initiative aims to enhance students' digital literacy through education on smart digital marketing and strategies for recognizing and avoiding online fraud. The methods employed included interactive lectures, discussions, case studies, demonstrations, hands-on practice, and evaluations via pre- and post-tests. The results indicate an improved understanding of safe and responsible digital marketing concepts, an enhanced ability to identify online fraud schemes, and greater awareness regarding the importance of personal data protection. Furthermore, the activity effectively fostered a more critical, vigilant, and responsible attitude among students regarding their use of digital technology. Thus, this initiative contributes positively to strengthening digital literacy and shaping a young generation that is both adaptive and secure in navigating the evolving digital economy.

Keywords: Digital literacy; digital marketing; online fraud; personal data security; high school students; community service.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi digital dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya pada bidang ekonomi dan pemasaran yang kini beralih ke sistem digital melalui media sosial, marketplace, dan platform online lainnya. Perubahan ini membuka peluang besar bagi masyarakat dalam mengakses informasi dan melakukan aktivitas ekonomi secara lebih efektif dan efisien. Siswa SMA merupakan kelompok yang sangat aktif dalam penggunaan teknologi digital, baik untuk pembelajaran, komunikasi, maupun aktivitas ekonomi seperti jual beli online dan personal branding. Hal ini menunjukkan potensi besar generasi muda dalam mendukung perkembangan ekonomi digital.

Namun demikian, peningkatan aktivitas digital juga diiringi dengan meningkatnya risiko kejahatan siber, khususnya penipuan online seperti phishing, akun palsu, dan rekayasa sosial. Siswa SMA menjadi kelompok yang rentan karena tingginya intensitas penggunaan internet namun belum diimbangi dengan literasi digital yang memadai, terutama dalam hal verifikasi informasi, keamanan data pribadi, dan identifikasi modus penipuan.

Selain itu, pemahaman mengenai pemasaran digital yang etis dan aman masih perlu ditingkatkan agar siswa tidak hanya mampu memanfaatkan teknologi, tetapi juga memahami batasan antara praktik pemasaran yang sah dan yang mengandung unsur penipuan.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan edukasi literasi digital yang terarah untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam memahami pemasaran digital yang aman serta mencegah penipuan online. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di SMAN 6 Tangerang Selatan pada 14-16 April 2026 dengan tema penguatan literasi digital dan kewaspadaan terhadap kejahatan siber, guna membentuk generasi muda yang cerdas, kritis, dan bertanggung jawab dalam ekosistem digital.

Melalui pencapaian tujuan-tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi berbagai pihak terkait. Bagi para siswa, program ini bermanfaat langsung dalam meningkatkan literasi digital, menajamkan kemampuan mengenali penipuan daring, serta memperkuat kesadaran dalam menjaga keamanan data pribadi mereka. Bagi pihak sekolah, hasil kajian ini dapat mendukung penguatan program literasi digital institusional sekaligus membantu pembentukan karakter siswa yang bijak dan beretika dalam memanfaatkan teknologi. Sementara itu, bagi institusi perguruan tinggi, kegiatan ini menjadi wujud nyata dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi sekaligus mempererat hubungan kerja sama strategis dengan pihak sekolah. Pada skala yang lebih luas, masyarakat juga akan merasakan manfaatnya melalui peningkatan kesadaran kolektif serta terbangunnya budaya digital yang aman, sehat, dan bertanggung jawab

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran Digital (Digital Marketing)

Pemasaran digital adalah aktivitas pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk mempromosikan produk atau jasa secara lebih efektif, interaktif, dan tanpa batas geografis. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), digital marketing merupakan penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran melalui saluran online. Sementara itu, Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021) dalam konsep *Marketing 5.0* menekankan bahwa pemasaran modern berfokus pada pemanfaatan teknologi untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Pemasaran digital memanfaatkan berbagai platform seperti media sosial, marketplace, dan website, dengan indikator keberhasilan seperti engagement dan konversi. Ryan (2017) menyebutkan bahwa pemasaran digital bersifat interaktif, terukur, personal, dan memiliki jangkauan luas. Dalam perkembangannya, model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) dan konsep *relationship marketing* juga menjadi dasar dalam membangun strategi pemasaran digital yang efektif.

Bagi generasi muda, khususnya siswa SMA, pemasaran digital berperan penting dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan. Namun, penggunaannya perlu diimbangi dengan pemahaman etika dan keamanan digital agar terhindar dari penyalahgunaan teknologi seperti penipuan online dan penyebaran informasi palsu.

Literasi Digital

Literasi digital adalah kemampuan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi digital secara kritis dan bertanggung jawab. Gilster (1997) mendefinisikannya sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital, sedangkan UNESCO menekankan aspek keterampilan teknis, etika, keamanan, dan komunikasi digital.

Bawden (2008) menjelaskan bahwa literasi digital mencakup kemampuan mengakses, mengevaluasi, mengelola, menciptakan, serta berkomunikasi menggunakan informasi digital. Sementara itu, Kominfo dan Siberkreasi mengelompokkan literasi digital ke dalam empat pilar: digital skills, digital culture, digital ethics, dan digital safety.

Dalam konteks pendidikan, literasi digital merupakan keterampilan abad ke-21 yang penting untuk membentuk kemampuan berpikir kritis, kolaborasi, dan komunikasi. Buckingham (2015) menambahkan bahwa literasi digital kritis diperlukan agar pengguna mampu menganalisis dan mengevaluasi informasi secara mendalam, termasuk dalam mengidentifikasi hoaks dan penipuan online.

Penipuan Online (Online Fraud)

Penipuan online merupakan bentuk kejahatan siber yang memanfaatkan teknologi digital untuk memperoleh informasi atau keuntungan secara ilegal, seperti phishing, social engineering, akun palsu, dan pencurian identitas. Modus ini semakin berkembang seiring meningkatnya aktivitas digital masyarakat.

Whitman dan Mattord (2021) menjelaskan bahwa keamanan informasi bertujuan menjaga kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan data (*CIA Triad*). Dalam konteks ini,

phishing dan social engineering menjadi ancaman utama karena mengeksploitasi kelemahan pengguna, bukan hanya sistem.

Dampak penipuan online dapat berupa kerugian finansial, pencurian identitas, hingga penyalahgunaan data pribadi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi digital dan kewaspadaan pengguna, khususnya siswa SMA yang merupakan kelompok pengguna internet aktif dan rentan terhadap kejahatan digital.

Keamanan Data Pribadi

Data pribadi adalah informasi yang dapat mengidentifikasi seseorang, seperti nama, alamat, nomor identitas, hingga data digital. Westin (1967) mendefinisikan privasi sebagai hak individu untuk mengontrol informasi pribadinya, sedangkan Petronio (2002) dalam *Communication Privacy Management* menekankan bahwa individu perlu mengatur batasan dalam membagikan informasi.

Keamanan informasi menurut Whitman dan Mattord (2021) mencakup perlindungan data dari akses, penggunaan, atau perubahan yang tidak sah. Ancaman utama meliputi phishing, malware, dan pencurian identitas.

Untuk mengurangi risiko tersebut, diperlukan langkah seperti penggunaan kata sandi kuat, autentikasi dua faktor, pembaruan sistem, serta pembatasan informasi pribadi. Hal ini penting bagi siswa SMA yang aktif menggunakan media digital untuk berbagai aktivitas.

Edukasi Pemasaran Digital Cerdas

Edukasi pemasaran digital cerdas adalah upaya pembelajaran untuk membekali individu agar mampu memanfaatkan teknologi digital secara efektif, etis, dan aman. Konsep ini mencakup pemanfaatan media digital untuk aktivitas produktif, kewirausahaan, serta kemampuan mengenali risiko digital.

Melalui edukasi ini, siswa diharapkan mampu membedakan informasi valid dan tidak valid, menghindari penipuan online, serta menerapkan etika digital dalam aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, edukasi ini berperan dalam meningkatkan literasi digital sekaligus membentuk perilaku digital yang bertanggung jawab.

Kerangka Pemikiran

Perkembangan ekonomi digital membuka peluang besar bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi berbasis teknologi. Dalam konteks ini, diperlukan kemampuan pemasaran digital yang cerdas, yaitu penggunaan teknologi secara efektif, etis, dan aman.

Menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021), teknologi harus digunakan untuk menciptakan nilai bagi manusia (*technology for humanity*). Hal ini diperkuat oleh Gilster (1997) yang menekankan pentingnya literasi digital dalam memahami dan mengevaluasi informasi secara kritis.

Selain itu, Ribble (2015) melalui konsep *digital citizenship* menekankan pentingnya tanggung jawab dalam penggunaan teknologi, termasuk perlindungan data pribadi dan

etika digital. Ajzen (1991) dalam *Theory of Planned Behavior* juga menjelaskan bahwa perilaku digital dipengaruhi oleh sikap, norma, dan kontrol perilaku individu.

Dengan demikian, edukasi pemasaran digital cerdas mencakup pemanfaatan media digital secara produktif, pengembangan kewirausahaan digital, verifikasi informasi, keamanan data pribadi, serta etika digital. Hal ini menjadi penting bagi siswa SMA sebagai pengguna aktif teknologi yang rentan terhadap risiko penipuan online.

METODE PELAKSANAAN

Permasalahan utama dalam kegiatan ini meliputi rendahnya literasi digital siswa SMA, khususnya dalam memahami pemasaran digital yang cerdas, keamanan data pribadi, serta kemampuan mengenali penipuan online seperti phishing, akun palsu, dan social engineering. Selain itu, siswa belum optimal dalam melakukan verifikasi informasi dan masih memiliki keterbatasan dalam memahami etika serta keamanan dalam aktivitas digital. Kondisi ini menunjukkan perlunya edukasi terstruktur untuk meningkatkan literasi digital dan kewaspadaan terhadap risiko siber.

Strategi Pemecahan Masalah

Strategi yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi:

- (1) penyuluhan literasi digital,
- (2) pelatihan pemasaran digital cerdas,
- (3) edukasi identifikasi penipuan online,
- (4) studi kasus berbasis masalah,
- (5) edukasi keamanan data pribadi,
- (6) pendekatan interaktif (diskusi, tanya jawab, kuis),
- (7) penguatan etika digital, dan
- (8) evaluasi melalui pre-test dan post-test.

Strategi ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan sikap digital siswa secara komprehensif.

Rencana Tindak Lanjut

Tindak lanjut kegiatan dilakukan melalui pendampingan siswa, pembentukan kelompok “duta literasi digital”, integrasi materi ke kegiatan sekolah, monitoring dan evaluasi berkala, pengembangan media edukasi digital, serta kolaborasi dengan pihak sekolah dan instansi terkait. Program ini bertujuan memastikan keberlanjutan dampak edukasi.

Tempat dan Waktu

Kegiatan dilaksanakan di SMAN 6 Tangerang Selatan pada 14-16 April 2026 selama tiga hari. Kegiatan mencakup penyampaian materi, diskusi, simulasi kasus, dan evaluasi untuk memastikan pemahaman siswa secara bertahap dan aplikatif.

Manfaat PKM

Kegiatan ini memberikan manfaat bagi siswa dalam meningkatkan literasi digital, kewaspadaan terhadap penipuan online, serta kemampuan berpikir kritis. Bagi sekolah, kegiatan mendukung penguatan literasi digital dan karakter siswa. Bagi perguruan tinggi, kegiatan menjadi implementasi Tri Dharma serta penguatan kerja sama. Bagi masyarakat, kegiatan berkontribusi pada peningkatan kesadaran dan budaya digital yang aman dan bertanggung jawab.

Khalayak dan Sasaran

Khalayak kegiatan mencakup siswa, guru, pihak sekolah, dan tim pelaksana PKM. Sasaran utama adalah siswa SMAN 6 Tangerang Selatan sebagai pengguna aktif teknologi digital yang rentan terhadap risiko penipuan online, sehingga membutuhkan penguatan literasi digital dan keamanan siber.

Metode Kegiatan

Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi interaktif, demonstrasi, studi kasus, praktik langsung, evaluasi (pre-test dan post-test), serta pendampingan. Kombinasi metode ini bertujuan meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan perubahan perilaku siswa dalam penggunaan teknologi digital secara aman dan cerdas.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema edukasi pemasaran digital cerdas telah berjalan sesuai rencana dan memberikan dampak positif bagi siswa SMA. Secara umum, kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan keterampilan siswa dalam literasi digital, pemasaran digital, serta keamanan digital. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa berdasarkan pre-test dan post-test, khususnya terkait konsep pemasaran digital yang cerdas, aman, dan bertanggung jawab. Siswa juga lebih mampu membedakan praktik pemasaran digital yang sehat dan yang berpotensi menyesatkan.

Selain itu, terjadi peningkatan literasi digital, di mana siswa lebih kritis dalam mengevaluasi informasi serta lebih berhati-hati dalam penggunaan media sosial. Kesadaran terhadap keamanan data pribadi juga meningkat, ditunjukkan dengan pemahaman tentang penggunaan kata sandi kuat, autentikasi dua faktor, dan perlindungan informasi sensitif.

Siswa juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam mengenali berbagai modus penipuan online seperti phishing, akun palsu, dan social engineering. Antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung cukup tinggi, terlihat dari partisipasi aktif dalam diskusi dan studi kasus.

Secara keseluruhan, kegiatan ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap digital siswa yang lebih bijak, waspada, dan bertanggung jawab.

PEMBAHASAN

1. Pemahaman Pemasaran Digital Cerdas

Sebelum kegiatan, pemahaman siswa terhadap pemasaran digital masih terbatas pada aspek promosi dan penjualan. Setelah edukasi, siswa memahami bahwa pemasaran digital juga mencakup etika, keamanan, dan tanggung jawab penggunaan teknologi, sejalan dengan konsep *Marketing 5.0* (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021).

2. Kemampuan Mengenali Penipuan Online

Sebelum kegiatan, siswa belum mampu mengidentifikasi berbagai modus penipuan online secara optimal. Setelah kegiatan, siswa lebih mampu mengenali ciri-ciri penipuan seperti phishing, akun palsu, dan permintaan data pribadi yang mencurigakan. Pendekatan studi kasus terbukti efektif meningkatkan kewaspadaan dan kemampuan analitis siswa.

3. Peningkatan Literasi Digital dan Keamanan Data

Literasi digital siswa meningkat, terutama dalam hal verifikasi informasi dan perlindungan data pribadi. Siswa mulai lebih selektif dalam menerima informasi serta memahami risiko membagikan data sensitif di ruang digital. Hal ini selaras dengan konsep literasi digital Gilster (1997) dan UNESCO (2018).

4. Efektivitas Kegiatan Edukasi

Kegiatan edukasi terbukti efektif berdasarkan peningkatan hasil pre-test dan post-test serta keterlibatan aktif siswa. Metode ceramah interaktif, diskusi, studi kasus, dan praktik langsung membantu meningkatkan pemahaman secara signifikan. Secara teoritis, perubahan ini juga sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), di mana peningkatan pengetahuan dan sikap berkontribusi pada perubahan perilaku digital yang lebih aman.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema edukasi pemasaran digital cerdas berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang positif. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman siswa mengenai pemasaran digital yang aman dan bertanggung jawab, serta meningkatkan kemampuan dalam mengenali berbagai modus penipuan online seperti phishing, akun palsu, dan social engineering.

Selain itu, terjadi peningkatan literasi digital siswa, khususnya dalam verifikasi informasi dan perlindungan data pribadi. Kegiatan ini juga efektif dalam membentuk sikap siswa yang lebih kritis, waspada, dan bertanggung jawab dalam penggunaan teknologi digital. Secara keseluruhan, PKM ini memberikan kontribusi dalam membentuk generasi muda yang lebih adaptif dan aman dalam menghadapi perkembangan teknologi digital.

5.2 Saran

1. **Pihak sekolah** diharapkan mengintegrasikan literasi digital dan keamanan siber dalam pembelajaran berkelanjutan.
2. **Siswa** diharapkan lebih bijak dan waspada dalam menggunakan media digital serta menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam aktivitas sehari-hari.
3. **Pelaksana PKM selanjutnya** disarankan mengembangkan materi yang lebih mendalam, seperti pelatihan keamanan siber lanjutan, kewirausahaan digital, dan

simulasi kasus penipuan yang lebih kompleks, serta memanfaatkan media pembelajaran yang lebih interaktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211.
- Bawden, D. (2008). *Origins and Concepts of Digital Literacy*. In Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices.
- Buckingham, D. (2015). *Defining Digital Literacy: What Do Young People Need to Know About Digital Media?*
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: John Wiley & Sons.
- Grönroos, C. (1994). *From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing*. Management Decision.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2024). *Modul Literasi Digital Indonesia*.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI & Siberkreasi. (2023). *Modul Literasi Digital Indonesia*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Lewis, E. St. Elmo. (1898). *The AIDA Model of Advertising and Consumer Response*.
- Nasrullah, R. (2017). *Literasi Digital*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- NIST (National Institute of Standards and Technology). (2024). *Cybersecurity Framework (CSF) 2.0*.
- Partnership for 21st Century Skills (P21). (2019). *Framework for 21st Century Learning*.
- Petronio, S. (2002). *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*. State University of New York Press.
- Ribble, M. (2015). *Digital Citizenship in Schools* (3rd ed.). International Society for Technology in Education (ISTE).
- Ryan, D. (2017). *Understanding Digital Marketing*. Kogan Page.
- Stallings, W. (2018). *Effective Cybersecurity: A Guide to Using Best Practices and Standards*. Pearson.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2023). *Social Media Marketing*. Sage Publications.
- UNESCO. (2018). *A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills*.
- UNESCO. (2018). *A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2*.
- Westin, A. F. (1967). *Privacy and Freedom*. New York: Atheneum.
- Whitman, M. E., & Mattord, H. J. (2021). *Principles of Information Security*. Cengage Learning.