



# Pendampingan Digital Marketing Komunitas Karang Taruna Desa Nglarangan Ponorogo

Agung Nugroho Baniargi<sup>1</sup>, Endang Larasati<sup>2</sup>, Tri Yuningsih<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas Diponegoro, Indonesia

\*email koresponding: [agengbaniargi@gmail.com](mailto:agengbaniargi@gmail.com)

## ARTICLE INFO

### Article history

Received: 25 Okt 2023

Accepted: 19 Des 2023

Published: 30 Des 2023

### Kata kunci:

Pendampingan,  
Digital Marketing,  
Komunitas Karang  
Taruna

### Keywords:

Mentoring,  
Digital Marketing,  
Karang Taruna  
Community

## A B S T R A K

**Background:** Di era digital yang terus berkembang dengan pesat seperti saat ini, pemanfaatan teknologi dan strategi pemasaran digital telah menjadi hal yang sangat penting bagi berbagai entitas, termasuk komunitas-komunitas di tingkat lokal. Pendampingan ini bertujuan mengembangkan digital marketing komunitas karang taruna Desa Nglarangan Ponorogo. **Metode:** Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pengembangan masyarakat berbasis asset (ABCD). Metode ABCD adalah pendekatan yang dapat digunakan dalam berbagai konteks, termasuk manajemen proyek, manajemen bisnis, pemecahan masalah, pengambilan keputusan, dan banyak lagi. Ini membantu dalam merencanakan tindakan yang terstruktur dan sistematis untuk mengatasi masalah atau mencapai tujuan tertentu. Lokasi pendampingan di Desa Nglarangan Ponorogo. Analisis data dengan mendorong kolaborasi antar warga, organisasi lokal dan pihak terkait lainnya (Partisipasi masyarakat). **Hasil:** Pemanfaatan strategi pemasaran digital telah membuktikan diri sebagai sarana yang sangat efisien dalam mendukung aktivitas Karang Taruna Desa Nglarangan, Ponorogo. Melalui pendekatan ini, komunitas tersebut dapat dengan lancar mencapai khalayak mereka, menyampaikan informasi mengenai kegiatan dan program yang tengah berlangsung, serta meraih dukungan dari masyarakat secara lebih besar. Di era digital saat ini, kemampuan untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara daring memungkinkan Karang Taruna untuk memperluas jangkauannya dan meningkatkan partisipasi anggota komunitasnya. Oleh karena itu, pemasaran digital menjadi alat yang esensial dalam mendukung perwujudan misi serta tujuan dari Karang Taruna Desa Nglarangan di Ponorogo.

## A B S T R A C T

**Background:** This assistance aims to develop digital marketing for the Nglarangan Village Ponorogo Youth Organization community. **Method:** The method used in this service is asset-based community development (ABCD). The ABCD method is an approach that can be used in a variety of contexts, including project management, business management, problem solving, decision making, and more. It helps in planning structured and systematic actions to overcome a problem or achieve a specific goal. Location of assistance in Nglarangan Village, Ponorogo. Data analysis by encouraging collaboration between residents, local organizations and other related parties (community participation). **Result:** Research results Digital marketing is a very effective tool in supporting the activities of the Nglarangan Village Youth Organization, Ponorogo. By utilizing digital marketing strategies, this community can easily reach their audience, inform them of ongoing activities and programs, and gather support from the wider community. In the digital era, the ability to communicate and interact online allows Karang Taruna to expand its reach and increase the participation of community members. Thus, digital marketing becomes an important tool in advancing the mission and goals of the Nglarangan Village Youth Organization in Ponorogo.



## PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang dengan pesat seperti saat ini, pemanfaatan teknologi dan strategi pemasaran digital telah menjadi hal yang sangat penting bagi berbagai entitas, termasuk komunitas-komunitas di tingkat lokal. Salah satu entitas yang turut mengadopsi perubahan ini adalah Karang Taruna Desa Nglarangan, Ponorogo. Karang Taruna sebagai salah satu bagian dari struktur kemasyarakatan di tingkat desa memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan dan kesejahteraan masyarakat (Yusiana et al., 2022).

Penggunaan teknologi dan digital marketing menjadi semakin relevan bagi Karang Taruna dalam menjalankan misinya. Dalam konteks ini, pendampingan digital marketing menjadi suatu kebutuhan yang mendasar untuk memastikan bahwa Karang Taruna dapat memanfaatkan potensi teknologi dan internet secara maksimal guna meningkatkan kualitas hidup dan perkembangan komunitas mereka (Amaliyah, 2022).

Dalam studi ini, kami mengakui bahwa bisnis benar-benar dapat memperoleh manfaat dari pemasaran digital seperti optimisasi mesin pencari (seo), pemasaran mesin pencari (sem), pemasaran konten, pemasaran *influencer*, otomatisasi konten, pemasaran e-commerce, pemasaran kampanye, dan pemasaran media sosial, pengoptimalan media sosial, pemasaran langsung email, iklan bergambar, *e-book*, disk optik dan *game* dan menjadi semakin umum dalam teknologi kami yang maju (Bala & Verma, 2018).

Selain itu, teknologi dan perangkat digital seperti *smartphone*, produk pintar, internet of things (iot), kecerdasan buatan, dan pembelajaran mendalam semuanya menjanjikan transformasi signifikan kehidupan konsumen dalam waktu dekat future.it dengan latar belakang inilah makalah ini berusaha memahami bagaimana perkembangan teknologi digital membentuk kembali proses dan strategi pemasaran, dan implikasi dari transformasi ini untuk penelitian di ruang luas yang kita sebut "digital marketing" (Kannan & Li, 2017).

Pada penggunaan Social Digital Marketing yang tepat terdapat kemungkinan kurangnya pemahaman terkait Mindset Digital Marketing yang merupakan suatu fokus kepada objek bisnis yang dipasarkan. Di dalam digital marketing terdapat lima mindset yang dapat diterapkan oleh para pelaku bisnis, diantaranya yaitu goal, strategy, product, riset, modal bisnis. Dengan kelima hal tersebut maka pelaku bisnis dapat memahami cara meningkatkan brand awareness, meningkatkan brand loyalty, dan menambah brand authority (Putri et al., 2022).

Penggunaan teknologi dan digital marketing memiliki relevansi yang signifikan bagi Karang Taruna dalam menjalankan misi mereka yang bertujuan mendukung dan memajukan masyarakat. Pertama-tama, Karang Taruna dapat memanfaatkan pembuatan dan pemeliharaan sebuah website resmi sebagai platform untuk berbagi informasi tentang program-program dan kegiatan mereka, serta sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan dan tujuan mereka kepada masyarakat secara luas. Selain itu, pengelolaan akun sosial media seperti Facebook, Instagram, dan Twitter dapat membantu Karang Taruna dalam menghubungkan diri dengan lebih banyak anggota masyarakat. Dengan berbagi foto, video, dan cerita tentang kegiatan mereka, mereka dapat memperluas jangkauan pesan mereka dan menjalankan kampanye sosial melalui platform-platform ini (Hidayati et al., 2023).

Penggalangan dana juga dapat dilakukan secara online melalui platform penggalangan dana seperti GoFundMe atau KitaBisa, yang dapat membantu Karang Taruna mendapatkan dukungan finansial dari individu dan organisasi di seluruh dunia. Teknik pemasaran digital seperti iklan online, email marketing, dan SEO juga dapat digunakan untuk mempromosikan kegiatan atau program khusus Karang Taruna, sehingga mereka dapat mencapai audiens yang lebih luas dan menjangkau individu yang berpotensi tertarik untuk berpartisipasi atau memberikan dukungan. Dengan memanfaatkan teknologi dan digital marketing ini, Karang Taruna dapat

meningkatkan visibilitas mereka, menggalang lebih banyak dukungan, dan mencapai tujuan mereka dalam memberdayakan dan memajukan masyarakat, sekaligus menjadi lebih efisien dalam menjalankan operasinya (Okawati & Agustina, 2022).

Dalam beberapa tahun terakhir, cara orang berkomunikasi dan berinteraksi dengan informasi telah berubah drastis. Media sosial, mesin pencari, dan berbagai platform online telah mengubah cara orang mencari informasi, berinteraksi, dan berbelanja. Untuk tetap relevan dan efektif, Karang Taruna harus memahami dan menguasai alat-alat ini (Sukirno & Efan, 2019). Dengan pendampingan digital marketing, Karang Taruna dapat mengoptimalkan sumber daya yang mereka miliki. Ini termasuk anggaran, tenaga kerja, dan waktu. Dengan strategi yang tepat, mereka dapat mencapai target mereka dengan cara yang lebih efisien. Ponorogo memiliki banyak potensi bisnis lokal, baik dalam bidang pertanian, kerajinan, maupun pariwisata. Dengan bantuan digital marketing, Karang Taruna dapat membantu warga desa mempromosikan produk dan layanan mereka secara lebih luas, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal (Setyawan & Suhendi, 2022).

Digital marketing juga dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap berbagai masalah sosial, pendidikan, dan lingkungan. Karang Taruna dapat menggunakan platform digital untuk mengedukasi dan menggerakkan masyarakat dalam berbagai inisiatif positif. Salah satu keuntungan utama digital marketing adalah kemampuannya untuk mengukur dan menganalisis hasil. Dengan data yang akurat, Karang Taruna dapat mengevaluasi efektivitas kampanye mereka dan membuat perubahan yang diperlukan untuk mencapai tujuan mereka (Pramesti et al., 2022).

Dengan memahami pentingnya digital marketing dan peran kunci yang dimainkannya dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa, pendampingan digital marketing bagi Karang Taruna Desa Nglarangan, Ponorogo, akan menjadi langkah yang sangat signifikan dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ada di era digital ini. Artikel ini akan membahas langkah-langkah konkret yang dapat diambil untuk mengimplementasikan pendampingan digital marketing yang efektif untuk komunitas tersebut.

## METODE

Pada bagian ini akan dijelaskan metode dan alat menemukenali dan memobilisasi aset pemberdayaan masyarakat. Dalam prinsip ini metode abcd merupakan teknik menemukenali suatu kemampuan masyarakat agar bisa mengelola aset, kekuatan, dan potensi yang mereka miliki. Sehingga dipandang mampu menggerakkan dan memotivasi mereka untuk melakukan perubahan sekaligus menjadi pelaku utama perubahan (*pilot project*). Proses ini meliputi 4 tahap yaitu *discovery, dream, design, destiny* (Haris et al., 2022).

Metode ABCD adalah pendekatan yang dapat digunakan dalam berbagai konteks, termasuk manajemen proyek, manajemen bisnis, pemecahan masalah, pengambilan keputusan, dan banyak lagi. Ini membantu dalam merencanakan tindakan yang terstruktur dan sistematis untuk mengatasi masalah atau mencapai tujuan tertentu (Okawati & Agustina, 2022b). Lokasi pendampingan di Desa Nglarangan Ponorogo. Analisis data dengan mendorong kolaborasi antar warga, organisasi lokal dan pihak terkait lainnya (Partisipasi masyarakat).

Dalam implementasinya, paradigma dan prinsip-prinsip dalam pendekatan abcd tersebut mesti dapat dilakukan secara utuh dan simultan. Persyaratan ini diberlakukan karena masing-masing prinsip merupakan mata rantai yang saling berhubungan erat dan saling memberikan efek "penguatan". Sehingga akan menjadi penanda maksimal atau tidaknya aplikasi pendekatan abcd dalam proses pengembangan dan pemberdayaan komunitas-masyarakat, tergantung dari sejauhmana prinsip-prinsip tersebut melandasinya sebagai "ruh". Semakin utuh, simultan dan kuatnya paradigma dan prinsip tersebut menjadi "ruh" dari proses pengembangan dan pemberdayaan yang dilakukan, maka harapan besar semakin maksimal "output dan outcome"

yang dimunculkan. Demikian juga sebaliknya, semakin prinsip-prinsip tersebut terapkan tidak utuh, tidak maksimal, maka output dan outcomenya juga akan dipertanyakan. Adapun paradigma dan prinsip –prinsip pengembangan masyarakat berbasis aset (abcd) yang dijelaskan di bab ini adalah sebagai berikut:

1. Setengah terisi lebih berarti (*half full and half empty*)
2. Semua punya potensi (*no body has nothing*)
3. Partisipasi (*participation*)
4. Kemitraan (*partnership*)
5. Penyimpangan positif (*positive deviance*)
6. Berasal dari dalam masyarakat (*endogenous*)
7. Mengarah pada sumber energi (*heliotropic*)

masing-masing prinsip diatas, dijelaskan secara sederhana, tersendiri, dan sedikit dengan bahasa teknis agar dapat dengan mudah difahami. Bahkan beberapa diantaranya dilengkapi dengan langkahlangkah operasionalisasinya dalam tataran praktis di lapangan “kehidupan” komunitas-masyarakat (Salahuddin, 2015).

Pada bagian ini akan dijelaskan metode serta alat menemukan dan memobilisasi aset dalam pemberdayaan masyarakat. Dalam prinsip ini metode abcd (*asset based community development*) adalah teknik menemukan suatu kemampuan masyarakat agar bisa mengelola aset, kekuatan, dan potensi yang mereka miliki. Dalam metode abcd (*asset based community development*) ini meliputi 5 tahap yaitu *discovery, dream, design, define, destiny* (Ridho et al., 2023).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Awal

Analisis awal merupakan tahap kritis dalam pendampingan digital marketing untuk Karang Taruna Desa Nglarangan di Ponorogo. Tahap ini melibatkan beberapa langkah penting untuk memahami kondisi awal dan menetapkan dasar bagi strategi digital marketing yang berhasil. Pertama-tama, identifikasi tujuan menjadi langkah awal dalam analisis. Ini melibatkan penentuan dengan jelas apa yang ingin dicapai oleh komunitas Karang Taruna melalui upaya digital marketing. Mungkin tujuan tersebut adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kegiatan komunitas, menggalang dukungan, atau mengumpulkan dana untuk proyek-proyek sosial. Selanjutnya, analisis pasar membantu dalam pemahaman lebih dalam tentang audiens target. Ini mencakup mengidentifikasi siapa yang harus dijangkau, apa yang mereka butuhkan, dan bagaimana cara terbaik untuk berkomunikasi dengan mereka. Selain itu, penting juga untuk menganalisis pesaing dan tren pasar terkait.

Mengetahui apa yang sedang dilakukan oleh komunitas serupa atau pesaing dapat membantu dalam menemukan celah dan peluang yang unik. Terakhir, evaluasi sumber daya adalah langkah penting untuk mengukur apa yang tersedia untuk mendukung kampanye digital marketing. Ini mencakup sumber daya manusia, anggaran, serta peralatan dan teknologi yang mungkin dibutuhkan. Dengan pemahaman yang baik tentang sumber daya yang tersedia, kita dapat merencanakan strategi yang realistis dan efektif. Analisis awal yang komprehensif ini adalah landasan yang kuat untuk memulai perjalanan dalam digital marketing, membantu dalam penentuan arah strategi yang akan diambil dan memaksimalkan peluang kesuksesan (Riyanto et al., 2022).

### Rencana Digital Marketing

Rencana Digital Marketing untuk Karang Taruna Desa Nglarangan, Ponorogo, adalah langkah kunci dalam upaya meningkatkan kehadiran dan pengaruh komunitas secara *online*. Pertama, strategi digital marketing harus dikembangkan dengan cermat, dengan menentukan tujuan yang jelas, seperti meningkatkan partisipasi anggota komunitas atau meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kegiatan dan tujuan Karang Taruna. Selanjutnya, strategi ini harus

disertai dengan taktik yang relevan, seperti membuat konten berkualitas yang sesuai dengan target audiens dan jadwal konten yang teratur.

Penting untuk mengidentifikasi metrik keberhasilan yang akan digunakan untuk mengukur hasil kampanye, seperti pertumbuhan jumlah pengikut di media sosial atau tingkat konversi dari pengunjung situs web menjadi anggota aktif. Setelah rencana dibuat, implementasi kampanye dimulai, termasuk pembuatan dan penyebaran konten di platform sosial media, pelaksanaan iklan berbayar jika anggaran memungkinkan, dan pengiriman email marketing kepada anggota komunitas.

Selama kampanye berjalan, pemantauan dan analisis yang cermat sangat penting. Ini mencakup pemantauan performa kampanye secara rutin dan evaluasi terhadap metrik keberhasilan. Hasil analisis digunakan untuk mengidentifikasi area perbaikan dan membuat penyesuaian strategi jika diperlukan. Selain itu, pertumbuhan komunitas juga harus menjadi fokus, dengan penggunaan hasil kampanye untuk memperluas basis anggota dan memperkuat ikatan dalam komunitas.

Penting untuk menyimpan dokumentasi yang baik dan menyusun laporan berkala tentang kemajuan kampanye, sehingga pemangku kepentingan dapat memahami dampak digital marketing terhadap komunitas Karang Taruna. Selain itu, pengawasan keamanan dan etika harus selalu dijaga, dengan memastikan bahwa konten dan praktik yang digunakan sesuai dengan pedoman dan regulasi yang berlaku. Manajemen anggaran yang bijak juga penting agar sumber daya digunakan dengan efisien (Yudanto et al., 2018).

Terakhir, rencana ini harus selalu terbuka terhadap perbaikan berkelanjutan. Tim digital marketing harus terus mencari cara untuk meningkatkan hasil, berkolaborasi dengan anggota komunitas, dan menyesuaikan strategi dengan perkembangan pasar dan teknologi yang terus berubah. Dengan pendekatan yang cermat dan terstruktur, Karang Taruna Desa Nglarangan dapat memanfaatkan potensi digital marketing untuk menguatkan dan memperluas pengaruh mereka dalam komunitas dan beyond.

### **Implementasi Kampanye Digital Marketing**

Implementasi kampanye digital marketing merupakan tahap kunci dalam upaya mendukung Komunitas Karang Taruna Desa Nglarangan di Ponorogo. Pada tahap ini, langkah-langkah yang telah direncanakan dalam strategi digital marketing akan dijalankan dengan cermat. Pertama, adalah pembuatan konten yang relevan dan menarik. Ini mencakup pembuatan artikel blog, gambar, video, dan materi konten lainnya yang sesuai dengan pesan komunitas dan strategi yang telah ditetapkan. Konten ini akan digunakan untuk mengisi platform sosial media dan situs web komunitas.

Selanjutnya, pengelolaan sosial media adalah aspek penting dalam implementasi. Tim digital marketing akan secara rutin memposting dan mengelola konten di platform sosial media yang telah dipilih, seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*. Interaksi dengan pengikut dan respons terhadap komentar juga merupakan bagian dari pengelolaan sosial media ini. Jika anggaran memungkinkan, kampanye iklan berbayar juga akan dilaksanakan di platform yang relevan, seperti iklan *Facebook Ads* atau *Google Ads*. Hal ini akan membantu memperluas jangkauan komunitas dan meningkatkan kesadaran publik terhadap kegiatan dan tujuan Karang Taruna (Nurhayati et al., 2022).

Pengiriman email marketing juga akan menjadi komponen penting dalam implementasi kampanye. Email akan digunakan untuk menghubungi anggota komunitas, mengirim informasi terbaru, undangan untuk acara, dan berbagai konten lain yang relevan. Dalam seluruh proses ini, pemantauan dan pengukuran performa kampanye secara rutin akan dilakukan. Analisis metrik keberhasilan seperti pertumbuhan jumlah pengikut, tingkat interaksi, konversi, dan lainnya akan membantu tim digital marketing memahami apakah kampanye mencapai tujuan yang telah ditetapkan atau perlu ada perbaikan. Dengan demikian, implementasi kampanye digital

marketing akan menjadi alat efektif untuk memajukan komunitas Karang Taruna Desa Nglarangan dan meningkatkan kesadaran serta partisipasi anggota komunitas dalam berbagai kegiatan yang dilakukan.

### **Pengukuran Dan Evaluasi**

Pengukuran dan evaluasi adalah tahapan kunci dalam pendampingan digital marketing untuk komunitas karang taruna desa nglarangan di ponorogo. Ini merupakan proses yang memungkinkan komunitas untuk memahami sejauh mana kampanye digital marketing telah berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pertama, dalam tahap ini, komunitas akan melakukan pemantauan dan analisis secara rutin terhadap berbagai metrik keberhasilan yang telah ditentukan sebelumnya. Metrik ini dapat mencakup pertumbuhan jumlah pengikut di media sosial, tingkat keterlibatan (*engagement rate*) pada postingan, jumlah konversi ke situs web komunitas, atau metrik lain yang relevan dengan tujuan komunitas. Pemantauan secara rutin akan membantu komunitas melihat tren dalam kinerja kampanye komunitas seiring waktu.

Kedua, evaluasi kesuksesan adalah langkah penting untuk menilai apakah kampanye digital marketing telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Komunitas akan membandingkan hasil yang telah dicapai dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika kampanye telah mencapai atau bahkan melebihi target, ini dapat dianggap sebagai keberhasilan. Namun, jika kampanye belum mencapai target, ini merupakan peluang untuk menganalisis mengapa hal tersebut terjadi dan bagaimana komunitas dapat memperbaiki strategi komunitas.

Selain itu, evaluasi juga membantu komunitas mengidentifikasi peluang perbaikan. Komunitas dapat mengidentifikasi elemen kampanye yang telah bekerja dengan baik dan mempertahankannya, serta mengidentifikasi area di mana komunitas perlu melakukan perubahan atau penyesuaian. Evaluasi ini dapat membantu komunitas mengembangkan strategi yang lebih efektif di masa depan (Hidayati et al., 2023).

Dengan melakukan pengukuran dan evaluasi secara rutin, komunitas dapat memastikan bahwa upaya digital marketing komunitas tetap relevan, efektif, dan dapat beradaptasi dengan perubahan dalam pasar dan kebutuhan komunitas karang taruna desa nglarangan di ponorogo.

### **Pengawasan Keamanan Dan Etika**

Pengawasan Keamanan dan Etika dalam digital marketing untuk Karang Taruna Desa Nglarangan di Ponorogo sangat penting untuk memastikan bahwa setiap tindakan yang diambil dalam kampanye digital tetap sejalan dengan prinsip-prinsip yang beretika dan tidak membahayakan komunitas atau individu. Pertama-tama, pengawasan keamanan berfokus pada melindungi data sensitif dan informasi pribadi anggota komunitas. Ini mencakup penggunaan yang aman dari platform digital, perlindungan terhadap ancaman siber, dan kebijakan keamanan data yang kuat.

Selain itu, aspek etika dalam digital marketing melibatkan kepatuhan terhadap pedoman dan aturan yang berlaku dalam penggunaan media sosial dan internet secara umum. Komunitas harus menghindari penyebaran informasi palsu atau merugikan, serta menghormati privasi individu. Penggunaan data pribadi harus sesuai dengan regulasi perlindungan data yang berlaku, dan konten yang dibagikan harus menghormati keragaman dan nilai-nilai komunitas.

Dalam konteks komunitas Karang Taruna, penting juga untuk menghindari konflik internal atau eksternal yang mungkin timbul akibat tindakan yang tidak etis dalam kampanye digital. Sebagai bagian dari pengawasan keamanan dan etika, perlu diterapkan protokol untuk mengatasi konflik atau masalah yang muncul dan untuk menjaga hubungan yang positif dengan anggota komunitas dan pihak luar (Okawati & Agustina, 2022a).

Pengawasan keamanan dan etika dalam digital marketing adalah komitmen yang berkelanjutan untuk memastikan bahwa aktivitas online komunitas mencerminkan nilai-nilai, integritas, dan tujuan yang diinginkan tanpa mengorbankan keamanan atau hak individu. Dengan

demikian, mematuhi prinsip-prinsip keamanan dan etika merupakan bagian integral dari upaya pengembangan yang berkelanjutan dan keberhasilan komunitas Karang Taruna Desa Nglarangan.

### **Manajemen Anggaran**

Manajemen anggaran dalam konteks pendampingan digital marketing untuk karang taruna desa nglarangan, ponorogo, adalah proses pengelolaan dana dan sumber daya keuangan yang tersedia untuk kampanye digital marketing. Hal ini memerlukan perhatian khusus karena penggunaan anggaran yang efektif akan memengaruhi kesuksesan kampanye. Manajemen anggaran mencakup beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan secara rinci. Pertama, identifikasi dan alokasi anggaran yang tepat adalah langkah awal yang penting. Ini melibatkan penentuan berapa banyak dana yang akan dialokasikan untuk berbagai komponen digital marketing seperti iklan berbayar, pembuatan konten, dan alat-alat pemasaran digital lainnya. Alokasi harus sesuai dengan prioritas dan tujuan yang telah ditetapkan dalam strategi digital marketing. Selanjutnya, pemantauan pengeluaran secara teratur sangat diperlukan. Tim digital marketing harus melakukan pelacakan anggaran yang telah dialokasikan untuk masing-masing tugas dan menghindari pengeluaran yang berlebihan.

Hal ini membantu menjaga agar kampanye tetap dalam anggaran yang telah ditetapkan. Selain itu, manajemen anggaran juga mencakup pemantauan pengembalian investasi atau *roi (return on investment)*. Tim harus dapat mengukur sejauh mana setiap dolar yang diinvestasikan menghasilkan hasil yang diharapkan dalam hal pertumbuhan komunitas, peningkatan kesadaran merek, atau pencapaian tujuan lainnya. Hasil ini dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye dan memutuskan apakah perlu penyesuaian anggaran. Manajemen anggaran juga harus bersifat fleksibel. Terkadang, perubahan dalam strategi atau situasi pasar dapat mengharuskan penyesuaian dalam alokasi dana (Setyawan & Suhendi, 2022).

Tim harus siap untuk merespons perubahan ini dengan bijak dan segera mengalokasikan ulang anggaran jika diperlukan. Terakhir, dokumentasi yang akurat tentang pengeluaran dan hasil keuangan harus dijaga. Ini mencakup pembuatan laporan keuangan berkala yang mencatat semua pengeluaran dan pemasukan yang terkait dengan digital marketing. Dokumentasi ini penting untuk pertanggungjawaban dan untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam mengelola anggaran di masa depan. Dengan manajemen anggaran yang cermat dan bijaksana, karang taruna desa nglarangan dapat memaksimalkan efektivitas kampanye digital marketing mereka dan mencapai tujuan komunitas dengan cara yang ekonomis.

### **Kolaborasi Dan Keterlibatan Komunitas**

Kolaborasi dan keterlibatan komunitas adalah elemen penting dalam strategi digital marketing untuk karang taruna desa nglarangan di ponorogo. Ini melibatkan anggota komunitas secara aktif dalam proses kampanye digital marketing, yang dapat menciptakan koneksi yang lebih kuat antara komunitas dan tujuan yang ingin dicapai oleh karang taruna. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan memberdayakan anggota komunitas untuk berkontribusi dalam pembuatan konten. Ini dapat melibatkan mereka dalam menghasilkan cerita-cerita, foto, atau video yang relevan dengan nilai-nilai dan kegiatan karang taruna. Selain itu, mengadakan kompetisi atau tantangan di media sosial yang melibatkan anggota komunitas dapat mendorong partisipasi aktif dan kreatif (Pramesti et al., 2022).

Selain itu, penting untuk mendengarkan dan merespons umpan balik anggota komunitas. Menanggapi pertanyaan, masukan, dan komentar mereka dengan cepat dan penuh perhatian dapat memperkuat hubungan positif dengan komunitas. Juga, melibatkan mereka dalam pengambilan keputusan terkait strategi digital marketing dapat memberi mereka rasa kepemilikan yang lebih besar terhadap kampanye tersebut. Dengan demikian, kolaborasi dan keterlibatan komunitas bukan hanya tentang mempromosikan karang taruna, tetapi juga tentang menciptakan ikatan yang erat dengan anggota komunitas, membangun kepercayaan, dan merayakan keunikan serta kontribusi individu yang dapat menguatkan identitas komunitas secara keseluruhan.

## Perbaikan Berkelanjutan

Perbaikan berkelanjutan adalah tahap krusial dalam pendampingan digital marketing untuk komunitas karang taruna desa nglarangan, ponorogo. Ini melibatkan upaya terus-menerus untuk meningkatkan efektivitas strategi digital marketing yang telah diterapkan sebelumnya. Dalam perbaikan berkelanjutan, tim digital marketing harus terus memantau dan mengevaluasi kinerja kampanye serta berupaya menemukan cara-cara baru untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini dapat mencakup perubahan dalam strategi konten, peningkatan dalam manajemen iklan berbayar, atau bahkan eksplorasi platform digital baru yang mungkin lebih cocok untuk mencapai target audiens.

Selain itu, perbaikan berkelanjutan juga mencakup pembelajaran dari pengalaman sebelumnya. Tim harus menganalisis data dan hasil kampanye sebelumnya, mengidentifikasi keberhasilan dan kegagalan, dan memanfaatkan wawasan ini untuk mengambil keputusan yang lebih cerdas ke depan. Ini termasuk penyesuaian strategi, peningkatan dalam pengelolaan anggaran, dan pertimbangan untuk menghadapi perubahan dalam tren pasar atau perilaku konsumen (Riyanto et al., 2022).

Dalam konteks komunitas karang taruna, perbaikan berkelanjutan juga bisa berarti mempertimbangkan respons dan umpan balik dari anggota komunitas dan berusaha untuk lebih memenuhi kebutuhan dan ekspektasi mereka. Ini dapat melibatkan lebih banyak kolaborasi dengan anggota komunitas, mendengarkan aspirasi mereka, dan mengadaptasi strategi digital marketing sesuai dengan perubahan yang terjadi dalam komunitas. Dengan pendekatan ini, perbaikan berkelanjutan menjadi alat yang kuat untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan dalam upaya digital marketing bagi karang taruna desa nglarangan.

## KESIMPULAN

Digital marketing menjadi alat yang sangat efektif dalam mendukung aktivitas karang taruna desa nglarangan, ponorogo. Dengan memanfaatkan strategi pemasaran digital, komunitas ini dapat dengan mudah mencapai audiens mereka, menginformasikan kegiatan dan program yang sedang berlangsung, serta menggali dukungan dari masyarakat secara lebih luas. Dalam era digital, kemampuan untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara online memungkinkan karang taruna untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan partisipasi anggota komunitas. Dengan demikian, digital marketing menjadi alat yang penting dalam memajukan misi dan tujuan karang taruna desa nglarangan di ponorogo.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas pendampingan dalam bidang digital marketing yang telah diberikan kepada komunitas karang taruna desa nglarangan, ponorogo. Dukungan anda telah membantu kami mengembangkan jangkauan dan pengaruh kami di dunia digital, memungkinkan kami untuk lebih efektif dalam mempromosikan kegiatan sosial, budaya, dan pemberdayaan masyarakat di desa kami. Semangat kerja sama yang luar biasa dan pengetahuan yang berharga yang anda bagikan telah membuat perbedaan yang signifikan dalam usaha kami. Kami berharap kerja sama ini terus berkembang dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi komunitas kami. Terima kasih atas dedikasi dan kontribusi anda yang tak ternilai dalam memajukan karang taruna desa nglarangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, E. D. E. (2022). Implementasi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Komunitas Petani Tanaman Hias Dusun Tarukan. *TEMATIK*, 3(2).
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing. *SSRN*, 8(10), 321–339.

- Haris, M., Ahid, N., & Ridhowan, M. (2022). Pendampingan Budaya Literasi Dengan Metode ABCD (Asset Based Community Development) Terhadap Santri Kelas 3 SMP di Asrama Al Maliki Pondok Pesantren Sunan Drajat Banjarwati Banjaranyar Paciran Lamongan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v1i1.618>
- Hidayati, R., Musliikh, M., Sari, I., & Sekarsari, M. (2023). Pendampingan Digital Marketing Pendampingan Digital Marketing Bagi UMKM di Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat: Pendampingan Digital Marketing Bagi UMKM di Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat. *Journal of Entrepreneurship and Community Innovations (JECI)*, 2(1), 26–34.
- Kannan, P. K., & Li, H. "Alice." (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Nurhayati, P., Muslimin, A., Maulana, M. D., & Ismail, V. (2022). Pendampingan Strategi Digital Marketing Menggunakan E-Commerce Shopee pada Komunitas PAC Fatayat NU Batanghari Lampung Timur. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 185–194.
- Okawati, F. R. T., & Agustina, T. S. (2022a). Pendampingan Pembuatan Konten Digital Untuk Pengembangan Komunitas UMKM "EPI (Excellent Preneur Indonesia)" Surabaya. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(3), 565–574.
- Okawati, F. R. T., & Agustina, T. S. (2022b). Pendampingan Pembuatan Konten Digital Untuk Pengembangan Komunitas UMKM "EPI (Excellent Preneur Indonesia)" Surabaya. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(3), 565–574.
- Pramesti, R. D., Anggarini, A., DK, M. R. R. T. M., Bangun, D. A. N., Susilawati, S., & Andriyanto, A. (2022). Pendampingan Pembuatan Media Promosi Produk Umkm Untuk Mendukung Daya Saing Digital Marketing Di Era Global Pada Komunitas Sahabat Umkm. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 5(02), 170–180.
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Salsabila, Muniroh, T. U., Riandani, R., Muliyani, E., Yasshyka, A., Listiana, A. P., & Indah, S. R. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), Article 2.1 Desember.
- Ridho, N. A. S., Aditya, G. C., Ridwan, M., Reza, M. F., Budiaji, N. M., Azizah, D. N., Fariah, I., Nurjanah, N., Mukarromah, D. R., Arif, F. A., & Hamzah, I. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal dan NIB Bagi UMKM Di Desa Cingebul, Lumbr, Kabupaten Banyumas. *Kampelmas*, 2(1), 113–120.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5(1), 137–142.
- Salahuddin, N. (2015). *Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya Asset Based Community-Driven Development (ABCD)*. LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya. <http://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/1490/>
- Setyawan, H., & Suhendi, C. (2022). Pendampingan Digital Life Skills Menuju Kemandirian Ekonomi Untuk Komunitas Sahabat. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 1(3), 387–392.
- Sukirno, Z. L., & Efan, E. (2019). Teknologi Komunikasi Informasi dan Dekonstruksi Tren Pariwisata. *Journal of Tourism and Creativity*, 3(2), 179–192.
- Yudanto, A. A., Raharjo, T., & Ubed, R. S. (2018). Pendampingan pengembangan produk unggulan kawasan perdesaan pada usaha berbasis komunitas desa cibogo. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 341–346.
- Yusiana, R., Luturlean, B. S., Saragih, R., Setyorini, R., Muhamad, W., Karo, I. M. K., Nugroho, H., & Peranginangin, Y. (2022). Peningkatan Digital Marketing dan Penguatan Merek di Media Digital Pada Komunitas Sentra Kreasi. *Charity: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 62–71.