

Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pelatihan Komunikasi Digital

Berdasarkan pemaparan tersebut tahapan pelatihan digital marketing pada pelaku UMKM sebaiknya dimulai dari pemahaman komunikasi digital. Mengingat bentuk pengelolaan media digital adalah bagian dari proses kerja alur komunikasi, sehingga dalam memberikan pemahaman komunikasi pemasaran digital harus dimulai dari komunikasi digital. Sehingga bentuk pemasaran komunikasi digital bukan berarti memindahkan bentuk pemasaran dari media konvensional ke media digital. Komunikasi digital dimulai dari proses perancangan komunikasi yang menentukan komunikator digital, pesan digital, media digital, sasaran digital dan evaluasi digital. Dan semua elemen tersebut sangat berbeda dari komunikasi secara konvensional. Untuk itu pemahaman dasar komunikasi digital harus diberikan bagi para pelaku UMKM yang dirasa masih awam dalam memahami media digital.

Hal ini masih sedikit dilakukan pada UMKM, kebanyakan pelatihan Digital Marketing berorientasi pada bagaimana membuat strategi pemasaran pada media digital. Akibatnya banyak pelaku UMKM yang merasa strategi pemasaran digitalnya belum efektif. Hal ini ditunjang dengan karakter UMKM yang menggunakan media digital hanya sebagai mengikuti tren.

Penerapan komunikasi digital dalam pemahaman komunikasi pemasaran digital adalah sebagai landasan, sehingga pelaku UMKM dapat membuat strategi yang lebih tepat sasaran dan efektif. Seperti diketahui bersama jika media sosial adalah media yang ramah pada pelaku UMKM sebagai media publikasi dan pemasaran digital. Tetapi hal ini perlu ditunjang dengan pemahaman komunikasi digital, sehingga penyusunan strategi komunikasi pemasaran digital lebih mudah untuk

diterima sasarannya dan efektif. Hal ini adalah metode pelatihan yang baru yang diberikan pada pelaku UMKM. Karena proses pelatihan berorientasi pada dasar kompetensi komunikasi digital pelaku UMKM. Dimana kompetensi komunikasi menjadi salah satu indikator untuk menjadi wirausaha yang berhasil.

Dalam pelatihan pemahaman komunikasi digital dimulai dengan memberikan pemahaman tentang komunikasi efektif. Hal ini menjadi dasar dalam membangun pola komunikasi bagi setiap pelaku UMKM kepada sasarannya. Selanjutnya barulah berfokus pada membangun pemahaman perbedaan komunikasi konvensional dan digital. Dalam tahap ini bentuk materi tidak hanya disampaikan dalam bentuk teoritis melainkan dalam bentuk praktek, sehingga peserta dapat langsung memahami dari tugas tugas yang diberikan. Sehingga ke depannya para pelaku UMKM dapat lebih efektif dalam merancang strategi komunikasi pemasaran digital melalui pemahaman komunikasi digital yang baik.

4. Kesimpulan

Pelatihan Komunikasi Pemasaran Digital bagi UMKM, sebaiknya bermula dari membangun pemahaman komunikasi digital. Hal ini disebabkan karena bentuk digital marketing melalui media sosial bermula dari pemahaman komunikasi digital. Media dalam komunikasi adalah salah satu elemen untuk membantu dalam penyebaran informasi. Sehingga akan lebih efektif pelatihan komunikasi pemasaran digital berangkat dari komunikasi digital. Hal ini juga memudahkan bagi para pelaku UMKM untuk dapat beradaptasi dengan digital marketing. Sehingga metode pelatihan ini dirasa lebih efektif dalam memperkenalkan strategi komunikasi pemasaran digital.

5. Referensi

- dewi Setiawati, S., Fitriawati, D., & Retnasary dan Intan Rachma Yelifa, M. (2019). *PESAN PEMASARAN SENJATA UNTUK MEMBANGUN DIGITAL MARKETING*. 4(7). www.bro.do.id
- Morrish, S. C. (2011). *Creating value: An SME and social media*. <https://www.researchgate.net/publication/21229527>
- Retnasary, M., Setiawati, D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1). <http://ejurnal.univbsi.id/index.php/JIIP>
- Rozaq, M., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2021). How Novice Entrepreneurs Learn About Digital Marketing Communication

- Strategies? *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 345. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.936>
- Sari, S. M., Yunizar, Y., & Sartika, D. (2020). PENENTU KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM : APAKAH KOMPETENSI DIGITAL DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PENTING ? *AdBispreneur*, 5(1), 63. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i1.26999>