

OPTIMALISASI MANAJEMEN WAKTU UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS DAN KINERJA DIGITAL MARKETING PEMUDA KARANG TARUNA

Serli Nur Syabila¹, Nabila Adzhani², Sri Wulandari³, Chotamul Fajri⁴, Kenny Astria⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email : serlinursyabila09@gmail.com¹, nabilaadzz11@gmail.com², swulan.dari151204@gmail.com³,
dosen01717@unpam.ac.id⁴, dosen01899@unpam.ac.id⁵

ABSTRAK

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat melalui kegiatan edukasi dan pemberdayaan. Kegiatan PKM ini dilaksanakan di Karang Taruna Pos RW 04 Rawa Buaya yang dilatarbelakangi oleh masih rendahnya pemahaman pemuda mengenai pengelolaan waktu dalam aktivitas digital marketing sehingga berdampak pada kurang optimalnya pengelolaan media sosial organisasi, rendahnya konsistensi publikasi konten, serta kurang efektifnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi ceramah, diskusi, praktik, studi kasus, dan tanya jawab. Materi yang diberikan mencakup konsep dasar manajemen waktu dalam aktivitas digital, peran manajemen waktu dalam digital marketing, teknik pengelolaan waktu menggunakan content calendar, strategi meningkatkan produktivitas dan kinerja digital marketing, serta studi kasus dan diskusi interaktif. Peserta kegiatan adalah anggota Karang Taruna Pos RW 04 Rawa Buaya. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya manajemen waktu dalam aktivitas digital marketing. Peserta mampu memahami cara menyusun prioritas pekerjaan, membuat perencanaan konten yang lebih terstruktur, serta mengelola media sosial organisasi secara lebih efektif. Selain itu, peserta juga menyadari pentingnya konsistensi, kreativitas, dan kerja sama tim dalam meningkatkan produktivitas serta kinerja digital marketing organisasi. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi anggota Karang Taruna dalam mengembangkan kompetensi digital, meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial, serta mendukung kegiatan promosi organisasi dan pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan media digital yang lebih optimal.

Kata Kunci : Manajemen Waktu, Produktivitas, Digital Marketing, Karang Taruna, Media Sosial

ABSTRACT

Community Service (PKM) is one form of implementation of the Tri Dharma of Higher Education which aims to provide real contributions to the community through educational and empowerment activities. This PKM activity was carried out at

Article History

Received: Juli 2026

Reviewed: Juli 2026

Published: Juli 2026

Plagiarism Checker No
234.KK.44.893488

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Karang Taruna Pos RW 04 Rawa Buaya which was motivated by the still low understanding of young people regarding time management in digital marketing activities which resulted in less than optimal management of organizational social media, low consistency of content publication, and less effective use of digital media as a promotional tool. The methods used in this activity included lectures, discussions, practices, case studies, and questions and answers. The material provided included basic concepts of time management in digital activities, the role of time management in digital marketing, time management techniques using content calendars, strategies to increase productivity and digital marketing performance, as well as case studies and interactive discussions. Participants were members of Karang Taruna Pos RW 04 Rawa Buaya. The results of the activity showed an increase in participants' understanding of the importance of time management in digital marketing activities. Participants were able to understand how to prioritize work, create more structured content plans, and manage organizational social media more effectively. In addition, participants also realized the importance of consistency, creativity, and teamwork in increasing productivity and the performance of organizational digital marketing. This activity is expected to provide long-term benefits for Karang Taruna members in developing digital competencies, increasing the effectiveness of social media management, and supporting organizational promotional activities and community empowerment through more optimal use of digital media.

Keywords: Time Management, Productivity, Digital Marketing, Karang Taruna, Social Media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas organisasi kepemudaan seperti Karang Taruna. Karang Taruna merupakan organisasi sosial kemasyarakatan yang menjadi wadah pengembangan generasi muda dalam meningkatkan kemampuan, kreativitas, dan partisipasi aktif di lingkungan masyarakat. Organisasi ini dibentuk atas dasar kesadaran dan tanggung jawab sosial dari, oleh, dan untuk masyarakat, khususnya generasi muda, yang bergerak di bidang kesejahteraan sosial. Saat ini media digital dan media sosial menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi, mempromosikan kegiatan organisasi, serta mendukung berbagai program pemberdayaan masyarakat. Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021), digital marketing merupakan pendekatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk membangun hubungan dengan konsumen serta menciptakan nilai melalui berbagai platform digital. Bagi pemuda Karang Taruna, digital marketing dapat menjadi sarana untuk mempromosikan kegiatan organisasi, menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, serta mendukung pengembangan usaha masyarakat setempat.

Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube memungkinkan penyampaian informasi secara cepat dan menjangkau audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, kemampuan digital marketing menjadi salah satu kompetensi yang penting dimiliki oleh generasi muda di era digital.

Namun demikian, pemanfaatan media digital yang optimal memerlukan kemampuan pengelolaan waktu yang baik. Berdasarkan hasil observasi awal, masih terdapat pemuda Karang Taruna yang mengalami kesulitan dalam mengatur waktu antara kegiatan pendidikan, pekerjaan, organisasi, dan aktivitas digital marketing. Akibatnya, pengelolaan media sosial organisasi sering dilakukan secara tidak teratur dan kurang konsisten. Selain itu, sebagian peserta masih belum memahami pentingnya perencanaan konten digital, penyusunan jadwal publikasi, serta pengukuran kinerja media sosial secara berkala. Kondisi ini menyebabkan aktivitas digital marketing belum mampu memberikan hasil yang maksimal dalam mendukung kegiatan organisasi maupun promosi usaha masyarakat.

Kemampuan mengelola waktu menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja individu karena membantu seseorang mengatur prioritas, mengurangi pemborosan waktu, serta meningkatkan produktivitas kerja. Dalam aktivitas digital marketing, manajemen waktu sangat diperlukan karena berbagai tugas seperti pembuatan konten, penjadwalan unggahan media sosial, pemantauan interaksi audiens, serta evaluasi kinerja digital memerlukan pengelolaan waktu yang terencana. Pemanfaatan waktu yang efektif dapat membantu pelaku digital marketing menjaga konsistensi aktivitas promosi dan mencapai target yang telah ditentukan. Kurangnya keterampilan dalam mengelola waktu juga berdampak pada rendahnya produktivitas dalam pembuatan konten digital. Banyak ide kreatif yang tidak dapat diwujudkan karena tidak adanya perencanaan waktu yang terstruktur. Padahal, konsistensi merupakan salah satu faktor utama keberhasilan digital marketing. Melihat kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dapat membantu pemuda Karang Taruna memahami pentingnya manajemen waktu dalam aktivitas digital marketing. Dengan kemampuan pengelolaan waktu yang baik, diharapkan peserta mampu meningkatkan produktivitas, kreativitas, dan efektivitas dalam mengelola media digital organisasi.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif (participatory approach) yang menempatkan peserta sebagai subjek utama dalam proses kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena mampu mendorong keterlibatan aktif anggota Karang Taruna dalam mengidentifikasi permasalahan, memahami materi, serta menerapkan keterampilan manajemen waktu dalam aktivitas digital marketing. Pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, pendampingan, dan evaluasi sehingga proses transfer pengetahuan berlangsung secara efektif.

Tempat dan Waktu

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan melalui kunjungan langsung ke Karang Taruna Pos RW 04 Rawa Buaya sebagai mitra pelaksanaan kegiatan.

Rincian pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

Tempat	: Karang Taruna Pos RW 04 Rawa Buaya
Hari/Tanggal	: Minggu, 12 April 2026
Waktu	: Menyesuaikan jadwal kegiatan Karang Taruna
Peserta	: Anggota Karang Taruna Pos RW 04 Rawa Buaya

Metode Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan serangkaian tahapan sistematis dan terintegrasi yang dirancang untuk memfasilitasi pemahaman dan penerapan praktis materi pelatihan oleh

para peserta. *Tahap awal* terdiri dari sesi kuliah, di mana peserta menerima pengantar tentang konsep-konsep dasar manajemen waktu, produktivitas kerja, dan peran pemasaran digital dalam mendukung kinerja organisasi. Tahap ini berfungsi sebagai landasan teoritis untuk memastikan bahwa semua peserta mengembangkan pemahaman bersama tentang konsep-konsep kunci sebelum melanjutkan ke komponen praktis program. *Tahap kedua* melibatkan diskusi interaktif yang mendorong partisipasi aktif dari para peserta. Selama sesi ini, peserta diundang untuk berbagi pengalaman mereka, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam mengelola platform media sosial organisasi, dan membahas isu-isu terkait dengan menyeimbangkan tanggung jawab organisasi dengan aktivitas pemasaran digital. Melalui diskusi kolaboratif, para peserta dan tim layanan masyarakat mengeksplorasi solusi praktis yang relevan dengan kebutuhan dan kondisi organisasi Karang Taruna.

Tahap ketiga menekankan praktik langsung dan kegiatan simulasi. Peserta dibimbing dalam menyiapkan jadwal kerja, mengembangkan kalender konten, menetapkan prioritas tugas, dan mempraktikkan manajemen konten media sosial yang efektif. Latihan praktis ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara pengetahuan teoretis dan penerapan di dunia nyata, memungkinkan peserta untuk memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk menerapkan strategi manajemen waktu yang efektif dalam kegiatan organisasi mereka. Setelah sesi praktis, peserta terlibat dalam analisis studi kasus menggunakan skenario dunia nyata yang berkaitan dengan manajemen waktu dan pemasaran digital. Bekerja sama dalam kelompok, mereka menganalisis masalah yang ada, mengidentifikasi penyebab yang mendasarinya, dan merumuskan solusi yang tepat. Pendekatan pembelajaran ini dirancang untuk memperkuat kemampuan berpikir kritis, pemecahan masalah, komunikasi, dan pengambilan keputusan kolaboratif peserta sekaligus menumbuhkan pemahaman yang lebih dalam tentang manajemen pemasaran digital yang efektif.

Tahap terakhir terdiri dari proses evaluasi yang dilakukan melalui sesi tanya jawab, refleksi peserta, dan pengumpulan umpan balik. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai pemahaman peserta terhadap materi pelatihan, mengukur efektivitas program pengabdian masyarakat, dan mengidentifikasi potensi perbaikan untuk implementasi di masa mendatang. Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, kompetensi praktis, dan produktivitas anggota Karang Taruna, memungkinkan mereka untuk mengelola aktivitas media digital secara lebih efisien, strategis, dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi, diskusi, dan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada anggota Karang Taruna Pos RW 04 Rawa Buaya, diperoleh beberapa temuan terkait manajemen waktu dan aktivitas digital marketing. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian peserta telah menggunakan media sosial untuk berbagai keperluan, baik pribadi maupun organisasi. Namun, pemanfaatannya masih belum dilakukan secara optimal dan terencana.

Beberapa permasalahan yang ditemukan antara lain:

1. Masih kurangnya pemahaman peserta mengenai pentingnya manajemen waktu dalam aktivitas digital marketing.
2. Belum adanya perencanaan yang terstruktur dalam pengelolaan media sosial organisasi.
3. Kurangnya konsistensi dalam pembuatan dan publikasi konten digital.
4. Sebagian peserta mengalami kesulitan dalam membagi waktu antara pendidikan, pekerjaan, organisasi, dan aktivitas digital marketing.
5. Kurangnya pemanfaatan fitur dan aplikasi pendukung untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan media digital.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pelaksana memberikan edukasi mengenai optimalisasi manajemen waktu dalam aktivitas digital marketing serta memberikan praktik sederhana terkait penyusunan jadwal konten dan pengelolaan media sosial secara efektif. Setelah kegiatan dilaksanakan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya manajemen waktu dalam mendukung produktivitas dan kinerja digital marketing. Peserta juga mulai memahami pentingnya perencanaan konten, penentuan prioritas pekerjaan, serta konsistensi dalam pengelolaan media digital organisasi.

PEMBAHASAN

Sesi I (Penyampaian Materi)

Pemateri: Serli Nur Syabila, Nabila Adzhani, dan Sri Wulandari

Kegiatan: Penyampaian materi dan tanya jawab

Tema: Optimalisasi Manajemen Waktu untuk Meningkatkan Produktivitas dan Kinerja Digital Marketing Pemuda Karang Taruna

Kegiatan pada sesi pertama dilakukan melalui penyampaian materi mengenai pentingnya manajemen waktu dalam aktivitas digital marketing. Materi yang disampaikan meliputi konsep dasar manajemen waktu, peran manajemen waktu dalam mendukung kegiatan digital marketing, teknik pengelolaan waktu untuk aktivitas digital, serta strategi meningkatkan produktivitas dan kinerja digital marketing.

Pada sesi ini peserta diberikan pemahaman bahwa aktivitas digital marketing memerlukan perencanaan yang baik agar dapat berjalan secara konsisten dan efektif. Peserta juga diperkenalkan dengan berbagai teknik pengelolaan waktu, seperti penyusunan jadwal kerja, penentuan prioritas tugas, penggunaan *content calendar*, serta pemanfaatan aplikasi digital untuk membantu pengelolaan aktivitas media sosial. Selain penyampaian materi, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi mengenai pengalaman mereka dalam mengelola media sosial organisasi maupun aktivitas digital lainnya. Beberapa peserta menyampaikan kendala yang sering dihadapi, seperti kesulitan membagi waktu, kurangnya konsistensi dalam membuat konten, serta keterbatasan pengetahuan mengenai strategi digital marketing.



(Dokumentasi Kegiatan)

Melalui sesi ini peserta diharapkan dapat memahami pentingnya manajemen waktu sebagai salah satu faktor yang mendukung keberhasilan aktivitas digital marketing serta meningkatkan produktivitas dalam menjalankan berbagai kegiatan organisasi.

Sesi II (Praktik Penyusunan Content Calendar dan Diskusi Kelompok)

Pemateri: Serli Nur Syabila

Pendamping: Nabila Adzhani dan Sri Wulandari

Kegiatan: Praktik penyusunan *content calendar* dan diskusi kelompok

Pada sesi kedua peserta diberikan praktik langsung mengenai cara menyusun jadwal kegiatan digital marketing menggunakan *content calendar*. Peserta diminta untuk mengidentifikasi jenis konten yang akan dipublikasikan, menentukan waktu publikasi, serta menyusun prioritas aktivitas digital yang akan dilakukan dalam periode tertentu. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu peserta memahami pentingnya perencanaan dalam pengelolaan media sosial sehingga proses publikasi konten dapat dilakukan secara lebih teratur dan konsisten. Selain itu, peserta juga diajak untuk memanfaatkan berbagai aplikasi pendukung yang dapat membantu meningkatkan efisiensi dalam aktivitas digital marketing. Setelah kegiatan praktik, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok untuk mendiskusikan berbagai kendala yang sering dihadapi dalam pengelolaan media sosial organisasi. Diskusi difokuskan pada permasalahan pengaturan waktu, pembuatan konten, interaksi dengan audiens, serta strategi meningkatkan keterlibatan pengikut (*engagement*) pada media sosial organisasi.

Materi pembinaan difokuskan pada peningkatan pemahaman mengenai konsep dasar manajemen waktu dalam aktivitas digital, peran manajemen waktu dalam pengelolaan media sosial organisasi, teknik penyusunan jadwal kerja dan *content calendar*, serta strategi meningkatkan produktivitas dan kinerja digital marketing. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya konsistensi dalam publikasi konten, pemanfaatan media digital secara optimal, serta pengelolaan waktu yang tepat untuk mendukung kegiatan promosi dan penyebaran informasi organisasi. Kegiatan penyuluhan juga dilengkapi dengan praktik penyusunan *content calendar* dan simulasi perencanaan konten media sosial agar peserta dapat menerapkan secara langsung materi yang telah dipelajari. Melalui kegiatan tersebut, peserta diharapkan mampu mengelola waktu secara lebih efektif, meningkatkan produktivitas dalam aktivitas digital marketing, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi yang mendukung kegiatan Karang Taruna maupun pemberdayaan masyarakat.

Hasil diskusi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta menyadari pentingnya manajemen waktu dalam aktivitas digital marketing. Peserta juga memahami bahwa konsistensi dalam publikasi konten, perencanaan yang baik, dan kerja sama tim merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan produktivitas serta kinerja digital marketing Karang Taruna. Secara keseluruhan, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai optimalisasi manajemen waktu dalam aktivitas digital marketing. Melalui kegiatan ini, peserta diharapkan mampu menerapkan materi yang telah diperoleh untuk mendukung kegiatan promosi organisasi serta meningkatkan produktivitas dalam pemanfaatan media digital.



(Tim Pengabdian kepada Masyarakat)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan di Karang Taruna Pos RW 04 Rawa Buaya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pemuda Karang Taruna memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai konsep dasar manajemen waktu dalam aktivitas digital. Peserta memahami bahwa pengelolaan waktu yang efektif merupakan faktor penting dalam mendukung keberhasilan berbagai aktivitas digital marketing.
2. Peserta memahami bahwa manajemen waktu memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung kegiatan digital marketing Karang Taruna, terutama dalam pengelolaan media sosial, penyusunan konten, penjadwalan publikasi, serta interaksi dengan audiens secara konsisten.
3. Peserta memperoleh pengetahuan mengenai berbagai teknik pengelolaan waktu yang dapat diterapkan dalam aktivitas digital marketing, seperti penyusunan jadwal kerja, penggunaan content calendar, penentuan prioritas tugas, serta pemanfaatan aplikasi pendukung produktivitas.
4. Peserta memahami berbagai strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan produktivitas dan kinerja digital marketing, antara lain melalui konsistensi publikasi konten, peningkatan kreativitas, pemanfaatan tren digital, evaluasi performa konten, dan penguatan kerja sama tim.
5. Melalui studi kasus dan diskusi interaktif, peserta mampu mengidentifikasi berbagai kendala yang sering dihadapi dalam aktivitas digital marketing serta merumuskan solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan media digital organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Claessens, B. J. C., Van Eerde, W., Rutte, C. G., & Roe, R. A. (2007). A review of the time management literature. *Personnel Review*, 36(2), 255-276.
<https://doi.org/10.1108/00483480710726136>
- Forsyth, P. (2010). *Successful time management*. London, England: Kogan Page.
- Kementerian Sosial Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2019 tentang Karang Taruna*. Jakarta: Kementerian Sosial Republik Indonesia.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pamulang. (2026). *Panduan dan peraturan penelitian serta pengabdian kepada masyarakat Universitas Pamulang*. Tangerang Selatan: LPPM Universitas Pamulang.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Organizational behavior* (19th ed.). Harlow, England: Pearson Education.
- Tracy, B. (2014). *Eat that frog!: 21 great ways to stop procrastinating and get more done in less time* (3rd ed.). San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.