

**MENINGKATKAN KEMAMPUAN PROMOSI BERBASIS DIGITAL  
MARKETING MENGGUNAKAN BAHASA INGGRIS DI ADIKSI COFFEE  
BANDAR LAMPUNG**

Vetri Yanti Zainal<sup>1</sup>, Sari Narulita<sup>2</sup>, Hajjah Zulianti<sup>3</sup>, M Farhan Alfaruqqi<sup>4</sup>, Chintya  
Debora S<sup>5</sup>

<sup>12345</sup>STKIP PGRI Bandar Lampung

<sup>1</sup>zainalzainalvetrivetri@stkipgribl.ac.id, <sup>2</sup>hlitalampung@gmail.com,  
<sup>3</sup>hazaulie@gmail.com, <sup>4</sup>farhan\_alfaruqqi@gmail.com, <sup>5</sup>chintya\_debora@gmail.com

**Abstrak:** Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan promosi produk menggunakan *digital marketing* dalam Bahasa Inggris. Sasaran dalam kegiatan ini yaitu usaha mikro kecil menengah Adiksi Coffee yang bergerak dalam bidang perdagangan makanan dan minuman. Dalam pemasaran produk, Adiksi Coffee telah menggunakan beberapa media pemasaran secara online namun hanya terbatas pada media sosial. Adiksi Coffee belum memasarkan produknya melalui *website* atau *blog* dan juga masih terbatas pada pemasaran dalam Bahasa Indonesia. Untuk meningkatkan hasil usaha, tim pengabdian dari STKIP PGRI Bandar Lampung berusaha membantu tim Adiksi Coffee untuk mengembangkan pemasaran produknya melalui pelatihan promosi berbasis *digital marketing* berbahasa Inggris. Pengabdian diikuti oleh tim Adiksi Coffee dan tim pengabdian STKIP PGRI Bandar Lampung pada hari Senin 23 Mei 2022 bertempat di ruang pertemuan Adiksi Coffee Bandar Lampung. Kegiatan dilakukan dengan menggunakan metode pelatihan. Hasil yang diperoleh dari pelatihan ini yaitu (1) meningkatnya pemahaman tim adiksi coffee khususnya bagian pemasaran terkait dengan *digital marketing*. (2) Meningkatnya pemahaman para peserta dalam membuat *website* untuk meningkatkan promosi. (3) Meningkatnya kemampuan peserta dalam memahami penggunaan *digital marketing* berupa *website* dalam proses promosi. (4) Meningkatnya kemampuan peserta dalam memasarkan produk dalam Bahasa Inggris

**Kata Kunci:** *Digital Marketing*, Bahasa Inggris, Adiksi Coffee

**Abstract:** *This training aims to improve product promotion skills using digital marketing in English. The target in this activity is the Adiksi Coffee micro, small and medium enterprises which are engaged in the food and beverage trade. In product marketing, Adiksi Coffee has used several online marketing media but only limited to social media. Adiksi Coffee has not yet marketed its products through a website or blog and is still limited to marketing in Indonesian. To improve business results, the service team from STKIP PGRI Bandar Lampung is trying to help the Adiksi Coffee team to develop product marketing through digital marketing-based promotional training in English. The service was attended by a team from Adiksi Coffee and a service team from STKIP PGRI Bandar Lampung on Monday, May 23, 2022, at the Adiksi Coffee meeting room in Bandar Lampung. Activities are carried out using training methods. The results obtained from this training are (1) improvement of the understanding of Adiksi Coffee team,*

*especially the marketing department related to digital marketing. (2) improvement of the understanding of the participants to create a website to increase promotion. (3) improvement the ability of participants to understand the use of digital marketing such as websites in the promotion process and (4) improvement the ability of participants to market their products in English.*

**Keywords:** *digital marketing, English Adiksi Coffee*

## PENDAHULUAN

Di era yang perkembangan teknologi yang sangat pesat seperti sekarang ini, pemasaran digital atau digital marketing menjadi sebuah strategi yang bisa dibidang sangat ampuh bagi yang memiliki bisnis. strategi atau upaya untuk memasarkan atau mempromosikan produk melalui segala jenis media digital. Media pemasaran digital mencakup saluran komunikasi yang sering kita jumpai, baik melalui jaringan Internet maupun jaringan lainnya seperti telepon dan televisi. Menurut Kotler dan Keller (2016), *digital marketing* merupakan aktivitas promosi yang dilakukan untuk sebuah brand ataupun produk menggunakan media elektronik (digital). Pengertian digital marketing sendiri dalam bahasa Indonesia berarti pemasaran digital. Digital marketing adalah salah satu cara untuk mempromosikan dan menjual produk yang dilakukan melalui media digital. Tujuan utama dari penggunaan internet saat ini adalah untuk membantu dalam mendapatkan konsumen secara luas. Digital marketing adalah strategi yang sangat tepat untuk membantu aktivitas promosi.

Promosi merupakan cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen atau pasar yang dituju, dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk/perusahaan agar mereka mau membeli Menurut Kotler dan Keller (2016). Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Kotler & Keller, 2016).

*Digital marketing* adalah upaya pemasaran menggunakan perangkat elektronik berbasis internet dengan beragam taktik pemasaran dan media digital di mana kita dapat berkomunikasi dengan calon konsumen secara online demi menjangkau pasar yang lebih luas. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai *digital marketing*, bisa memahami juga tujuan, jenis, manfaat, dan strategi yang perlu dikuasai, khususnya oleh pelaku bisnis. Banyaknya *digital marketing* yang dipakai oleh perusahaan-perusahaan, membuktikan bahwa ini memiliki banyak kelebihan dan manfaat yang dapat diperoleh, beberapa kelebihan dari pemasaran digital dibandingkan dengan pemasaran konvensional (Yuda, 2021).

### 1. Kecepatan Penyebaran

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, DM juga dapat diukur secara *realtime* dan tepat.

### 2. Kemudahan Evaluasi

Dengan menggunakan media *online*, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk Anda ditonton, berapa banyak orang yang melihat produk Anda, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya.

Konsep *digital marketing* sendiri adalah dengan memanfaatkan beragam perangkat elektronik serta berbagai taktik *marketing* untuk digunakan dalam dunia bisnis. Penerapan cara tersebut menjadikan komunikasi antar penjual dengan konsumen hanya dengan melalui perangkat *gadget*.

3. Beragam akses dapat ditawarkan untuk para calon pelanggan, seperti dengan menggunakan blog, media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Line, dsb. Tentunya masih ada banyak lagi ragam penawaran komunikasi yang mudah untuk dijangkau pelanggan dalam *promosi digital*.

Menurut Kotler dan Keller (2016) promosi bertujuan untuk :

1. Mencari dan mendapatkan perhatian daricalon pembeli atau pengguna. Perhatian calon pembeli harus diperoleh karena merupakan titikawal proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu barang atau jasa.
2. Menciptakan dan menumbuhkan minat pada calon pembeli atau pengguna. Perhatian yang sudah diberikan oleh seseorang mungkin akan dilanjutkan pada tahap berikutnya atau berhenti. Yang dimaksud dengan tahap berikutnya adalah timbulnya rasa tertarik dan rasa ketertarikan itu akan menjadi fungsi utama promosi.
3. Pengembangan rasa ingin tahu calon pembeli atau pengguna untuk memiliki barang yang ditawarkan. Hal ini merupakan kelanjutan dari tahap sebelumnya. Setelah seseorang tertarik pada sesuatu, maka timbul rasa ingin memilikinya.
4. Memiliki tiga cara paling dasar dimana perusahaan bisa memberi nilai tambah bagi penawaran mereka, inovasi, penyempurnaan kualitas, atau mengubah persepsi konsumen. Promosi efektif menyebabkan merek dipandang lebih laku, lebih bergaya, lebih bergengsi, dan lebih unggul. Strategi yang dapat Dilakukan

dalam Promosi Digital memang diperlukan serta menyesuaikan tujuan dari masing-masing perusahaan.

Namun ada beberapa gambaran umum yang dapat diterapkan untuk menjalankan tips tersebut, diantaranya adalah (Mekari, 2022):

1. Memanfaatkan *social media* secara baik, karena dengan melakukan pengupayaan interaksi kepada para pengguna akan jauh lebih optimal untuk melakukan pemasaran. Strategi pemasaran digital hanya akan berjalan jika didukung oleh pengguna *digital* juga.
2. Melakukan pengiklanan memanfaatkan SEO dengan baik, maka iklan melalui artikel akan mudah dijangkau oleh pengguna internet jika sesuai dengan ketentuan SEO. Selain melalui artikel, iklan juga dapat dilakukan menggunakan google adsense, dll.
3. Manfaatkan email marketing. Email merupakan alat komunikasi yang paling potensial untuk digunakan, mengingat bahwa pengguna *smartphone* diwajibkan untuk memiliki email. Hal tersebut cukup potensial untuk digunakan untuk melakukan sebuah bisnis.
4. Siapkan identitas digital di *platform* tertentu, tentunya dengan membangun sebuah *marketing* dan harus ada *website* tertentu jika dibutuhkan. Membangun identitas melalui website serta menyiapkan akun seperti facebook, youtube.

Beberapa tips tersebut dapat dipersiapkan bagi pebisnis yang masih merintis usahanya. Dengan berbasis *digital* semua akan menjadi lebih praktis akan sekaligus memudahkan melakukan promosi digital bahkan bisa sampai luar negeri sekalipun, untuk itu perlu memanfaatkan peluang tersebut dengan baik.

Bahasa merupakan unsur terpenting dalam kehidupan manusia karena

merupakan alat berkomunikasi yang digunakan oleh manusia. Sumarsono dan Partana (2004) menyatakan bahwa bahasa dalam hubungannya dengan masyarakat dianggap sebagai perilaku sosial (*social behavior*) yang dipakai dalam berkomunikasi. Dalam era globalisasi pada saat ini, tidak menutup kemungkinan pemasaran dilakukan dengan menggunakan Bahasa Inggris sebagai Bahasa Internasional. Telah banyak kita jumpai perusahaan ataupun unit mikro kecil dan menengah (UMKM) menggunakan promosi produk berbahasa Inggris untuk menarik minat pembeli dan penggunaan Bahasa Inggris juga dapat dilakukan untuk pemasaran secara internasional.

Bandar Lampung merupakan salah satu kota terpadat di Pulau Sumatra. Secara geografis, Kota ini merupakan gerbang utama Pulau Sumatra. Kota Bandar Lampung merupakan pusat jasa, perdagangan, dan perekonomian di provinsi Lampung (Henry, 2021). Banyaknya kedai kopi yang bermunculan di kota Bandar Lampung telah menimbulkan persaingan, khususnya dalam persaingan tempat atau interior, harga, mutu makanan, dan pelayanan. Keadaan inilah yang membuat pelanggan lebih selektif dalam menentukan pilihannya. Persaingan yang terjadi antar bisnis usaha kedai kopi, hal ini mendorong masing-masing perusahaan untuk menciptakan peluang dengan menerapkan ide-ide baru untuk menarik minat banyak pelanggan. Salah satu kedai kopi di Kota Bandar Lampung yaitu Adiksi Coffee yang sudah berdiri sejak Februari, 2020. Adiksi Coffee merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang perdagangan produk makanan dan minuman. Adiksi Coffee menawarkan suasana tempat *outdoor* dan juga *indoor* dengan berbagai macam varian menu. Adiksi Coffee berlokasi di Jalan Purnawirawan Raya, Gunung Terang, Kecamatan Tanjung Karang Barat, Kota Bandar Lampung. Lokasi yang dekat

dengan sekolah dan juga kampus membuat Adiksi Coffee menjadi primadona di kalangan mahasiswa.

Pemasaran produk pada Adiksi Coffee telah dilakukan melalui *digital marketing* yaitu seperti pemasaran melalui media sosial dan *smartphone application*. Namun dalam hal ini, pemasaran melalui *digital marketing* lainnya seperti website belum dilakukan dan pemasaran terbatas hanya dalam Bahasa Indonesia. Dalam hal ini, untuk menciptakan peluang dan ide-ide baru dalam pemasaran, Adiksi Coffee menghendaki adanya pemasaran produk melalui website menggunakan Bahasa Inggris. Hal tersebut dilakukan untuk mencapai pemasaran yang lebih luas sehingga UMKM bisa berkembang lebih pesat.

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan mitra di atas, tim pengabdian berupaya memberikan solusi di salah satu UMKM di Bandar Lampung ini yang bergerak dibidang perdagangan makanan dan minuman. Maka sebagai salah satu bentuk kepedulian tim pengabdian dari STKIP PGRI Bandar Lampung yaitu melaksanakan pengabdian terkait dengan teknik pemasaran produk makanan dan minuman menggunakan *digital marketing* berbahasa Inggris dengan judul pengabdian “Meningkatkan Kemampuan Promosi Berbasis *Digital Marketing* Menggunakan Bahasa Inggris di Adiksi Coffee Bandar Lampung”. Adapun dalam pelatihan ini, beberapa karyawan khususnya bagian pemasaran dilibatkan dalam kegiatan ini serta terlibat juga dalam penyusunan iklan produk berbahasa Inggris yang kemudian dipasarkan menggunakan *digital marketing* berupa *website*.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian dengan judul “Peningkatkan Kemampuan Promosi Berbasis *Digital Marketing* Menggunakan Bahasa Inggris di Adiksi Coffee Bandar Lampung” dilaksanakan pada pada hari Senin 23 Mei 2022 bertempat di Adiksi

Coffee Bandar Lampung. Kegiatan ini berlangsung selama  $\pm$  4 jam di mulai pukul 11.00 hingga 15.00 yang diikuti sebanyak 11 peserta.

Kegiatan pengabdian ini memiliki relevansi dengan kebutuhan karyawan di Adiksi Coffee. Teknik atau metode promosi berbasis digital marketing dapat meningkatkan penjualan produk pada UMKM ini. Selain itu juga para karyawan memiliki pengetahuan yang baru terkait dengan Teknik pemasaran produk berbasis *digital marketing* sekaligus melakukan pelatihan penyusunan iklan produk berbahasa Inggris yang kemudian dipasarkan melalui *digital marketing*.

### **Persiapan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat**

Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan sebelum melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, yaitu:

1. Melakukan studi pustaka tentang *digital marketing*, *marketing*, dan pemasaran menggunakan Bahasa Inggris.
2. Melakukan persiapan bahan dan alat pendukung pelatihan penggunaan *digital marketing*.
3. Melakukan uji coba desain materi yang akan disampaikan.
4. Menentukan waktu pelaksanaan dan lamanya kegiatan pengabdian bersama sama tim pelaksana.
5. Mengirim surat kepada tim Adiksi Coffee terkait dengan kesediaannya untuk mengikuti pelatihan.
6. Menerima tanggapan dari Bapak Rakha atas kesediaannya dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian pada tanggal 23 Mei 2022.
7. Tanggal 20 Mei 2022 melakukan pengecekan terkait kesiapan tempat dan peralatan yang akan digunakan dalam kegiatan pengabdian agar dapat digunakan dengan baik pada saat pelaksanaan.
8. Menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan.

### **Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat**

Pada tanggal 23 Mei 2022, kegiatan pelatihan dimulai dari pukul 11.00 hingga 15.00 dengan susunan acara:

1. Peserta menempati ruangan
2. Pembukaan pelatihan oleh Pemilik Adiksi Coffee yaitu: Rakha Adinata Utomo dan Ketua Pengabdian Kepada Masyarakat Vetri Yanti Zainal, S.E., M.Pd.
3. Penyampaian materi oleh Vetri Yanti Zainal, S.E., M.Pd., Sari Narulita, S.E., M.Si., dan Hajjah Zulianti, S.Pd., M.A., dibantu dengan 2 mahasiswa yaitu: M Farhan Alfaruqqi dan Chintya Debora S sebagai asisten dalam kegiatan pengabdian ini.
4. Praktik penyusunan iklan pemasaran produk berbahasa Inggris dan penggunaan *digital marketing* untuk promosi produk diikuti oleh 11 tim Adiksi Coffee Bandar Lampung.
5. Akhir kegiatan ditutup oleh ketua ketua pelaksana pengabdian.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Hasil yang Dicapai**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara tatap muka bertempat di ruang *meeting* Adiksi Coffee Bandar Lampung. Sebelum pelaksanaan pengabdian berlangsung, para peserta diminta untuk menyiapkan komputer atau laptop untuk memudahkan pembuatan website. Selain itu juga, para peserta dapat melihat secara langsung fitur-fitur yang ada dalam pembuatan website sehingga dapat mengenali fitur-fitur tersebut dengan lebih baik pada saat materi disampaikan.

Pada sesi pertama, tim pengabdian menyampaikan materi terkait dengan *digital marketing*. Pada sesi ini, pemateri menyampaikan pengertian, jenis, serta kelebihan dan kekurangan dari *digital marketing*.

Pada sesi kedua, pemateri berikutnya melanjutkan penjelasan terkait dengan jenis-jenis *digital marketing*. Dalam hal ini jenis *digital marketing* yang dipaparkan oleh pemateri yaitu *blog* dan *website*. Dalam pembahasan ini, pemateri menjelaskan perbedaan, kelemahan dan kelebihan diantara kedua jenis *digital marketing* tersebut. Penyampaian materi pada sesi kedua disertai dengan penampilan secara umum kedua *digital marketing* tersebut. Kemudian, pemateri berfokus pada materi *digital marketing* jenis *website* yang menjadi kajian inti dari pengabdian masyarakat ini. Dalam sesi ini, pemateri memaparkan secara rinci pembuatan *website* serta memperkenalkan fitur-fitur yang ada di dalamnya. Cara membuat *website* dari awal hingga selesai yaitu:

#### Langkah 1: Tentukan Tujuan Pembuatan Website

Silakan tentukan tujuan *website* anda. Tujuan ini nantinya berpengaruh besar terhadap cara membuat *website* yang sesuai dengan keinginan anda. Biasanya, ada beberapa tujuan yang bisa anda tentukan sesuai dengan ketertarikan atau *niche*-anda. Contohnya, membuat *website* untuk pribadi (*portfolio*), *website* bisnis, *website* toko online, dan lain-lain.

#### Langkah 2: Tentukan Platform Website

*Platform* atau lebih tepatnya disebut CMS (*Content Management System*). Dengan adanya CMS kamu bisa membuat dan merubah konten *website* kamu tanpa harus mengerti bahasa pemrograman.

Berikut ini kelebihan WordPress:

1. Mudah diinstal.
2. Komunitasnya sangat besar dan bersifat *open source*.
3. Ideal untuk individu yang tidak memiliki background IT.

#### Langkah 3: Daftar Hosting dan Nama Domain

Langkah selanjutnya dalam cara membuat *website*, adalah memilih hosting terbaik. Jika kamu masih bingung atau ingin tahu lebih lanjut mengenai

pengertian *hosting*. *Hosting* terbaik harus memiliki 3 poin utama berikut yaitu:

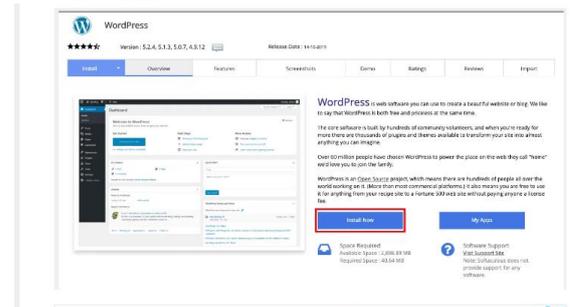
1. Keamanan yang tinggi
2. Kecepatan loading yang baik
3. Dapat diandalkan 24/7

Ada beberapa alamat *website* penyedia *hosting* dan domain. Berikut daftarnya :

1. Dewaweb
2. Niaga Hoster
3. Hostinger
4. Jogja Host
5. Jagoan Hosting

Pada sesi ketiga, pemateri secara langsung mendemonstrasikan pembuatan *website* yang diikuti oleh para peserta yang telah menyiapkan aplikasi tersebut di komputer atau di laptop masing-masing. Pendampingan pembuatan *website* diawali dengan cara yang bisa dilakukan untuk melakukan instalasi WordPress di *website*

Setelah sampai di halaman utama cPanel, scroll ke bawah lalu klik “WordPress” di kolom Softcaulous Apps Installer, atau cari “Softaculous” dan klik “WordPress.” Berikut adalah tampilan setelah mengklik “WordPress,” klik Install Now untuk segera menginstal WordPress.

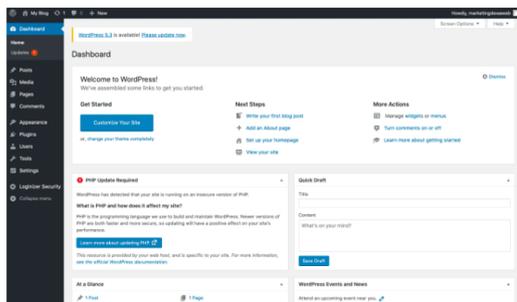


Isi data yang diperlukan, beberapa poin penting yang perlu kamu isi adalah nama dan deskripsi situs, profil admin, plugin, serta tema. Jika belum dapat menentukan, kita bisa mengubah nama dan deskripsi situs, plugin, serta tema setelah selesai menginstal WordPress. Jika sudah, klik tombol “Install.”

Selesai. Dalam beberapa waktu, tampilan cPanel akan terlihat seperti di bawah ini.



Setelah berhasil melakukan instalasi CMS WordPress, selanjutnya ke tahap berikutnya dalam cara membuat website. Login dengan cara membuka url [https://www.\(namadomainkamu\).com/wp-admin/](https://www.(namadomainkamu).com/wp-admin/), kemudian masuk ke halaman beranda admin atau *dashboard* dan mengatur tampilan utama terlebih dulu, yaitu desain untuk tema dan nama situs.



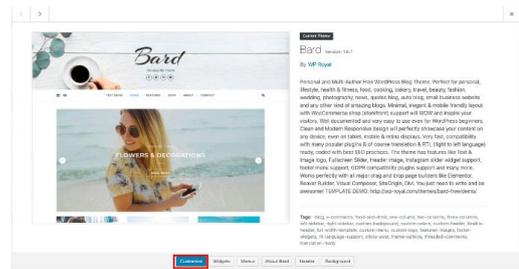
Selanjutnya membuat desain website.

### 1. Langkah Appearance

Ini adalah menu yang paling menyenangkan bagi kamu yang suka bereksperimen dengan desain *website*, tapi agak merepotkan jika kamu tak tertarik melakukan desain terhadap *website*-mu. Pasalnya, menu Appearance berisi tema, *widgets*, pengaturan peletakan menu *website*, editor tema, dan berbagai detail lain terkait desain *website*.

#### a. Appearance > Themes

Pada Menu Bar di sebelah kiri, pilih “Appearance” dengan ikon kuas, lalu pilih “Themes.” Ada ribuan tema yang bisa kamu pilih sesuai keinginanmu. Pada artikel ini, kita akan mencoba tema Bard. Klik Install lalu Active agar dapat digunakan. Setelah itu, klik “Customize” agar kamu bisa menyesuaikan dengan keinginanmu.

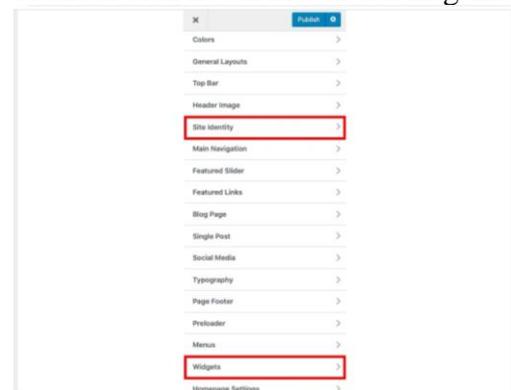


#### b. Appearance > Customize

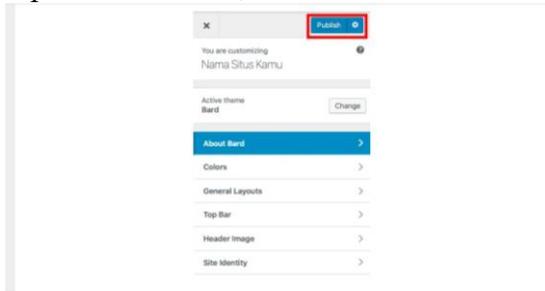
Baik mengklik dari tema seperti pada langkah di atas atau mengklik “Customize” dari menu “Appearance” di Menu Bar, keduanya akan sama-sama mengantarkanmu ke halaman yang sama, yaitu penyesuaian tema. Di sebelah kiri, ada beberapa menu yang bisa digunakan untuk mengatur tampilan tema pada website sesuai keinginanmu. FYI, setiap tema mempunyai menu yang berbeda satu sama lain, jadi kamu perlu memilih tema yang cocok denganmu, baik dari segi tampilan maupun pengaturannya.



Tak hanya mengatur tampilan, kamu juga bisa mengatur nama dan deskripsi *website*-mu pada pilihan “Site Identity.” Selain itu, penambahan dan pengaturan untuk *widget* juga bisa kamu lakukan pada menu “Widgets” yang ditandai oleh kotak merah dalam gambar.

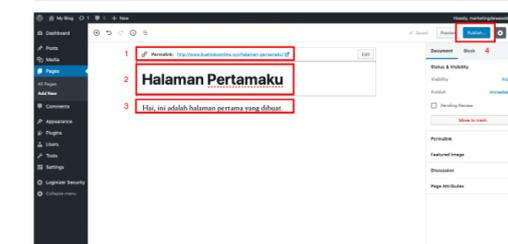
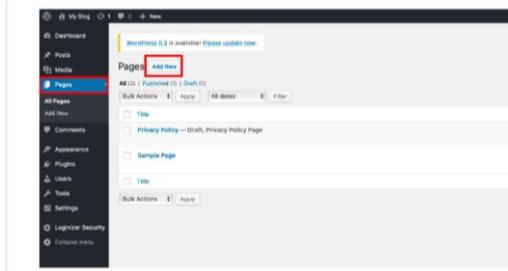


Jika sudah selesai melakukan personalisasi pada tema pilihanmu, jangan lupa klik “Publish,”



2. Page  
Setelah selesai mempercantik *website*, jangan lupa untuk membuat halaman yang dibutuhkan. Page merupakan elemen dasar dalam cara membuat *website*. Di area ini kamu bisa membuat berbagai macam halaman sesuai kebutuhan, seperti *home*, *about*, dan halaman-halaman lainnya.

Klik **Pages** pada Menu Bar di sebelah kiri, lalu **Add New** untuk menambahkan halaman baru.



Keterangan pada angka berikut adalah deskripsi sesuai dengan gambar.

- Permalink: berfungsi untuk membuat URL yang mengarah pada halamanmu.
- Title: Judul dari halamanmu.
- Content: Isi sesuai dengan konten yang kamu inginkan.

d. Publish: Klik *Publish* jika kamu sudah selesai mengedit halaman dan siap untuk di publikasikan. Kamu dapat mengklik *Preview* untuk melihat halamanmu terlebih dulu.

3. Post  
Inilah “jantung” situs yang menggunakan CMS WordPress. Konten yang kamu buat di halaman ini nantinya akan terindeks oleh mesin pencari Google dan diberikan pada calon pengunjung *website*-mu yang mencari informasi di Google. Pilih “**Post**” di Menu Bar, lalu klik “**Add New**“. Isilah judul dan kolom tulisan atau isi yang akan menjadi deskripsi artikel.



Keterangan pada angka berikut adalah deskripsi sesuai dengan gambar.

- Judul, jangan lupa gunakan kata kunci utama.
- Isi artikel, pastikan sesuai dengan ketentuan SEO.
- Heading yang akan dibaca oleh Google.
- Pengaturan untuk melakukan publikasi, seperti tanggal publikasi, status artikel, dan *preview* artikel.
- Kategori, yaitu untuk mengelompokkan artikelmu sesuai kategori di *website*.
- Tag yang bisa digunakan sebagai kata kunci untuk memudahkanmu mencari artikel tertentu di kemudian hari.

Pada sesi terakhir, tim pengabdian memberikan beberapa contoh terkait dengan penyusunan iklan dalam Bahasa Inggris untuk pemasaran produk makanan dan minuman. Berikut beberapa contoh iklan berbahasa Inggris:

1. Nachos



*Feel the sensation of cheese sauce with crispy and savory chips*

2. Lychee Mojito



*The sweet taste of lychee fruit, syrup and soda will shake your tongue*

### Analisa terhadap hasil yang diperoleh

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, tim pengabdian memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Meningkatnya pemahaman para peserta tentang promosi menggunakan *digital marketing*.
2. Meningkatnya pemahaman para peserta membuat website untuk meningkatkan promosi.
3. Meningkatnya kemampuan peserta dalam memahami penggunaan *digital marketing website* dalam proses promosi.
4. Meningkatnya kemampuan peserta dalam promosi produk menggunakan Bahasa Inggris

### SIMPULAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini disambut dengan baik oleh para peserta. Sebagai hasil dari kegiatan ini, para karyawan memperoleh pemahaman *digital marketing* berupa pembuatan dan penggunaannya dalam promosi produk. Kesimpulan yang dapat ditarik dari kegiatan pengabdian ini antara lain:

1. Pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap *digital marketing* meningkat.
2. Pemahaman peserta terhadap fitur-fitur dan penggunaan aplikasi *website* mengalami peningkatan.
3. Peserta mendapatkan pengalaman baru tentang jenis-jenis *digital marketing* khususnya *website*.

4. Peserta mendapatkan pengalaman dalam membuat iklan produk berbahasa Inggris.

Mengingat besarnya manfaat kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka selanjutnya perlu:

3. adanya kegiatan serupa yang menyampaikan materi tentang digital marketing dengan jenis lainnya.
4. mengadakan pelatihan tentang digital marketing lainnya berbasis E-commerce, sehingga dapat melakukan promosi secara variasi.
5. mengadakan pelatihan tentang digital marketing dengan khalayak sasaran yang lebih banyak.

### DAFTAR PUSTAKA

Henry. 2021. 6 Fakta Menarik Bandar Lampung, Gerbang Utama Sumatra dari Pulau Jawa <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4732172/6-fakta-menarik-bandar-lampung-gerbang-utama-sumatra-dari-pulau-jawa>. Diakses pada 7 April 2022 pukul 10.30

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*. 5th Edition. Pearson Education, Inc.

Mekari .2022. Pengertian, Kelebihan, Jenis dan Strategi Digital Marketing [https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/#Pengertian\\_Digital\\_Marketing\\_Menurut\\_Para\\_Ahli](https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/#Pengertian_Digital_Marketing_Menurut_Para_Ahli). Diakses pada 6 April 2022 pukul 13.00

Strategi Promosi Digital <https://blog.mtarget.co/strategi-promosi-digital/>. Diakses pada 7 April 2022 pukul 10.00

Sumarsono dan Partana, P. 2004. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Sabda.

Yuda, Alfi. 2021. Pengertian Digital Marketing, Tujuan, Jenis, Manfaat, Langkah Memulai, dan Strategi yang Perlu dikuasai <https://www.bola.com/ragam/read/4525595/pengertian-digital-marketing-tujuan-jenis-manfaat-langkah-memulai-dan-strategi-yang-perlu-dikuasai>. Diakses pada 6 April 2022 pukul 10.00