

Penerapan Metode Problem Based Learning (PBL) Berbantuan Media Sosial untuk Meningkatkan Kemampuan Branding UMKM pada Mahasiswa Mata Kuliah Teknologi Sosial Media

Winda Widya Dini¹, Rizky Widya Ariksha²
Universitas Mitra Bangsa Jakarta, Indonesia¹
Universitas Gajah Mada, Indonesia²

diniwidyawinda@gmail.com¹, thegreatofrizuky@gmail.com²

Kata Kunci:

Pembelajaran Berbasis Masalah, Media Sosial, Branding UMKM, Pemasaran Digital, Pembelajaran Kontekstual

Abstrak

Pembelajaran dalam mata kuliah Teknologi Media Sosial masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan keterampilan praktis siswa dalam branding UMKM secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan branding UMKM siswa melalui penerapan metode Problem Based Learning (PBL) yang didukung oleh media sosial. Metode yang digunakan adalah penelitian tindakan kelas (CAR) dengan pendekatan Pembelajaran Berbasis Masalah yang terintegrasi dengan pemanfaatan platform media sosial sebagai media pembelajaran. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan kemampuan siswa dalam mengembangkan strategi branding, membuat konten kreatif, dan mengelola media sosial UMKM secara efektif. Selain itu, keterlibatan dan partisipasi mahasiswa dalam pembelajaran juga meningkat secara signifikan. Mahasiswa mampu menerapkan konsep pemasaran digital secara lebih kontekstual dan praktis. Diskusi menunjukkan bahwa penggunaan PBL yang didukung oleh media sosial dapat menciptakan pengalaman belajar yang lebih aktif, kolaboratif, dan relevan dengan kebutuhan dunia usaha. Integrasi teknologi media sosial juga memperkuat keterampilan mahasiswa dalam menghadapi tantangan digital marketing. Kesimpulannya, penerapan metode PBL yang didukung oleh media sosial efektif dalam meningkatkan keterampilan branding UMKM mahasiswa dan berdampak positif pada kesiapan mereka terhadap tenaga kerja digital.

Abstract

Key Word:

Problem-Based Learning, social media, MSME branding, digital marketing, contextual learning

Learning in the Social Media Technology course still faces challenges in improving students' practical skills in optimally branding MSMEs. This study aims to improve students' MSME branding skills through the application of Problem-Based Learning (PBL) methods supported by social media. The method used was classroom action research (CAR) with a Problem-Based Learning approach integrated with the use of social media platforms as learning media. The results showed an increase in students' abilities in developing branding strategies, creating creative content, and effectively managing MSME social media. Furthermore, student engagement and participation in learning also increased significantly. Students were able to apply digital marketing concepts more contextually and practically. The discussion shows that the use of PBL supported by social media can create more active, collaborative, and relevant learning experiences to the needs of the business world. The integration of social media technology also strengthens students' skills in facing digital marketing challenges. In conclusion, the application of PBL methods supported by social media is effective in improving students' MSME branding skills and has a positive impact on their readiness for the digital workforce.

Information Production:

© 2026 by the authors of this article. This work is licensed under an Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA)



PENDAHULUAN

Penerapan metode Problem Based Learning (PBL) berbantuan media sosial untuk meningkatkan kemampuan branding UMKM pada mahasiswa mata kuliah Teknologi Sosial Media merupakan upaya inovatif dalam menjawab tantangan pembelajaran berbasis praktik di era digital. Perkembangan media sosial yang sangat pesat menuntut mahasiswa tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam konteks nyata, khususnya dalam membangun branding UMKM. Namun, dalam praktiknya, pembelajaran masih cenderung bersifat teoritis sehingga kemampuan mahasiswa dalam mengelola branding digital belum optimal.

Problem Based Learning (PBL) merupakan metode pembelajaran yang menekankan pada pemecahan masalah nyata sebagai sarana untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan keterampilan praktis

mahasiswa. Menurut Savery (2006), PBL mampu meningkatkan kemampuan analisis dan kemandirian belajar melalui pendekatan berbasis masalah kontekstual. Penelitian lain oleh Hmelo-Silver (2004) menunjukkan bahwa PBL efektif dalam meningkatkan kemampuan kolaboratif dan pemecahan masalah mahasiswa. Selain itu, pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran digital marketing juga terbukti mampu meningkatkan keterampilan praktis mahasiswa dalam membangun brand awareness dan interaksi dengan audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan branding UMKM mahasiswa melalui penerapan metode Problem Based Learning (PBL) berbantuan media sosial. Metode yang digunakan adalah penelitian tindakan kelas (PTK) dengan tahapan perencanaan, pelaksanaan, observasi, dan refleksi. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mahasiswa dalam menyusun strategi branding dan mengelola konten media sosial secara efektif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan PBL berbantuan media sosial mampu meningkatkan kualitas pembelajaran dan keterampilan praktis mahasiswa.

Konten materi dalam penelitian ini difokuskan pada strategi branding UMKM melalui media sosial yang meliputi analisis audiens, pembuatan konten kreatif, pemilihan platform digital, serta evaluasi performa media sosial. Materi ini relevan dengan kebutuhan dunia usaha yang semakin bergantung pada digital marketing dalam meningkatkan daya saing. Dampak dari penerapan metode ini tidak hanya meningkatkan kompetensi mahasiswa, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap Pengembangan UMKM melalui strategi branding yang lebih efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Penelitian Tindakan Kelas (PTK) yang dilaksanakan secara bertahap dalam dua siklus, dengan mengacu pada tahapan perencanaan, pelaksanaan tindakan, observasi, dan refleksi. Pada tahap perencanaan, peneliti menyusun Rencana Pembelajaran Semester (RPS), skenario pembelajaran berbasis Problem-Based Learning (PBL), serta instrumen penelitian berupa lembar observasi, rubrik penilaian, dan angket. Pada tahap pelaksanaan, mahasiswa diberikan studi kasus nyata terkait branding UMKM, kemudian diminta untuk menganalisis permasalahan, merancang strategi branding, serta mengimplementasikannya melalui media sosial. Tahap observasi dilakukan untuk memantau aktivitas, partisipasi, dan perkembangan kemampuan mahasiswa selama proses pembelajaran. Selanjutnya, tahap refleksi digunakan untuk mengevaluasi hasil tindakan pada setiap siklus dan menentukan perbaikan pada siklus berikutnya.

Subjek penelitian adalah mahasiswa semester II Program Studi Manajemen Universitas Mitra Bangsa yang mengikuti mata kuliah Teknologi Sosial Media. Karakteristik responden meliputi mahasiswa yang telah memiliki pemahaman dasar tentang media sosial namun masih memiliki keterbatasan dalam mengaplikasikan strategi branding secara praktis, khususnya dalam konteks UMKM. Objek penelitian ini adalah kemampuan mahasiswa dalam melakukan branding UMKM melalui media sosial, yang mencakup aspek perencanaan strategi, pembuatan konten, serta pengelolaan media sosial.

Teknik pengambilan data dilakukan melalui beberapa cara, yaitu observasi, penilaian kinerja (performance assessment), dokumentasi, dan angket. Observasi digunakan untuk mengamati aktivitas dan keterlibatan mahasiswa selama pembelajaran berlangsung. Penilaian kinerja dilakukan dengan menggunakan rubrik untuk menilai hasil proyek mahasiswa dalam membuat strategi dan konten branding UMKM. Dokumentasi berupa hasil pekerjaan mahasiswa, tangkapan layar media sosial, serta laporan proyek. Sementara itu, angket digunakan untuk mengetahui respon mahasiswa terhadap penerapan metode PBL berbantuan media sosial.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dianalisis melalui teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk menggambarkan proses dan perubahan perilaku belajar mahasiswa. Data kuantitatif dianalisis dengan menghitung persentase peningkatan hasil belajar mahasiswa pada setiap siklus, kemudian dibandingkan untuk melihat efektivitas tindakan yang diberikan. Indikator keberhasilan ditentukan berdasarkan peningkatan nilai rata-rata dan ketercapaian kriteria ketuntasan minimal (KKM).

Pengolahan data kuantitatif dilakukan dengan bantuan program Microsoft Excel untuk mempermudah perhitungan nilai rata-rata dan persentase peningkatan. Hasil pengolahan data kemudian diinterpretasikan secara deskriptif agar mudah dipahami, misalnya dengan menjelaskan bahwa peningkatan nilai menunjukkan adanya perbaikan kemampuan mahasiswa dalam menyusun strategi branding dan mengelola media sosial secara lebih efektif setelah penerapan metode PBL berbantuan media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam melakukan branding UMKM melalui penerapan metode Problem-Based Learning (PBL) berbantuan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada kemampuan mahasiswa, baik dari aspek kognitif, keterampilan praktik, maupun partisipasi aktif dalam pembelajaran.

Pada siklus I, mahasiswa mulai dikenalkan dengan permasalahan nyata terkait branding UMKM, seperti rendahnya engagement media sosial dan kurangnya konsistensi konten. Mahasiswa mampu mengidentifikasi masalah dan mulai merancang strategi sederhana, namun hasil yang dicapai masih belum optimal. Hal ini terlihat dari masih rendahnya kreativitas konten serta kurang tepatnya pemilihan platform media sosial yang digunakan.

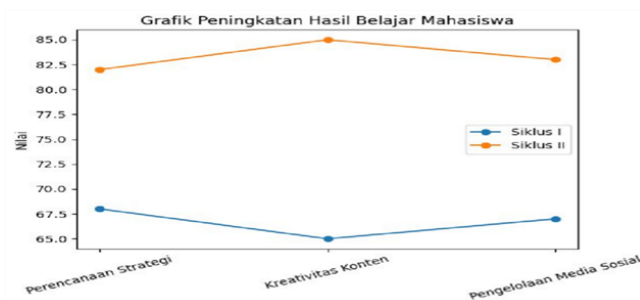
Pada siklus II, setelah dilakukan perbaikan pembelajaran dengan penekanan pada kolaborasi, analisis audiens, dan praktik langsung menggunakan media sosial, terjadi peningkatan yang cukup signifikan. Mahasiswa mampu menyusun strategi branding yang lebih terarah, menghasilkan konten yang lebih kreatif dan relevan, serta menunjukkan peningkatan dalam mengelola akun media sosial UMKM. Adapun peningkatan hasil belajar mahasiswa dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Peningkatan Kemampuan Branding UMKM Mahasiswa

Aspek Penilaian	Siklus I	Siklus II
Perencanaan Strategi	68	82
Kreativitas Konten	65	85
Aspek Penilaian	Siklus I	Siklus II
Pengelolaan Media Sosial	67	83
Rata-rata	66,7	83,3

Keterangan: Terjadi peningkatan rata-rata sebesar 16,6 poin dari siklus I ke siklus II.

Selain itu, peningkatan aktivitas mahasiswa juga ditunjukkan melalui hasil observasi yang memperlihatkan bahwa mahasiswa lebih aktif dalam diskusi, kolaboratif dalam kerja kelompok, serta lebih percaya diri dalam mempresentasikan hasil proyek branding yang dibuat. Untuk memperkuat hasil penelitian, berikut gambaran peningkatan capaian mahasiswa:



Gambar 1. Grafik Peningkatan Hasil Belajar Mahasiswa

(Grafik menunjukkan peningkatan nilai pada seluruh aspek penilaian dari siklus I ke siklus II, dengan kenaikan paling tinggi pada aspek kreativitas konten).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan metode Problem Based Learning (PBL) berbantuan media sosial efektif dalam meningkatkan kemampuan branding UMKM mahasiswa. Peningkatan ini terjadi karena PBL memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar melalui pengalaman langsung dalam menyelesaikan masalah nyata, sehingga pembelajaran menjadi lebih bermakna.

Pada siklus I, mahasiswa masih berada pada tahap adaptasi terhadap metode pembelajaran berbasis masalah, sehingga hasil yang diperoleh belum optimal. Namun, pada siklus II, setelah mahasiswa terbiasa dengan pola pembelajaran PBL dan mendapatkan bimbingan yang lebih terarah, kemampuan mereka meningkat secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa proses pembelajaran yang berulang dan reflektif dalam PTK mampu memperbaiki kualitas pembelajaran secara bertahap.

Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Savery (2006) yang menyatakan bahwa PBL dapat meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan pemecahan masalah mahasiswa. Selain itu, Hmelo-Silver (2004) juga menegaskan bahwa PBL mendorong pembelajaran kolaboratif yang efektif dalam meningkatkan pemahaman konsep dan keterampilan praktis. Dalam konteks penelitian ini, integrasi media sosial sebagai alat pembelajaran semakin memperkuat hasil tersebut, karena mahasiswa dapat langsung mengaplikasikan strategi branding dalam platform yang nyata.

Lebih lanjut, peningkatan kreativitas konten mahasiswa menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media pembelajaran yang interaktif dan inovatif.

Hal ini relevan dengan perkembangan digital marketing yang menuntut kemampuan adaptif dan kreatif dalam membangun brand awareness UMKM. bahwa kombinasi metode PBL dan pemanfaatan media sosial mampu menciptakan pembelajaran yang aktif, kontekstual, dan berorientasi pada keterampilan praktis yang dibutuhkan di dunia kerja.

KESIMPULAN

Penerapan metode *Problem Based Learning* (PBL) berbantuan media sosial dalam pembelajaran pada mata kuliah Teknologi Sosial Media tidak sekadar menghasilkan peningkatan nilai akademik, tetapi lebih jauh membentuk perubahan mendasar dalam cara mahasiswa belajar, berpikir, dan berkarya. Proses pembelajaran yang berangkat dari permasalahan nyata UMKM mendorong mahasiswa untuk terlibat secara aktif, tidak lagi sebagai penerima materi, melainkan sebagai pemecah masalah yang menghadapi konteks riil dunia usaha. Melalui tahapan PBL yang sistematis—mulai dari identifikasi masalah, analisis, perancangan strategi, hingga implementasi dan evaluasi—mahasiswa mengalami proses belajar yang utuh. Mereka tidak hanya memahami konsep branding secara teoritis, tetapi mampu menerjemahkannya ke dalam praktik nyata melalui pengelolaan media sosial. Aktivitas ini memperlihatkan kontribusi utama penelitian, yaitu pergeseran pembelajaran dari *teacher-centered* menjadi *student-centered* yang berbasis pengalaman langsung (*experiential learning*). Penggunaan media sosial sebagai alat bantu pembelajaran juga memberikan dimensi kontekstual yang kuat. Mahasiswa belajar dalam lingkungan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari dan kebutuhan industri, sehingga keterampilan yang diperoleh bersifat aplikatif dan adaptif. Dampaknya, mahasiswa tidak hanya meningkat dalam kemampuan teknis seperti pembuatan konten dan strategi digital marketing, tetapi juga berkembang dalam aspek kolaborasi, kreativitas, kepercayaan diri, dan kemampuan berpikir kritis. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa proses refleksi dalam setiap siklus PTK berperan penting dalam memperbaiki kualitas pembelajaran. Perbaikan berkelanjutan yang dilakukan dosen dan mahasiswa menciptakan suasana belajar yang dinamis dan responsif terhadap kebutuhan pembelajaran. Hal ini menjadi bukti bahwa keberhasilan pembelajaran tidak semata ditentukan oleh hasil akhir, tetapi oleh kualitas proses yang dijalankan secara konsisten. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan PBL berbantuan media sosial memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan kesiapan mahasiswa menghadapi dunia kerja, khususnya dalam bidang digital marketing dan branding UMKM. Model pembelajaran ini tidak hanya relevan untuk meningkatkan hasil belajar, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk kompetensi profesional yang dibutuhkan di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Alyusi, S. D. (2016). *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Jakarta: Kencana.
- Briggs, A., & Burke, P. (2000). *Sejarah sosial media: Dari Gutenberg sampai internet*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Chrismardani, Y., & Setiyarini, T. (Tahun tidak diketahui). Dampak dan tantangan dalam implementasi *social media marketing* untuk UMKM.
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). *Memaksimalkan penggunaan media sosial dalam lembaga pemerintah*. Jakarta: Kominfo.
- Hmelo-Silver, C. E. (2004). Problem-based learning: What and how do students learn? *Educational Psychology Review*, 16(3), 235–266. <https://doi.org/10.1023/B:EDPR.0000034022.16470.f3>
- Rohmadi, A. (2016). *Tips produktif ber-social media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Savery, J. R. (2006). Overview of problem-based learning: Definitions and distinctions. *Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*, 1(1), 9–20. <https://doi.org/10.7771/1541-5015.1002>
- Pakarkomunikasi.com. (n.d.). Perkembangan media sosial di Indonesia. Diakses dari <https://pakarkomunikasi.com/perkembangan-media-sosial-di-indonesia>
- Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. (n.d.). Penggunaan media sosial untuk personal branding. Diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id>