

IMPLEMENTASI EDUKASI DAN PROMOSI DIGITAL MELALUI KEGIATAN *MORNING BRIEFING* DI PT AGRODANA FUTURES CABANG SURABAYA

Nugroho Hariadi¹, Hery Pudjoprastyono^{2*}

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kec. Gn Anyar, Surabaya, Jawa Timur

*Corresponding Author. E-mail: herypmnj.upnjatim@gmail.com

Received: 17 Desember 2025 Accepted: 24 Agustus 2026 Published: 25 Agustus 2026

Abstrak

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa implementasi edukasi dan promosi digital melalui kegiatan *morning briefing* di PT Agrodana Futures Cabang Surabaya dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya pemahaman karyawan dalam memanfaatkan media digital secara optimal untuk mendukung promosi dan penyampaian informasi perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukatif yang rutin, aplikatif, dan mudah diterapkan dalam aktivitas kerja sehari-hari. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan karyawan di bidang edukasi dan promosi digital. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pemanfaatan *morning briefing* sebagai media edukasi, diskusi singkat, dan penyampaian materi digital secara terstruktur. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman karyawan terhadap konsep promosi digital serta kesadaran akan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung kinerja dan citra perusahaan. Kegiatan ini juga berdampak positif terhadap peningkatan efektivitas komunikasi internal serta kesiapan karyawan dalam menghadapi perkembangan digital.

Kata Kunci: Edukasi Digital, Promosi Digital, *Morning Briefing*.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, khususnya dalam cara perusahaan melakukan edukasi dan promosi. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan perusahaan menyampaikan informasi dan nilai jasa secara lebih cepat, luas, interaktif, dan terukur kepada target pasar. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menjelaskan bahwa digital marketing memanfaatkan teknologi dan media digital untuk membangun komunikasi yang efektif dengan konsumen, sedangkan Tiago dan Veríssimo (2014) menunjukkan bahwa penggunaan media digital memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan dengan audiens. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital tidak hanya berkaitan dengan strategi pemasaran, tetapi juga membutuhkan kesiapan SDM dalam memahami dan menggunakan teknologi secara tepat (Vial, 2019).

PT Agrodana Futures Cabang Surabaya sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan dan perdagangan berjangka dituntut

untuk memiliki sumber daya manusia yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Namun, berdasarkan observasi awal, literasi digital karyawan masih belum optimal, terutama dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana edukasi dan promosi. Literasi digital mencakup kemampuan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi melalui teknologi digital secara efektif (Hargittai, 2005). Bawden dan Robinson (2022) juga menjelaskan bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis dalam menggunakan perangkat, tetapi mencakup kemampuan memahami dan memanfaatkan informasi secara tepat. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital karyawan menjadi penting untuk mendukung komunikasi, produktivitas, dan adaptasi perusahaan terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Permasalahan yang dihadapi mitra meliputi rendahnya pemahaman mengenai konsep edukasi digital, kurangnya keterampilan dalam memanfaatkan media digital, serta belum adanya media pembelajaran yang terintegrasi dalam aktivitas kerja rutin. Kemampuan digital merupakan bagian penting dari kompetensi yang



dibutuhkan dalam lingkungan kerja modern. Van Laar et al. (2017) menjelaskan bahwa keterampilan digital berkaitan dengan berbagai kompetensi yang diperlukan individu untuk menjalankan aktivitas secara efektif pada lingkungan kerja yang semakin terdigitalisasi. Sejalan dengan hal tersebut, edukasi digital dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan individu dalam menggunakan teknologi secara produktif. Pemanfaatan teknologi dalam proses pembelajaran juga dapat mendukung terbentuknya sumber daya manusia yang lebih adaptif terhadap perubahan.

Selain edukasi digital, kemampuan dalam melakukan promosi melalui media digital juga menjadi kebutuhan penting bagi perusahaan. Promosi digital memungkinkan perusahaan menyampaikan informasi kepada konsumen melalui berbagai platform digital dengan jangkauan yang lebih luas dan interaksi yang lebih cepat (Kotler & Keller, 2016). Chaffey dan Smith (2017) menjelaskan bahwa strategi digital marketing perlu dilakukan secara terencana dan terintegrasi agar mampu memberikan manfaat bagi perusahaan. Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021) juga menekankan bahwa perkembangan teknologi menuntut perusahaan untuk mengintegrasikan teknologi dengan kemampuan sumber daya manusia agar dapat menciptakan nilai bagi konsumen. Dengan demikian, peningkatan kemampuan karyawan dalam edukasi dan promosi digital menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mendukung efektivitas komunikasi perusahaan.

Perubahan teknologi juga mendorong perusahaan untuk melakukan transformasi digital pada berbagai aspek kegiatan organisasi. Transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penerapan teknologi baru, tetapi juga mencakup perubahan proses, strategi, dan kemampuan sumber daya manusia (Verhoef et al., 2021). Hanelt et al. (2021) menjelaskan bahwa transformasi digital dapat memengaruhi strategi dan perubahan organisasi sehingga perusahaan perlu mempersiapkan sumber daya manusia yang mampu beradaptasi. Vial (2019) juga menjelaskan bahwa transformasi digital melibatkan perubahan organisasi yang dipengaruhi oleh penggunaan teknologi digital. Oleh sebab itu, peningkatan kompetensi digital karyawan menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung proses adaptasi perusahaan terhadap perkembangan teknologi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu kegiatan pengabdian masyarakat yang mampu memberikan solusi praktis dan dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam aktivitas kerja. Pemanfaatan morning briefing sebagai media edukasi digital dipilih karena merupakan aktivitas komunikasi rutin yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, pengetahuan, dan arahan secara terstruktur. Komunikasi internal yang efektif dapat mendukung pemahaman dan keterlibatan anggota organisasi dalam mencapai tujuan bersama (Men & Bowen, 2017). Robbins dan Judge (2018) juga menjelaskan bahwa komunikasi merupakan bagian penting dalam perilaku organisasi karena berperan dalam penyampaian informasi, koordinasi, dan pembentukan pemahaman di dalam organisasi. Dengan memanfaatkan morning briefing, proses edukasi dapat diintegrasikan ke dalam rutinitas kerja tanpa memerlukan waktu khusus yang berpotensi mengganggu kegiatan operasional.

Pemanfaatan teknologi sebagai bagian dari strategi perusahaan juga perlu didukung oleh kesiapan organisasi dan sumber daya manusia. Kane et al. (2015) menjelaskan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh teknologi, tetapi juga oleh strategi dan kesiapan organisasi dalam mengelola perubahan. Westerman et al. (2014) menekankan bahwa transformasi digital membutuhkan perubahan pada proses bisnis dan kemampuan organisasi dalam memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan nilai. Oleh karena itu, kegiatan edukasi digital melalui morning briefing dapat menjadi salah satu langkah sederhana untuk meningkatkan kesiapan karyawan dalam menghadapi perkembangan teknologi.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan memanfaatkan morning briefing sebagai media edukasi dan promosi digital bagi karyawan PT Agrodana Futures Cabang Surabaya. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital karyawan, khususnya dalam memahami dan memanfaatkan media digital untuk kegiatan edukasi dan promosi. Peningkatan literasi digital diharapkan dapat mendorong perubahan perilaku kerja, meningkatkan kemampuan karyawan dalam memanfaatkan teknologi, serta mengoptimalkan komunikasi dan penyampaian informasi perusahaan. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesiapan sumber



daya manusia dalam menghadapi perkembangan lingkungan bisnis digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif yang melibatkan karyawan PT Agrodana Futures Cabang Surabaya secara aktif dalam proses pelaksanaan kegiatan. Pendekatan tersebut digunakan untuk menciptakan proses pembelajaran yang interaktif dan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk memahami, mendiskusikan, serta menerapkan materi edukasi dan promosi digital dalam konteks pekerjaan. Pendekatan pembelajaran yang melibatkan peserta secara aktif dapat membantu proses transfer pengetahuan karena peserta tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berpartisipasi dalam proses pembelajaran.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan, penyusunan materi, pelaksanaan edukasi, dan evaluasi. Tahap identifikasi kebutuhan dilakukan melalui observasi dan diskusi dengan pihak manajemen serta karyawan untuk mengetahui kondisi awal pemahaman dan kemampuan karyawan dalam memanfaatkan media digital. Data yang dikumpulkan pada tahap ini meliputi pemahaman karyawan mengenai konsep edukasi dan promosi digital, pemanfaatan media digital dalam penyampaian informasi, serta kendala yang dihadapi dalam penerapannya pada aktivitas kerja. Identifikasi kebutuhan dilakukan agar materi yang diberikan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan mitra.

Tahap penyusunan materi dilakukan dengan menyesuaikan materi edukasi dan promosi digital dengan kondisi serta kebutuhan karyawan. Materi disusun secara sederhana, aplikatif, dan relevan dengan aktivitas kerja sehari-hari. Materi yang diberikan meliputi pemahaman mengenai literasi digital, edukasi digital, konsep promosi digital, pemanfaatan media digital sebagai sarana penyampaian informasi, serta penerapan media digital dalam mendukung kegiatan promosi dan komunikasi perusahaan. Penyusunan materi yang sesuai dengan kebutuhan peserta diharapkan dapat mempermudah proses pemahaman dan penerapan materi dalam lingkungan kerja.

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan morning briefing sebagai media penyampaian edukasi digital. Kegiatan dilaksanakan sebelum aktivitas kerja dimulai

dengan penyampaian materi secara singkat dan terstruktur. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi, diskusi, tanya jawab, serta pemberian contoh penerapan media digital yang dapat digunakan dalam aktivitas kerja. Metode tersebut memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pelaksana dan karyawan sehingga peserta dapat menyampaikan pengalaman, kendala, dan pemahaman terkait penggunaan media digital.

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui ketercapaian tujuan kegiatan dan perubahan pemahaman karyawan setelah mengikuti edukasi. Data evaluasi dikumpulkan melalui observasi, diskusi, dan dokumentasi kegiatan. Data yang dikumpulkan meliputi tingkat pemahaman karyawan terhadap konsep edukasi dan promosi digital, kemampuan dalam memanfaatkan media digital untuk penyampaian informasi, tingkat keterlibatan selama kegiatan, serta kesiapan karyawan dalam menerapkan materi pada aktivitas kerja. Observasi digunakan untuk melihat keterlibatan dan respons karyawan selama kegiatan, sedangkan diskusi digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pemahaman, kendala, dan manfaat kegiatan menurut peserta. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk menunjukkan proses pelaksanaan kegiatan.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan data berdasarkan indikator pemahaman, keterampilan, keterlibatan, dan penerapan materi dalam aktivitas kerja. Data hasil observasi dan diskusi dibandingkan antara kondisi awal dan kondisi setelah pelaksanaan kegiatan untuk melihat perubahan yang terjadi pada pemahaman dan kesiapan karyawan dalam memanfaatkan media digital. Apabila terdapat data berupa skor atau persentase hasil evaluasi, perubahan tersebut dihitung berdasarkan selisih hasil sebelum dan sesudah kegiatan. Sementara itu, data hasil diskusi dan observasi digunakan untuk memperkuat interpretasi mengenai manfaat, kendala, dan efektivitas kegiatan. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi dan perubahan yang terjadi berdasarkan data yang diperoleh selama pelaksanaan kegiatan.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan melalui pemanfaatan morning briefing sebagai media edukasi dan



promosi digital. Kegiatan dilaksanakan sebelum aktivitas kerja dimulai dengan durasi singkat dan penyampaian materi yang terstruktur sehingga tidak mengganggu kegiatan operasional perusahaan. Pengintegrasian edukasi ke dalam aktivitas kerja memungkinkan proses pembelajaran dilakukan secara rutin dan kontekstual. Penggunaan media komunikasi internal yang dilakukan secara konsisten dapat membantu meningkatkan pemahaman dan keterlibatan karyawan dalam kegiatan organisasi (Men & Bowen, 2017).

Respons karyawan terhadap kegiatan morning briefing menunjukkan antusiasme dan partisipasi dalam proses edukasi. Karyawan mengikuti penyampaian materi, mengajukan pertanyaan, serta menyampaikan pengalaman terkait penggunaan media digital dalam aktivitas kerja. Keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa metode penyampaian materi melalui komunikasi langsung dapat menciptakan proses pembelajaran yang lebih interaktif. Robbins dan Judge (2018) menjelaskan bahwa komunikasi dalam organisasi berperan dalam penyampaian informasi dan koordinasi sehingga dapat mendukung terciptanya pemahaman bersama.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya perubahan pada pemahaman karyawan mengenai konsep edukasi dan promosi digital. Karyawan mulai memahami bahwa pemanfaatan media digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan memilih, mengelola, dan menyampaikan informasi secara tepat. Hal tersebut sejalan dengan Bawden dan Robinson (2022) yang memandang literasi digital sebagai kemampuan yang lebih luas daripada sekadar keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat digital. Van Laar et al. (2017) juga menjelaskan bahwa keterampilan digital merupakan bagian dari kompetensi yang dibutuhkan untuk menjalankan aktivitas secara efektif dalam lingkungan kerja modern.

Kegiatan juga memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Karyawan memperoleh pemahaman mengenai pentingnya penyampaian informasi yang jelas, menarik, dan sesuai dengan karakteristik audiens. Pemanfaatan media digital dapat memberikan peluang bagi perusahaan untuk menjangkau audiens secara lebih luas dan membangun interaksi secara lebih efektif (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Tiago dan Verissimo (2014) juga menunjukkan bahwa

media digital dapat digunakan untuk meningkatkan interaksi perusahaan dengan konsumen. Dengan demikian, peningkatan pemahaman karyawan mengenai promosi digital dapat mendukung upaya perusahaan dalam mengoptimalkan pemanfaatan media digital.

Selain peningkatan pemahaman, kegiatan mendorong kesadaran karyawan terhadap pentingnya adaptasi teknologi dalam aktivitas kerja. Perubahan lingkungan bisnis akibat perkembangan teknologi menuntut organisasi untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia agar mampu beradaptasi terhadap perubahan tersebut (Vial, 2019). Verhoef et al. (2021) menjelaskan bahwa transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penerapan teknologi, tetapi juga melibatkan perubahan organisasi dan kemampuan sumber daya manusia. Oleh karena itu, edukasi digital yang dilakukan secara rutin dapat menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan kesiapan karyawan dalam menghadapi perubahan teknologi.

Pemanfaatan morning briefing sebagai media edukasi juga memiliki keunggulan karena dapat diintegrasikan ke dalam rutinitas kerja. Kegiatan tidak memerlukan waktu khusus yang panjang sehingga lebih mudah diterapkan dalam lingkungan perusahaan. Penyampaian materi secara singkat dan berulang dapat membantu memperkuat pemahaman karyawan terhadap materi yang diberikan. Pendekatan tersebut sejalan dengan konsep komunikasi internal yang menekankan pentingnya komunikasi yang konsisten dalam membangun pemahaman dan keterlibatan karyawan (Men & Bowen, 2017).

Dari sisi organisasi, peningkatan kemampuan digital karyawan dapat mendukung proses transformasi digital perusahaan. Transformasi digital membutuhkan perubahan tidak hanya pada penggunaan teknologi, tetapi juga pada strategi, proses kerja, dan kemampuan organisasi dalam mengelola perubahan (Hanelt et al., 2021). Kane et al. (2015) menjelaskan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh strategi dan kesiapan organisasi, sedangkan Westerman et al. (2014) menekankan pentingnya kemampuan organisasi dalam memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan nilai. Dengan demikian, kegiatan edukasi melalui morning briefing dapat dipandang sebagai langkah sederhana yang mendukung kesiapan sumber daya manusia terhadap transformasi digital.



Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi edukasi dan promosi digital melalui morning briefing dapat menjadi media yang relevan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran karyawan terhadap pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan tidak hanya memberikan pengetahuan mengenai edukasi dan promosi digital, tetapi juga mendorong karyawan untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dalam aktivitas kerja. Namun, keberlanjutan program tetap diperlukan agar peningkatan pemahaman dapat diikuti dengan peningkatan keterampilan dan penerapan yang lebih konsisten dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui implementasi edukasi dan promosi digital dengan memanfaatkan morning briefing di PT Agrodana Futures Cabang Surabaya telah terlaksana dengan baik. Kegiatan memberikan dampak positif terhadap pemahaman karyawan mengenai literasi digital, edukasi digital, dan pemanfaatan media digital untuk mendukung kegiatan promosi serta komunikasi perusahaan. Pendekatan partisipatif melalui penyampaian materi, diskusi, dan tanya jawab memungkinkan karyawan terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa morning briefing dapat dimanfaatkan sebagai media edukasi yang praktis karena dapat diintegrasikan dengan rutinitas kerja tanpa mengganggu kegiatan operasional perusahaan. Kegiatan juga meningkatkan kesadaran karyawan mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dan kesiapan dalam menghadapi perkembangan lingkungan bisnis. Untuk menjaga keberlanjutan manfaat kegiatan, edukasi digital perlu dilakukan secara rutin dengan materi yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan perusahaan. Dukungan manajemen juga diperlukan agar pemanfaatan media digital dapat diterapkan secara konsisten dalam aktivitas kerja dan strategi komunikasi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Bawden, D., & Robinson, L. (2022). *Introduction to information science*. Facet Publishing.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.

Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: Planning,*

optimizing and integrating online marketing (5th ed.). Routledge.

- Hanelt, A., Bohnsack, R., Marz, D., & Antunes Marante, C. (2021). A systematic review of the literature on digital transformation: Insights and implications for strategy and organizational change. *Journal of Management Studies*, 58(5), 1159–1197. <https://doi.org/10.1111/joms.12639>
- Hargittai, E. (2005). Survey measures of web-oriented digital literacy. *Social Science Computer Review*, 23(3), 371–380. <https://doi.org/10.1177/0894439305275911>
- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). *Strategy, not technology, drives digital transformation*. MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Men, L. R., & Bowen, S. A. (2017). *Excellence in internal communication management*. Business Expert Press.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Organizational behavior* (17th ed.). Pearson.
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703–708. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>
- Van Laar, E., van Deursen, A. J. A. M., van Dijk, J. A. G. M., & de Haan, J. (2017). The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 72, 577–588. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.010>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>



Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. The Journal of Strategic Information Systems, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading digital: Turning technology into business transformation. Harvard Business Review Press.

