

Sosialisasi Analisis dan Tantangan Pemanfaatan *Metaverse* sebagai Pemasaran Digital di SMAS Darussyahid Sampang

Wahyu Liana¹, Ahmad Wahyudin², Faisol³, Zulviar Anas⁴

^{1, 2, 3, 4} Universitas Nazhatut Thullab Al Muafa Sampang, Indonesia
Email Corespondensi: wahyulianaunt@gmail.com

ABSTRACT

The metaverse is the future evolution of the internet, creating new opportunities for generating income and transforming the way people conduct business. The SMAs Darussyahid Sampang profile is an internet platform that can help schools introduce their identity and strengths to the wider community through the metaverse. By leveraging the advancements and developments of the metaverse, the SMAs Darussyahid Sampang profile will be attractive and trend-oriented. Therefore, the SMAs Darussyahid Sampang profile must represent and present the identity of the school, as we are now in the metaverse era. The researcher intends to promote the SMAs Darussyahid Sampang profile on a metaverse-based application. Besides attracting attention, the profile of SMAs Darussyahid Sampang in media form is more practical. As teaching and learning activities at SMAs Darussyahid Sampang develop, the school will utilize metaverse technology to provide faster and easier access to learning skills for students. Metaverse is a place for information sources on the internet. In order for information to be formed in a database, dynamic Augmented Reality, Virtual Reality, and Video are needed. Metaverse has begun to be developed throughout the world. Indonesia is certain to face this digital transformation. The most important thing for Indonesia in facing the progress and development of metaverse technology. The purpose of this writing is to promote the socialization of online literacy about the metaverse at SMAs Darussyahid Sampang.

ABSTRAK

Metaverse merupakan evolusi dari internet yang akan datang, metaverse dapat membuat peluang baru untuk dapat menghasilkan uang, dan dapat mengubah cara manusia dalam menjalankan usaha bisnisnya. Profile SMAs Darussyahid Sampang adalah media internet yang dapat membantu suatu sekolah untuk memperkenalkan identitas serta kelebihan yang dimiliki pada sekolah yang bersangkutan kepada masyarakat luas melalui dunia metaverse. Dengan memanfaatkan kemajuan dan perkembangan metaverse pada profile SMAs Darussyahid Sampang dengan penampilan menarik dan sesuai dengan trend yang ada. Maka dari itu profile SMAs Darussyahid Sampang harus dapat mewakili serta mempresentasikan identitas tentang sekolah SMAs Darussyahid Sampang, sebab era sekarang ini adalah era metaverse. Peneliti bermaksud mempromosikan profile SMAs Darussyahid Sampang pada aplikasi berbasis metaverse. Selain menarik perhatian, profile SMAs Darussyahid Sampang dalam bentuk media lebih praktis. Seiring berkembangnya aktivitas belajar mengajar pada Sekolah Menengah Atas (SMAs) Darussyahid Sampang, maka sekolah akan memanfaatkan teknologi metaverse agar lebih cepat lebih mudah dalam mengakses kemampuan belajar bagi para siswa/i. Metaverse adalah sebagai tempat sumber informasi dalam internet, supaya sebuah informasi dapat

KEYWORDS:

Metaverse, Technology, digital transformation, Globalization, National, SMAs Darussyahid Sampang, Augmented Reality, Virtual Reality & Video.

KATA KUNCI:

Metaverse, Teknologi, transformasi digital, Globalisasi, Nasional, SMAs Darussyahid Sampang, Augmented Reality, Virtual Reality & Video.

How to Cite:

“Liana, W., Wahyudin, A., Faisol, F., & Anas, Z. (2026). Sosialisasi Analisis dan Tantangan Pemanfaatan Metaverse sebagai Pemasaran Digital di SMAS Darussyahid Sampang. *Archimedes: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 41–48”

terbentuk dalam suatu database, maka diperlukan sebuah Augmented Reality, Virtual Reality& Video yang dinamis. Metaverse sudah mulai dikembangkan diseluruh dunia. Indonesia dipastikan akan menghadapi transformasi digital ini. Hal yang terpenting bagi Indonesia dalam menghadapi kemajuan dan perkembangan teknologi metaverse. Tujuan dari penulisan ini untuk mempromosikan tentang sosialisasi literasi online tentang metaverse di SMAs Darussyahid Sampang.

PENDAHULUAN

Era transformasi digital telah membawa pergeseran fundamental dalam pola interaksi manusia dan lanskap ekonomi global. Salah satu manifestasi paling mutakhir dari perkembangan ini adalah kemunculan Metaverse, sebuah ruang virtual kolektif yang mengintegrasikan realitas fisik dengan digital secara sinkron dan persisten (Mystakidis, 2022). Dalam dunia industri, Metaverse kini dipandang sebagai perbatasan baru (*the new frontier*) bagi pemasaran digital yang menawarkan pengalaman imersif bagi konsumen melalui teknologi *Augmented Reality* (AR) dan *Virtual Reality* (VR) (Hollensen et al., 2022). Pemanfaatan Metaverse memungkinkan pelaku bisnis untuk menciptakan interaksi merek yang lebih personal dan mendalam melalui aset digital serta ruang virtual yang tidak terbatas oleh sekat geografis (Dwivedi et al., 2022). Namun, di balik potensi ekonomis yang besar, adopsi teknologi ini menghadapi tantangan kompleks yang meliputi kesenjangan infrastruktur teknologi, isu privasi data, hingga tingginya standar literasi digital yang diperlukan oleh para penggunanya (Kshetri, 2022).

Relevansi penguasaan teknologi ini menjadi sangat krusial bagi generasi muda, khususnya siswa di tingkat menengah atas seperti di SMAs Darussyahid Sampang. Sebagai representasi dari Generasi Z yang tumbuh di tengah pesatnya arus informasi, para siswa perlu dibekali dengan pemahaman konseptual yang tepat agar tidak hanya terjebak sebagai konsumen konten, tetapi juga mampu mengidentifikasi peluang produktif dalam ekosistem ekonomi kreatif masa depan (Wahyudin et al., 2025). Kendala utama yang sering ditemukan di wilayah daerah adalah minimnya paparan terhadap analisis mendalam mengenai pemanfaatan teknologi tingkat tinggi untuk tujuan strategis seperti pemasaran. Melalui sosialisasi yang terstruktur mengenai analisis dan tantangan pemanfaatan Metaverse, diharapkan siswa SMAs Darussyahid Sampang dapat memiliki kesiapan mental dan intelektual dalam menghadapi tren industri 4.0 dan menyongsong era 5.0 (Hadi, 2023). Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan teknologi baru, namun juga sebagai upaya kritis dalam memetakan hambatan teknis dan etis yang mungkin timbul, sehingga transisi menuju pemanfaatan pemasaran digital di ruang virtual dapat dilakukan secara bijak dan kompetitif.

METODE PENELITIAN

Desain dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-eksploratif untuk menganalisis persepsi serta tantangan siswa SMAs Darussyahid Sampang terhadap pemanfaatan Metaverse dalam pemasaran digital. Desain ini dipilih karena kemampuannya dalam memberikan gambaran sistematis dan mendalam mengenai fenomena teknologi baru di lingkungan pendidikan melalui intervensi sosialisasi edukatif (Creswell & Poth, 2018). Data dikumpulkan melalui observasi dan diskusi kelompok, kemudian dianalisis secara naratif untuk mengidentifikasi hambatan teknis serta peluang adaptasi teknologi yang relevan dengan kondisi lokal (Sugiyono, 2019). Penggunaan pendekatan ini memastikan bahwa hasil penelitian tidak hanya memotret realitas literasi digital subjek, tetapi juga memberikan landasan evaluatif bagi pengembangan strategi edukasi ekonomi kreatif masa depan (Miles et al., 2014).

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis mengalir (*flow model*) yang meliputi tiga tahapan simultan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Proses diawali dengan mereduksi data hasil observasi dan diskusi di SMAs Darussyahid Sampang untuk memfokuskan pada informasi esensial mengenai tantangan dan pemanfaatan Metaverse, kemudian data disajikan secara naratif guna memberikan gambaran komprehensif terkait literasi digital siswa (Miles & Saldana, 2014). Validitas temuan diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan pengecekan anggota (*member check*) untuk memastikan bahwa interpretasi data sesuai dengan realitas di lapangan (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2019). ini memungkinkan peneliti untuk menghasilkan kesimpulan yang kredibel dan objektif mengenai kesiapan serta hambatan siswa dalam mengadopsi pemasaran digital di ruang virtual (Creswell & Poth, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman awal siswa SMAs Darussyahid Sampang terhadap teknologi Metaverse berada pada level dasar, di mana sebagian besar siswa hanya mengenal istilah tersebut melalui media sosial tanpa memahami fungsi strategisnya. Melalui sesi sosialisasi dan demonstrasi, terjadi peningkatan atensi yang signifikan saat siswa mulai melihat

potensi visualisasi produk dalam ruang tiga dimensi. Para siswa mulai menyadari bahwa pemasaran digital di masa depan tidak lagi terbatas pada konten dua dimensi, melainkan pada pengalaman interaktif yang memungkinkan calon konsumen berinteraksi langsung dengan produk di dalam ekosistem virtual.

Namun, di balik antusiasme tersebut, ditemukan hambatan nyata terkait kesiapan infrastruktur pendukung di lingkungan sekolah dan tempat tinggal siswa. Hasil observasi mengidentifikasi bahwa keterbatasan spesifikasi perangkat keras (smartphone dan laptop) serta fluktuasi stabilitas jaringan internet menjadi kendala teknis utama yang menghambat akses lancar ke platform Metaverse. Selain aspek teknis, siswa juga mengungkapkan kekhawatiran mengenai isu keamanan data pribadi dan potensi penipuan dalam transaksi aset digital, yang menunjukkan bahwa tantangan pemanfaatan teknologi ini tidak hanya bersifat fisik tetapi juga terkait dengan kesiapan regulasi dan literasi keamanan siber.

Pada tahap akhir evaluasi, hasil diskusi kelompok menunjukkan adanya pergeseran pola pikir siswa dalam memandang Metaverse sebagai peluang ekonomi kreatif lokal (Liana et al., 2025). Siswa berhasil merumuskan konsep sederhana mengenai pemanfaatan ruang virtual untuk mempromosikan potensi daerah Sampang, seperti pembuatan galeri produk UMKM digital atau simulasi pameran budaya. Hal ini membuktikan bahwa meskipun terdapat kendala infrastruktur, sosialisasi ini efektif dalam membuka cakrawala berpikir siswa untuk menjadi inovator digital yang mampu mengidentifikasi peluang bisnis masa depan melalui adaptasi teknologi imersif yang relevan dengan tren global (Khirdany et al., 2025).

Pembahasan

Analisis terhadap hasil sosialisasi menunjukkan bahwa pemanfaatan Metaverse sebagai media pemasaran digital di lingkungan SMAs Darussyahid Sampang merupakan peluang sekaligus tantangan yang bersifat multidimensi. Secara konseptual, siswa memiliki daya adaptasi yang cepat terhadap teknologi imersif, namun terdapat kesenjangan antara ambisi digital dan realitas infrastruktur di daerah. Keterbatasan perangkat keras dan stabilitas koneksi internet yang ditemukan di lapangan mengonfirmasi bahwa kesiapan teknologi masih menjadi penghalang utama dalam mendemokratiskan akses ke dunia virtual. Hal ini sejalan dengan teori kesenjangan digital yang menyatakan bahwa tanpa dukungan infrastruktur yang merata, potensi ekonomi dari teknologi mutakhir seperti Metaverse hanya akan terpusat pada wilayah perkotaan yang memiliki akses lebih baik.



Gambar 1. Pengenalan Metaverse

Lebih lanjut, pembahasan mengenai tantangan pemanfaatan Metaverse menyoroti pentingnya literasi keamanan siber sebagai fondasi utama pemasaran digital. Kekhawatiran siswa mengenai keamanan data dan aset digital menunjukkan adanya kesadaran kritis terhadap risiko ruang siber yang sering kali terlupakan dalam gegap gempita tren teknologi. Dalam perspektif pemasaran digital, kepercayaan konsumen adalah aset tertinggi; oleh karena itu, penguasaan teknis tanpa dibarengi dengan pemahaman etika digital dan perlindungan data akan menjadi kontraproduktif. Pemasaran di Metaverse tidak hanya menuntut kreativitas visual, tetapi juga tanggung jawab dalam mengelola identitas digital dan privasi pengguna agar tercipta ekosistem bisnis yang berkelanjutan.



Gambar 2. Mengumpulkan Ide Siswa

Secara strategis, temuan mengenai kemampuan siswa merumuskan ide pemasaran produk lokal di ruang virtual memberikan sinyal positif bagi masa depan ekonomi kreatif di Sampang. Sosialisasi ini membuktikan bahwa keterbatasan fisik tidak menghalangi inovasi berpikir selama siswa diberikan akses terhadap informasi dan pengetahuan yang tepat. Transformasi peran siswa dari konsumen menjadi kreator potensial menunjukkan bahwa edukasi digital yang tepat sasaran dapat memicu munculnya "digital entrepreneur" baru dari daerah. Dengan demikian, pembahasan ini menekankan bahwa kunci keberhasilan pemanfaatan Metaverse bukan hanya terletak pada canggihnya teknologi,

melainkan pada kesiapan sumber daya manusia yang mampu mengintegrasikan kearifan lokal ke dalam ruang virtual secara inovatif.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan sosialisasi di SMAs Darussyahid Sampang, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan Metaverse sebagai instrumen pemasaran digital memiliki potensi besar untuk dikembangkan oleh generasi muda di tingkat sekolah menengah. Antusiasme siswa yang tinggi menunjukkan adanya keterbukaan terhadap inovasi teknologi imersif, yang jika dikelola dengan tepat, dapat menjadi modal utama dalam meningkatkan daya saing ekonomi kreatif di wilayah daerah. Sosialisasi ini telah berhasil membuka perspektif baru bagi siswa bahwa ruang virtual bukan sekadar tempat bermain, melainkan platform produktif untuk membangun identitas merek dan interaksi bisnis masa depan.

Namun demikian, implementasi Metaverse di lingkungan pendidikan masih menghadapi tantangan nyata yang bersifat struktural dan teknis. Keterbatasan spesifikasi perangkat keras serta belum stabilnya infrastruktur jaringan internet menjadi hambatan utama yang memerlukan solusi kolektif agar pemanfaatan teknologi ini tidak eksklusif. Selain itu, aspek literasi keamanan digital tetap menjadi isu krusial yang harus diperkuat, mengingat pemahaman siswa mengenai perlindungan data pribadi dan aset digital di ruang virtual masih berada pada tahap awal dan memerlukan pendampingan lebih lanjut.

Sebagai langkah akhir, kegiatan ini menegaskan bahwa edukasi teknologi mutakhir harus dilakukan secara berkelanjutan untuk menjembatani kesenjangan digital di daerah. Transformasi pola pikir siswa dari pengguna menjadi calon kreator digital merupakan capaian penting yang perlu ditindaklanjuti dengan pelatihan keterampilan teknis yang lebih spesifik. Sinergi antara pihak sekolah, pemerintah lokal, dan praktisi teknologi sangat diperlukan guna menciptakan ekosistem pendukung yang memungkinkan siswa SMAs Darussyahid Sampang mampu mengeksplorasi peluang pemasaran digital di Metaverse secara aman, bijak, dan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J., C.N, & Poth. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Dwivedi, Y., Hughes, L., & Baabdullah, A. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 66.

- Faisol, F., Haryadi, B., Musyarofah, S., & Iswahyudi, A. P. (2023). Effectiveness of the Internal Control System Against Fraud Tendencies – Meta-Analysis Study. *Asia Pacific Fraud Journal*, 8(2), 327-339.
- Faisol, F., Haryadi, B., & Musyarofah, S. (2024). Revealing Fraudulent Practices in Management of Community Group Regional Grant Funding. *Asia Pacific Fraud Journal*, 9(2), 177-195.
- Faisol, F., & Alim, M. N. (2024). Analysis of the Fraud Prevention Model at KSPP Syariah BMT NU Torjun Branch. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 8(1), 38-49.
- Hadi, A. (2023). Sosialisasi Literasi Digital dan Adaptasi Teknologi Masa Depan bagi Generasi Z. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 15-22.
- Hollensen, S., Kotler, P., & M. OOpresnik. (2022). Metaverse. *the new marketing universe. Journal of Business Strategy*, 119-125.
- Khirdany, E. N., Liana, W., Faisol, F., & Jinan, F. (2025). Artificial Intellegence (AI) Sebagai Rekomendasi Produk pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 4(1), 183-192.
- Kshetri, N. (2022). Policy, ethical and social issues in the metaverse. *IT Professional*, 10-15.
- Liana, W., Khirdany, E. N., & Faisol, F. (2026). Klinik Pemasaran Digital bagi UMKM Gagap Teknologi (GAPTEK) di Kabupaten Sampang. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 11034-11041.
- Liana, W., Anas, Z., & Faisol, F. (2025). Strategi Digital Marketing pada Sentra UMKM Telur Asin di Dusun Buleng Kabupaten Sampang. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 5956-5962.
- Miles, M., Huberman, A., & Saldaña, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. *Thousand Oaks: SAGE Publications*.
- Mystakidis, S. (2022). Metaverse. *Encyclopedia*, 486-497.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Wahyudin, A., Faisol, F., Nurhidayah, A., & Zahrah, F. (2025). Pendampingan Pemahaman Literasi Keuangan Digital terhadap UMKM Makanan dan Minuman Untuk Meningkatkan Penjualan di Kecamatan Kota Sampang. *Senarai Kearifan Lokal Akuntansi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75-87.
- Wahyudin, A., Faisol, F., Haryadi, B., & Hayati, N. (2024). Eksplorasi Peran Metaverse Dalam Inovasi Layanan Keuangan: Peluang, Tantangan, Dan Masa Depan Perbankan Digital. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 4(4), 999-1020.
- Wahyudin, A., Faisol, F., & Anas, Z. (2024). Literasi Keuangan Untuk Generasi Muda Milenial

Bagi Siswa SMKN 2 Sampang. Masyarakat Berkarya: Jurnal Pengabdian dan Perubahan Sosial, 1(3), 165-172.