



Efektivitas Penggunaan Social Media dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Potensi Promosi Kelurahan Pedurungan Lor

Jane Amalia Vega¹, Rena Trinita Septianing², Respati Dzaky Maheswara³, Bernika Chintya D⁴,
Mualina Nur Aina⁵, Ardiansyah Cahya Putra⁶, Agusta Praba Ristadi Pinem^{*7}

Universitas Semarang¹²³⁴⁵⁶⁷

janeaamalia004@gmail.com¹, renatrinita123@gmail.com², respatimaheswara10@gmail.com³,

berniikaa@gmail.com⁴, mualinana45@gmail.com⁵, ardichyptr@gmail.com⁶, agusta.pinem@usm.ac.id⁷

Informasi Artikel

Diterima : 05-01-2024

Direview : 12-01-2024

Dipublish : 30-07-2024

Kata Kunci

Kelurahan Pedurungan Lor siap menjadi warga yang kreatif dalam mengelola bisnis

Abstrak

Media sosial telah menjadi fenomena global yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia termasuk bagi umkm di Kelurahan Pedurungan lor. Dalam melakukan promosi di Media Sosial masyarakat dituntut untuk membuat konten yang relevan serta menarik untuk mendapatkan perhatian konsumen. Namun, dikarenakan minim dan kurangnya pengetahuan masyarakat umkm di Pedurungan Lor mengenai Pentingnya merencanakan dan melaksanakan strategi promosi yang tepat di media sosial, tim pengusul pengabdian kepada masyarakat Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang tergerak melakukan pengabdian masyarakat kepada UMKM di Kelurahan Pedurungan Lor , Kota Semarang, dengan judul “RISING UP UMKM” . untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam hal promosi di sosial media , dan mengembangkan strategi promosi yang lebih terarah, meningkatkan kualitas konten untuk memperluas jangkauan.

1. PENDAHULUAN

Sosial media telah menjadi fenomena yang sangat populer dalam beberapa tahun terakhir. Dengan perkembangan teknologi dan akses mudah ke internet, semakin banyak orang yang menggunakan platform sosial untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan menghabiskan waktu luang mereka. Selain menjadi alat komunikasi dan hiburan, sosial media juga telah menjadi platform yang kuat untuk mempromosikan bisnis, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Cahyono (2016:140) mengutarakan bahwa makna dari media sosial adalah sebuah media online, yang mana konsumennya diberikan kemudahan berkolaborasi, membagi informasi, hingga menyusun konten dalam website, forum online, artikel dan kanal media online lainnya. Teknologi media sosial terus berkembang menjadi sarana interaksi dengan menyebarkan informasi-informasi ke banyak pengguna sekaligus dengan singkat.

Media Sosial menawarkan berbagai keuntungan sebagai media promosi bagi UMKM. Pemasaran melalui media sosial akan memengaruhi faktor eksternal yang

mempengaruhi persepsi konsumen akan sebuah produk, yang kemudian akan mempengaruhi minat beli konsumen (Maoyan et al, 2014). Dengan menyediakan berbagai platform yang murah atau bahkan gratis untuk mengiklankan produk dan jasa. Dibandingkan dengan media tradisional seperti iklan cetak atau televisi, penggunaan sosial media dapat jauh lebih terjangkau bagi UMKM dengan anggaran promosi yang terbatas.

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, tetapi tidak semua orang dapat menggunakannya secara efektif termasuk masyarakat UMKM di Kelurahan Pedurungan Lor dikarenakan banyak masyarakat yang belum familiar dengan fitur-fitur dan etika penggunaan media sosial, sehingga mereka tidak dapat memanfaatkannya secara efektif. Mereka mungkin kesulitan dalam membuat akun, mengatur privasi, atau memahami informasi yang tersebar di media sosial. ukan pengabdian masyarakat kepada UMKM di Kelurahan Pedurungan Lor , Kota Semarang, dengan judul "RISING UP UMKM" . Pelatihan ini mencakup pengenalan dasar tentang media sosial, tutorial penggunaan platform tertentu, dan bagaimana mengenali dan menghindari konten yang tidak benar atau merugikan. Dan pentingnya menjaga privasi dan bertanggung jawab dalam berbagi informasi untuk Meningkatkan keterampilan yang memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengembangkan keterampilan praktis dalam menggunakan sosial media secara efektif. Dengan mempelajari cara membuat konten menarik, mengelola akun sosial media, serta berinteraksi dengan audiens secara efektif. Dengan meningkatkan keterampilan masyarakat umkm di Pedurungan Lor dapat mengoptimalkan penggunaan sosial media sebagai alat promosi.

Melalui pelatihan ini kami sebagai tim pelaksana pengabdian kepada Masyarakat umkm di Kelurahan Pedurungan Lor berupaya agar setelah dilakukan pelatihan ini dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai pentingnya sosial media dalam media promosi sehingga peserta dapat mencapai tujuan promosi mereka dengan lebih baik. Meningkatkan kesadaran mereka, peningkatan jumlah pengikut, dan konversi penjualan yang lebih tinggi.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang berupa workshop Pelatihan Media Sosial sebagai media promosi UMKM ini diselenggarakan pada tanggal 2 Mei 2023 di Kantor Kelurahan Pedurungan Lor Kota Semarang, Jawa Tengah 50221. Kegiatan Workshop ini berlangsung selama ± 3 jam, dimulai dari pukul 09.00 WIB hingga pukul 12.00 WIB. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan seminar adalah 10 orang peserta.

Persiapan yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan yang dilakukan untuk mendukung kelancaran kegiatan, antara lain; menghubungi pihak Kelurahan Pedurungan Lor Kota Semarang dan Dosen Universitas Semarang yang berpartisipasi acara workshop. Mematangkan rencana kegiatan workshop, menyiapkan materi, handout dan kelengkapan lainnya

Metode yang digunakan dalam Workshop ini adalah pemaparan materi, kemudian diberikan contoh riil, bertujuan agar peserta tidak merasa jenuh dengan materi yang disampaikan, sedangkan praktik praktek foto produk dengan sebelumnya menentukan ide fotonya dapat memberikan kesempatan untuk mendapatkan pengalaman langsung

Pemaparan materi yang disampaikan berdurasi 55 menit pada pukul 10.20 - 11.15 WIB dengan Edy Nurwahyu sebagai pembicara sekaligus Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Semarang. Adapun materi yang disampaikan dalam acara workshop tersebut yaitu mempelajari bagaimana cara membuat konten untuk produk UMKM, seperti dimulai dari bagaimana memilih platform media promosi, foto/video produk, logo produk, icon sosial media, icon market place, payment, konten audio, serta template menentukan ide fotonya. Kemudian hasil dari praktek tersebut, ditunjukkan dan dinilai bersama, lalu diakhiri dengan evaluasi terkait dengan hasil praktek tersebut.

Setelah mengikuti workshop tentang Instagram sebagai media promosi, berikut tanggapan salah satu peserta workshop di Kelurahan Pedurungan Lor “saya merasa lebih percaya diri dalam menggunakan Instagram sebagai alat promosi. Karena dengan adanya workshop ini saya jadi tau bagaimana cara membuat dan mengelola akun bisnis, strategi konten, penggunaan hashtag, dan cara berinteraksi dengan pengikut dengan benar, agar produk kami lebih dikenal masyarakat luas.”

Winkel, mendefinisikan pembelajaran sebagai seperangkat tindakan dalam mendukung proses belajar, dengan memperhitungkan hal hal eksternal yang mempengaruhi hal hal internal peserta didik (Sutikno, 2013). Pembelajaran yang dilakukan lebih menekankan cara pengorganisasian pelajaran dan pengelolaan pembelajaran, yang bertujuan agar terjadi perubahan perilaku peserta, dari tidak tahu menjadi tahu, serta memiliki kemampuan baru (Sudjana, 2013).

Sedangkan Keys dan Wolfe, menyatakan bahwa pelatihan dan pengembangan dilakukan untuk memfasilitasi peserta pelatihan dalam mempelajari pengetahuan serta keterampilan agar memiliki pengalaman terkait hal yang dipelajari (Daft, 2011) konten teks melalui aplikasi canva yang pastinya di pandu oleh para mahasiswa. Workshop Rising Up Umkm yang dihadiri oleh para pelaku Umkm di Kelurahan Pedurungan Lor menghadirkan materi bagaimana cara mempromosikan sebuah produk di sosial media, kami tim pelaksana memilih media Instagram sebagai media promosi.

Instagram adalah platform media sosial yang sangat efektif sebagai alat promosi untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Kelurahan Pedurungan Lor. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan, Instagram menyediakan kesempatan besar bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas, mencapai target audiens, dan memperluas pangsa pasar mereka dan memberikan berbagai manfaat dan peluang untuk meningkatkan visibilitas dan kesuksesan bisnis.

Secara cerdas dan kreatif, UMKM dapat memanfaatkan kekuatan platform ini untuk memperluas jangkauan bisnis mereka, meningkatkan penjualan, dan membangun merek yang kuat di dunia digital serta mencapai hasil yang positif dalam hal promosi bisnis mereka. Tetap konsisten, kreatif, dan berinteraksi dengan audiens adalah kunci untuk memaksimalkan potensi media sosial ini sebagai alat promosi. Setelah pemaparan materi, terdapat sesi pelatihan yang dikemas dalam bentuk game yang menarik, yaitu para peserta membuat desain template dalam aplikasi canva dan menggunakan foto produk masing-masing dari para peserta UMKM dengan durasi waktu yang diberikan (25 menit) pada pukul 11.15 - 11.40 WIB.

Peserta diminta melakukan praktek fotografi dengan foto produk secara langsung dan editing dengan aplikasi yang telah diajarkan, dengan sebelumnya menghasilkan foto yang unik dan menarik untuk promosi produk bisnis pelaku UMKM yang diselenggarakan pada tanggal 2 April 2023 di Kantor Kelurahan Pedurungan Lor Kota Semarang. Berdasarkan pengamatan tersebut, para peserta pelatihan belum terlalu mahir dalam membuat foto promosi yang unik dan menarik menggunakan smartphone yang mereka miliki .



Gambar 1. Praktik foto produk

Gambar 1 merupakan dokumentasi saat peserta pelatihan melakukan praktik cara membuat foto produk agar lebih menarik dengan hanya menggunakan smartphone, sebagai upaya meningkatkan kualitas foto promosi produk UMKM, mereka belajar menguasai dan menghasilkan foto foto menarik menggunakan smartphone yang mereka miliki untuk meningkatkan promosi dengan membuat foto produk yang menarik.

Sebagai evaluasi, kegiatan ini dilakukan dengan mengamati proses praktik pengoptimalan pengelolaan media sosial sebagai sarana meningkatkan penjualan produk para pelaku UMKM. Tim workshop mengamati peserta pelatihan dalam mengoptimalkan Smartphone yang mereka miliki untuk terus aktif di media sosial, guna menarik lebih banyak customer agar tertarik membeli produknya dari promosi di media sosial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis hasil kegiatan ini, kami lakukan melalui pengamatan peserta dan pengelolaan media sosial yang baik mampu meningkatkan penjualan para pelaku UMKM saat mereka melakukan pelatihan Pengelolaan Media Sosial sebagai sebuah solusi dalam Luaran yang dicapai dari kegiatan pelatihan ini meliputi beberapa jenis, yaitu: peningkatan kemampuan dan ketrampilan peserta dalam mengoptimalkan smartphone milik mereka untuk menghasilkan foto foto yang menarik dan memiliki nilai jual, agar produk UMKMnya banyak yang membeli.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengamatan dan diskusi dengan para peserta pelatihan dapat disimpulkan bahwa dengan adanya workshop pelatihan tentang pengelolaan media social bagi para pelaku umkm di Kelurahan Pedurungan Lor ini sangat bermanfaat bagi para pelaku umkm karena mereka bisa mempromosikan produk mereka melalui media social dan mempermudah mereka untuk menjual produknya selain itu juga dapat meningkatkan wawasan mereka tentang pengelolaan media social. Dengan adanya workshop pelatihan ini para pelaku umkm diharapkan bisa memiliki keterampilan dalam pengelolaan media social

selain itu pelaku umkm juga diajarkan cara memotret produk yang benar agar terlihat menarik, membuat caption yang menarik, dan cara memposting produk mereka ke sosial media. Dengan adanya acara workshop ini diharapkan dapat membantu untuk meningkatkan penjualan produk para pelaku umkm di Klurahan Pedurungan Lor.

5. SARAN

Diharapkan kegiatan workshop pelatihan ini bisa berkelanjutan dan bisa dilakukan secara rutin oleh para mahasiswa. Sebaiknya sebelum acara workshop ini diadakan persiapan yang matang dan pelatihan sebelum acara dimulai agar bisa lebih efektif lagi dan acara bisa berjalan dengan baik selain itu para mahasiswa diharapkan sebaiknya melakukan pendekatan lebih kepada para pelaku umkm agar bisa lebih dekat kepada mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Bapak Ami Saptiyono selaku pembimbing kegiatan workshop dan Bapak Edi sebagai pemapar materi sehingga acara bisa berjalan dengan lancar tanpa ada kendala. Ucapan terima kasih juga ditunjukkan kepada Bapak Lurah Pedurungan Lor yang telah mengizinkan untuk mengadakan acara kegiatan workshop pelatihan dan kepada para pelaku umkm yang sudah berkenan hadir untuk mengikuti kegiatan workshop tersebut, terima kasih juga kepada para mahasiswa yang telah bersedia mengadakan kegiatan workshop pelatihan ini untuk para pelaku umkm guna membantu mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Maoyan et al. 2014. "Cunsomer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing". International Journal of Business and Social Science. Vol. 5 No.10 (1), p. 92-97.
- Trulline, Putri.2021." Pemasaran Produk UMKM Melalui Media Sosial". Jurnal Unpand. Vol 5, No 2.
- Hastrida, Andhini. 2021." Proses Pengelolaan Media Sosial". Jurnal Universitas Indonesia.
- Trias Yulvia,dkk.2020." Pengelolaan Media Sosial " Jurnal UNS. Vol 4, No 4.
<https://jurnal.uns.ac.id/JIKAP/article/view/47803>