

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Produk Kampung Akrilik

Ade Irma Suryani*¹, Sri Restu Ningsih², Rahmadini Darwas³, Rahimullailay⁴

^{1,2,3,4}STMIK Indonesia Padang

³Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer,

*e-mail: adeirma@stmikindonesia.ac.id¹, Srirestuningsih@stmikindonesia.ac.id²

Abstract

PKM partners are product craftsmen in Acrylic Village, which is located on Jalan Gunung Pangilun, North Padang District. The problems that occur in Acrylic Village include (a) the absence of social media facilities to promote handicraft products of acrylic village members (b) The lack of knowledge of the craftsmen of Acrylic Village products on how to promote their products on social media, and (c) the lack of knowledge of craftsmen on how to promote their products. products using digital techniques through Android applications. The solutions to the problems obtained are (a) The implementation of this PKM is expected to be able to hold training in making promotional media for product promotion produced by members in Acrylic Village, (b) It is hoped that social media training for this promotional media can facilitate craftsmen members to be able to make promotional advertisements. handicraft vendors in increasing product sales, (c) Providing knowledge to craftsmen members about the tricks and ways of promoting products on social media using digital techniques in the Android application (d) The results of their creativity, in the form of product photos, can be useful and advertised on social media to increase product sales. The method of implementing the activities includes four stages, namely: program planning, program implementation, observation and evaluation. In program planning, there are several plans that will be carried out, namely (a) Field Study, (b) Training and provision of craftsman group members. (c) Program socialization. (d) Preparation of training programs. In the implementation of the program, (a) Formation of several working groups of craftsmen based on the type of product, (b) Improving the knowledge and skills of the craftsmen to make their own mini studio to make product photos to be marketed, (c) Demonstrating how to use digital techniques on mobile phones and directly practiced, (d) coaching and training in making promotions with social media to increase sales. At the observation stage, what will be done is to see the obstacles, shortcomings and weaknesses that arise in the training process on how and tricks to promote simple acrylic village handicraft products using digital techniques on the Android application.

Keywords: PKM, acrylic village, social media, digital technique.

Abstrak

Mitra PKM adalah pengrajin produk di Kampung Akrilik yang terletak di jalan Gunung Pangilun Kecamatan Padang Utara. Permasalahan yang terjadi di Kampung Akrilik ini antara lain (a) Belum adanya fasilitas media sosial untuk mempromosikan produk kerajinan anggota kampung akrilik (b) Minimnya pengetahuan pengrajin produk Kampung Akrilik tentang cara mempromosikan produknya di media sosial, serta (c) minimnya pengetahuan pengrajin tentang cara mempromosikan produk dengan menggunakan teknik digital melalui aplikasi Android. Solusi dari permasalahan yang didapat yaitu (a) Pelaksanaan PKM ini diharapkan untuk dapat mengadakan pelatihan membuat media promosi untuk promosi produk yang dihasilkan oleh anggota di Kampung Akrilik, (b) Diharapkan pelatihan media sosial untuk media promosi ini dapat memfasilitasi anggota pengrajin untuk dapat membuat iklan promosi produk kerajinan dalam meningkatkan penjualan produk, (c) Memberikan pengetahuan kepada anggota pengrajin tentang trik-trik dan cara promosi produk di media sosial dengan menggunakan teknik digital yang ada di aplikasi Android (d) Hasil kreativitas mereka, berupa foto-foto produk bisa bermanfaat dan diiklankan di media sosial untuk meningkatkan penjualan produknya. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi empat tahap, yaitu : Perencanaan program, Pelaksanaan program, Observasi dan Evaluasi. Dalam Perencanaan program, ada beberapa perencanaan yang akan dilakukan adalah (a) Studi Lapangan, (b) Pelatihan dan pembekalan kelompok anggota pengrajin. (c) Sosialisasi program. (d) Penyusunan program pelatihan. Pada Pelaksanaan program, (a) Pembentukan beberapa kelompok kerja pengrajin berdasarkan jenis produk, (b) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin untuk membuat sendiri studio mini untuk membuat foto produk yang akan dipasarkan, (c) Mendemonstrasikan cara penggunaan teknik digital pada Handphone dan langsung dipraktekkan, (d) pembinaan dan pelatihan pembuatan

promosi dengan media sosial untuk meningkatkan penjualan. Pada tahap observasi yang akan dilakukan adalah melihat kendala, kekurangan dan kelemahan yang muncul dalam proses pelatihan cara dan trik mempromosikan produk kerajinan kampung akrilik yang sederhana dengan menggunakan teknik digital pada aplikasi Android.

Kata kunci: PKM, Kampung Akrilik, Media Sosial.

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini teknologi informasi berkembang dengan pesatnya. Hal ini ditunjukkan dengan penggunaan teknologi komputer yang sudah merambah semua bidang. Teknologi informasi merupakan suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan dan membagikan informasi (Sutabri, 2014). Teknologi informasi juga dapat melahirkan fitur-fitur baru dalam dunia pendidikan dengan berbagai sistem pengajaran (Kadir dan Triwahyu, 2013).

Secara Pemerintah Kota Padang terus memperkuat sinergi dan kerja sama dengan perguruan tinggi dalam upaya pembangunan wilayah melalui Kampung Tematik di Kota Padang. Menurut Bapak Walikota Hedri Septa, Kampung Tematik merupakan salah satu dari 11 program unggulan Pemerintah Kota Padang. Program ini memiliki Peraturan Wali Kota (Perwako) sebagai dasar hukum dalam pengembangan Kampung Tematik. Ada satu kelurahan yang dipilih dari masing-masing kecamatan di Kota Padang. Untuk itu Pemerintah Kota Padang mengharapkan dukungan dari beberapa perguruan tinggi agar Kampung Tematik ini bisa terwujud. Sehingga menjadi salah objek wisata baru di Kota Padang, yang nantinya juga menjadi salah satu sumber pendapatan ekonomi masyarakat.

Bapak Walikota Padang meyakini dengan adanya keterlibatan kampus atau perguruan tinggi akan mempercepat upaya dalam mewujudkan Kampung Tematik di Kota Padang. Apalagi perguruan tinggi dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi (Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) sangat sejalan dengan upaya mewujudkan Kampung Tematik melibatkan masyarakat langsung. Hal itu terlihat dengan digelarnya audiensi antara Pemerintah Kota Padang dengan Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKT) Wilayah X dan sejumlah pimpinan perguruan tinggi di Kota Padang.

Tim PKM telah melakukan survey di lokasi mitra yang terletak di Kampung Akrilik, Jl Gajah Mada Kecamatan Padang Utara dan telah mewawancarai ketua dari Kampung Akrilik tersebut yang mempunyai anggota sebanyak 30 orang yang kebanyakan anggotanya terdiri dari para ibu-ibu rumah tangga disekitarnya dan di lingkungan wilayah Kecamatan Padang Utara.

Media sosial telah menjadi alat penting bagi bisnis pemasaran. Peningkatan paparan atau eksposur dan tingkat kemunculan informasi merupakan dua manfaat utama pemasaran dalam media sosial. Kebanyakan pengguna media sosial yang menggunakan media sosial untuk mengembangkan pemasarannya, serta membentuk konsumen yang loyal dalam menggunakan produk mereka.

Peningkatan pemasaran melalui media sosial dimulai sejak beberapa tahun terakhir khususnya ketika teknologi informasi internet dikenal berbagai kalangan masyarakat. Sehingga konsumen dapat mengetahui produk yang mereka butuhkan melalui dunia maya tersebut. Salah satu teknologi informasi media sosial yang digunakan adalah media sosial instagram. Satu kasus yang paling menarik, media sosial instagram merupakan salah satu kunci efektif bagi berbagai produk untuk dipasarkan karena memungkinkan penjual berkomunikasi secara langsung dengan konsumen mereka, selain itu media ini juga dapat mempromosikan berbagai kegiatan dan membangun kesadaran merek (Damayanti and Bulan, 2017)

Diharapkan pelatihan yang diberikan kepada anggota kampung akrilik yaitu pelatihan media sosial ini untuk media promosi yang dapat memfasilitasi anggota pengrajin untuk dapat membuat iklan promosi produk kerajinan dalam meningkatkan penjualan produk di Kampung

Akrilik. Tempat penyelenggaraan Kegiatan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Produk Kampung Akrilik Kota Padang. Dimana peserta kegiatan pelatihan adalah anggota Kampung Akrilik.

2. METODE

Pada Kegiatan PKM ini dilaksanakan selama 1 hari yaitu tanggal 17 Maret 2022. Kegiatan PKM ini menggunakan 3 metode yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Metode Ceramah

Metode ceramah adalah memberikan penjelasan (ceramah) di teras rumah Ketua Kampung Akrilik. Dalam hal ini tim PKM menjelaskan mengenai dasar-dasar *Instagram*, dan penjelasan bagaimana cara memanfaatkan internet secara efektif.

2. Metode Praktek/Pelatihan

Metode ini dilakukan dengan pelatihan dan praktek langsung. Peserta menerapkan secara langsung dasar-dasar dalam menggunakan perangkat lunak *Instagram* untuk memberikan cara promosi, sehingga anggota lebih mudah memahaminya. Untuk itu apa yang menjadi tujuan dalam pelatihan ini dapat tercapai.

3. Metode Tanya Jawab

Metode ini dilakukan dengan berdiskusi atau tanya jawab selama praktek/pelatihan berlangsung. Para peserta anggota kampung akrilik dapat langsung bertanya apabila ada yang tidak dimengerti berkaitan dengan materi yang telah dijelaskan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum pelatihan dilaksanakan, terlebih dahulu tim PKM melakukan survey atau wawancara dengan Kepala Sekolah untuk mendapatkan data tentang apa yang paling dibutuhkan oleh anggota kampung akrilik yang ada di gunung pagilun padang. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan secara tatap muka di teras rumah ketua kampung akrilik kota Padang yang lokasinya berada di gunung pangilun kota padang.

A. Deskripsi Kegiatan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Produk Kampung Akrilik Kota Padang.

Pelatihan ini dibagi atas 2 sesi, yaitu sesi pertama dimulai dengan penjelasan tentang bagaimana memanfaatkan instagram secara efektif sebagai cara promosi produk. Untuk sesi kedua yaitu menjelaskan dasar-dasar Instagram tentang fungsi-fungsi menu yang sering dipakai dalam instagram. Cara promosi produk kampung akrilik di media sosial instagram. Diharapkan materi yang telah disampaikan ini dapat dipahami dan langsung dipraktekkan oleh anggota kampung akrilik ini. Beberapa materi yang masih belum dapat dipahami pada saat pelatihan dapat diulang dan dipraktekkan kembali oleh anggota dilain waktu dengan acuan modul yang diberikan oleh tim PKM.

Bentuk materi dari pelatihan ini dapat dilihat pada Gambar 1 sampai Gambar 4.



Gambar 1: Judul Pelatihan



Gambar 2 : Pemanfaatan Media Sosial.



Gambar 3: Menggunakan Media Sosial.



Gambar 4. Langkah- langkah Instagram.

B. Keunggulan Kegiatan Pengabdian Masyarakat.

Kegiatan pengabdian tentang pelatihan media social sebagai alat pemasaran produk kampug akrilik kota padang dalam menggunakan dasar- dasar instagram pada anggota kampung akrilik ini memiliki beberapa kelebihan. Pertama, kegiatan ini dapat membantu meningkatkan pengetahuan anggota kampung akrilik tentang instagram. Kedua, pelatihan sangat membantu anggota dalam memasarkan produk kerajinan kampung akrilik ini. Ketiga, dalam pelatihan ini anggota bisa mencapai pangsa pasar yang lebih luas lagi dalam penjualan produk kerajinan yang dihasilkan.

Suasana kegiatan pelatihan ini dapat dilihat pada Gambar 5 dan Gambar 6.



Gambar 5. Lokasi Kampung Akrilik Kota Padang.



Gambar 6. Kegiatan Pelatihan di Kampung Akrilik.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Produk Kampung Akrilik dalam rangka pengabdian kepada masyarakat bagi dosen STMIK Indonesia Padang sebagai berikut pembuatan instagram untuk promosi produk kerajinan kampung akrilik kota padang yang dibeikan kepada anggota kampung akrilik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini dan dengan selesainya penulisan jurnal ini, maka kami sebagai penulis mengucapkan terima kasih kepada Yayasan Amal Bakti Muslimin, STMIK Indonesia Padang, yang telah memberi dukungan finansial dalam penulisan jurnal ini hingga selesai, sesuai dengan nomor kontrak **001/K.B/ LPPM/STMIK-I/2022**. Pada akhir kata kami mengucapkan terima kasih kepada Ketua STMIK Indonesia Padang dan Ketua LPPM STMIK Indonesia Padang, yang telah mendorong dan terus memberikan semangat serta motivasi kepada Dosen-dosen agar terus maju dan berinovasi dalam melakukan penelitian. Semoga pengabdian ini bermanfaat bagi anggota-anggota yang ada di Kampung Akrilik kota Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti and Bulan, W. R. (2017) 'PKM Pemanfaatan Media Sosial Instagram Kelompok UKM Kuliner Depok', *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), pp. 1–15.
- Lokal, K. *et al.* (2017) 'mengenai destinasi dan atraksi wisata. Pada dasarnya, keputusan wisatawan dalam memilih sebuah destinasi terbangun justru di luar oleh hal-hal di luar industri pariwisata itu sendiri. Citra atau'.
- Rahmawan, D., Wibowo, K. A. and Maryani, E. (2018) 'Pelatihan Literasi Media Sosial Terkait Penanggulangan Hoaks Bagi Siswa Sma Di Kabupaten Bandung Barat Detta', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), pp. 2–5. Available at: <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/20404>.
- Adi Inggit Handoko, R. S. (2021). Pemberdayaan Wirausaha Melalui Digital Marketing Masyarakat Desa Menang Raya Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan. *Jurnal SEMAR*, Vol. 10 No. 1, hal. 78 – 84.
- Pongky Adhi Purnama, S. A. (2020, September). Pelatihan Fotografi Produk Untuk Klan Di Internet Saat Masa Pandemi Bersama Pemuda Tebet Melalui Daring. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2).
- Yulianto, A. (2021, Juli). Pelatihan Foto Produk Dengan Studio Mini Dari Kardus Di Warga Rt 02 Jajar, Surakarta. *Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*, Vol 2(No.2), hal 151-160. <https://www.antaranews.com>
- Pengelola, P., Asuhan, P., Upaya, D., Kedisiplinan, M., & Asuh, A. (2015). Journal of Non Formal Education and Community Empowerment (Studi Empiris Panti Asuhan Yatim Muhammadiyah Danukusumo Kabupaten, 4(2), 93–98.