

PELATIHAN PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN

Muhammad Luthfi¹, Eka Sariningsih², Azli Fahrizal³

^{1,2)} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Malahayati

Email: luthfi27@gmail.com

Abstrak

Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi. Tujuan dilakukannya pengabdian masyarakat ini adalah memberi pengetahuan tentang Media Sosial bagi para pelaku usaha dan pentingnya Media social sebagai media promosi. Manfaat dilakukannya pengabdian masyarakat ini adalah membantu pelaku usaha untuk lebih memanfaatkan media social sebagai promosi dan membantu pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Dimulai dengan registrasi atau pendaftaran peserta, lalu pukul 10.15 pelaksanaan pelatihan pengabdian kepada masyarakat dibuka oleh sambutan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Malahayati yang dilanjut sesi materi dan sesi tanya jawab dengan peserta. Kemudian diadakan sesi dokumentasi dan penyerahan cendramata sehingga pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan lancar. Setelah dilakukannya penyuluhan ini para pelaku usaha tersebut mulai memahami cara mempromosikan produknya melalui media sosial. Dan para pelaku usaha akan mengaplikasikan promosi melalui media social agar usahanya dapat berkembang.

Kata kunci : Pelatihan, Sosial Media, dan Komunikasi Pemasaran.

Abstract

Business people need effective marketing media with the aim of expanding their market share. Social media as a marketing tool is certainly related to marketing communication. In marketing communication there is a marketing mix, one of which is promotion. The main reason someone does a promotion is so that the product being marketed is increasingly known to many people. After the product is widely known, the sales results also increase. The main thing in promotion is to create an effective persuasive message to attract the attention of consumers. An effective message strategy is a message that can convey promotional objectives. The purpose of this community service is to provide knowledge about social media for business people and the importance of social media as a promotional media. The benefit of doing this community service is to help business actors to better utilize social media as promotion and to help business actors in developing their business. Starting with registration or registration of participants, then at 10.15 the implementation of community service training was opened by a speech by the Dean of the Faculty of Economics, Malahayati University, which was followed by a material session and a question and answer session with the participants. Then a documentation session and the delivery of souvenirs were held so that the implementation of community service activities ran smoothly. After this outreach, the business actors began to understand how to promote their products through social media. And business actors will apply promotions through social media so that their businesses can grow.

Keywords: Training, Social Media, and Marketing Communication.

PENDAHULUAN

Jumlah populasi negara Indonesia sebanyak 256,4 juta orang, sebanyak 130 juta orang atau sekitar 49 persen diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial (Lufthi Anggraeni, 2018) Jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat sangat beragam.

Menurut hasil riset oleh 'We Are Social' diantara banyaknya jenis media sosial tersebut, media sosial yang diminati orang Indonesia saat ini diantaranya Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter.

Berdasarkan informasi yang dimuat dalam wartakota, Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang.

Saat ini instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, selain menjadi media sosial yang banyak diminati, Instagram juga merupakan media sosial yang mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis.

Country Director Facebook Indonesia, Sri Widowati mengatakan bahwa 80% user Instagram mengikuti setidaknya satu akun bisnis. Berdasarkan data survei dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Badan Pusat Statistik (BPS), sektor ekonomi kreatif menyumbang sebanyak 7,38% dalam bidang perekonomian nasional tahun 2016 dan sektor mode memberi kontribusi sebanyak 18,15%.

Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin menyadari keberadaan industri fashion dan pentingnya berpenampilan menarik dengan mengikuti trend fashion yang sedang berkembang.

Jajak Pendapat (Jakpat) melakukan sebuah survei terhadap 1521 responden pada tahun 2015 yang berkaitan dengan 'Local brand survey'. Berdasarkan survei tersebut, sebesar 59,6% diketahui mengikuti perkembangan brand lokal Indonesia dalam dunia fashion, dan sisanya sebesar 40,37% tidak mengikuti perkembangan brand lokal.

Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran.

Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat.

Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi.

Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat diidentifikasi berbagai masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pelaku Bisnis dapat memahami pentingnya Media Sosial didalam Bisnis?
2. Bagaimana Pelaku Bisnis dapat memahami dan mengelola Media social untuk promosi?

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka perumusan masalah dalam program pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan pemanfaatan media social sebagai komunikasi pemasaran.

Tujuan

Tujuan dilakukannya pengabdian masyarakat ini adalah :

1. Memberi pengetahuan tentang Media Sosial bagi para pelaku usaha.
2. Memberi pengetahuan tentang pentingnya Media social sebagai media promosi.

Manfaat

Manfaat dilakukannya pengabdian masyarakat ini adalah :

1. Membantu pelaku usaha untuk lebih memanfaatkan media social sebagai promosi
2. Membantu pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.

METODE PELAKSANAAN

Pada tanggal 21 September 2020 adanya koordinasi pembagian topik atau materi pelatihan masing-masing kelompok. Pada tanggal 23 September tim menyiapkan bahan untuk pelatihan pengabdian kepada masyarakat. Pada tanggal 25 September 2020 persiapan panitia dalam penyusunan materi. Pada tanggal 26 September 2020 panitia saling berkoordinasi.

Pada tanggal 28 September 2020 tim melakukan observasi ke lapangan yang bertempat di Kota Metro. Pada tanggal 29 September 2020 panitia mengadakan Workshop Pemanfaatan media social sebagai komunikasi pemasaran. Pada tanggal 01 Oktober 2020 tim mengadakan brifing persiapan untuk berlangsungnya acara pelatihan.

Dari bulan Oktober 2020 sampai dengan Januari 2021 panitia melakukan pelatihan sekaligus pendampingan kepada para peserta terkait dengan pemanfaatan media social sebagai komunikasi pemasaran. Tiba pada hari pelaksanaan tanggal 4 Februari 2021 tim menyiapkan peralatan pelatihan kemudian pada pukul 10.00 kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai.

Dimulai dengan registrasi atau pendaftaran peserta, lalu pukul 10.15 pelaksanaan pelatihan pengabdian kepada masyarakat dibuka oleh sambutan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Malahayati yang dilanjut sesi materi dan sesi tanya jawab dengan peserta.

Kemudian diadakan sesi dokumentasi dan penyerahan cendramata sehingga pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan lancar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 4 Februari 2021
Pukul : 10.00 – selesai
Tempat : Kediaman Muhammad Thoharudin
Peserta : 5 orang
Materi : 1. Media Sosial
2. Promosi



Gambar 1 Pelatihan Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Komunikasi Pemasaran

Pada saat sebelum dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha kota metro masih sama dengan masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha di Indonesia yaitu masih minimnya pengetahuan media social sebagai komunikasi pemasaran.

Sehingga pelaku usaha sulit dalam mengembangkan usahanya. Namun setelah dilakukannya penyuluhan ini para pelaku usaha tersebut mulai memahami cara mempromosikan produknya melalui media sosial. Dan para pelaku usaha akan mengaplikasikan promosi melalui media social agar usahanya dapat berkembang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dengan dilaksanakannya penyuluhan mengenai “Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Komunikasi Pemasaran di Kota Metro” dapat mengaplikasikan promosi melalui media sosial dengan baik didalam usahanya agar dapat bertahan lama dan memperoleh keuntungan/laba yang meningkat serta dapat memahami fungsi media sosial, sehingga kedepanya pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya.

Saran

Berdasarkan uraian dari hasil kegiatan penyuluhan di atas maka untuk kemajuan dan perkembangan Pelaku usaha di Kota Metro, penulis memiliki saran yang diajukan khususnya kepada Aparatur atau pejabat Kota Metro dan untuk mengadakan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dalam skala besar atau melibatkan seluruh UMKM di ota Metro, sehingga nantinya keseluruhan Pelaku usaha di kota metro dapat membuat sebuah kemajuan dalam usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Puspitarini & Nuraeni. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House), 2019
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.