

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Marketing Communication* UMKM

Ilham Alfianur¹, Syahlun Fikry Riyanto², Alzi Alhuds³, Istisari Bulan Lageni⁴

¹Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

^{2, 3, 4}Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

*E-mail: ilhamalfianur6@gmail.com , istilageni@umj.ac.id

ABSTRAK

Dalam perkembangan teknologi dari masa ke masa, teknologi terus berkembang ke arah yang lebih canggih salah satunya seperti media sosial, dalam penggunaan media sosial sangatlah membantu dan mempermudah sebagai suatu media komunikasi. Media sosial yang menjadi sarana *Marketing Communication* UMKM agar masyarakat dapat memanfaatkan teknologi dengan baik. Tim kami berinisiatif untuk mengadakan penyuluhan dan pembinaan terkait Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Marketing Communication* UMKM di Kubuka Kopi & Dapur, Ruko Horizon Broadway The Icon Cisauk BSD, Tangerang. Lokasi ini dipilih karena merupakan daerah padat penduduk dan menjadikan suatu peluang untuk mendirikan berbagai macam bisnis usaha. Kegiatan berlangsung pada tanggal 30 Agustus 2023 pukul 10.00 s.d 14.00 WIB dengan materi yang disampaikan berupa “Strategi *Marketing Communication* Melalui Media Sosial” dan “Beberapa Hal yang Harus Diperhatikan Sebelum Membuat Logo Perusahaan”. Diikuti oleh 10 peserta yang berusia 40-45 tahun yang sangat antusias dengan kegiatan ini.

Kata kunci: Media, Sosial, Pemasaran, Komunikasi, UMKM

ABSTRACT

In the development of technology from time to time, technology continues to develop in a more sophisticated direction, one of which is social media, the use of social media is very helpful and makes it easier as a medium of communication. Social media is a means of Marketing Communication for UMKM so that people can make good use of technology. Our team took the initiative to conduct counseling and coaching regarding the use of social media as a Marketing Communication facility for UMKM at Kubuka Kopi & Kitchen, Ruko Horizon Broadway The Icon, Cisauk, BSD, Tangerang. This location was chosen because it is a densely populated area and provides an opportunity to set up various types of businesses. The activity took place on 30 August 2023 from 10.00 to 14.00 WIB with material presented in the form of "Marketing Communication Strategy Through Social Media" and "Some Things to Consider Before Making a Company Logo". Followed by 10 participants aged 40-45 years who were very enthusiastic about this activity.

Keywords: Media, Social, Marketing, Communication, UMKM

1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah kegiatan yang dilaksanakan dalam rangka pembelajaran dan pemberdayaan melalui kegiatan pendidikan, pengajaran, penelitian, pengabdian kepada masyarakat, dan dakwah amar ma'ruf nahi mungkar. Melalui kegiatan KKN, mahasiswa diharapkan dapat berbagi ilmu serta bantuan kepada masyarakat setepat untuk memotivasi untuk pengembangan diri. KKN merupakan kegiatan yang wajib diikuti oleh mahasiswa di sejumlah perguruan tinggi termasuk di Universitas Muhammadiyah Jakarta dalam rangka implementasi dari Catur Dharma Perguruan Tinggi Muhammadiyah yang berbasis pada nilai-nilai al-islam dan Kemuhammadiyah serta dalam rangka implementasi dari Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Pada KKN Universitas Muhammadiyah Jakarta 2023 bertema Implementasi Teologi Al-Ma'un Menuju Mahasiswa Berkemajuan.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu program wajib bagi mahasiswa di banyak perguruan tinggi di Indonesia. Program ini dirancang untuk memberikan pengalaman nyata kepada mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan akademis mereka dalam konteks kehidupan nyata di masyarakat dengan tujuan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sambil memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk tumbuh dan belajar dari pengalaman lapangan. Terkhusus pada pembahasan laporan KKN ini yang menjadi pembahasan pokok adalah literasi digital untuk mengembangkan UMKM di Indonesia.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok 30 ini dilaksanakan dengan judul "Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Marketing Communication UMKM" yang berlokasi di Kubuka Kopi & Dapur, Ruko Horizon Broadway The Icon Cisauk BSD, Tangerang". Pada program tersebut dilaksanakan penyuluhan dan pembinaan terhadap masyarakat yang bertujuan untuk memberikan literasi digital serta pemanfaatan media sosial yang baik dan benar.

Penggunaan media sosial sebagai

sarana pemasaran dan komunikasi telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Media sosial menjadi platform yang populer seperti whats app, instagram, facebook, tiktok, telegram, twitter, dll. Dengan jumlah banyaknya pengguna, konten multimedia, kemampuan berbagi, kemampuan berinteraksi, serta kepopuleran influencer yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan serta menciptakan kesan yang kuat di kalangan audiens mereka. Dengan demikian, media sosial telah menjadi alat yang sangat penting dalam strategi pemasaran dan komunikasi bisnis modern.

2. METODE PELAKSANAAN



Gambar 1. Partisipasi Mitra KKN

Metode pelaksanaan parsipatory dipilih untuk melibatkan pengusaha UMKM di Kubuka Kopi & Dapur, Ruko Horizon Broadway The Icon Cisauk BSD, Tangerang. Penyuluhan dan pembinaan dalam pemasaran melalui sosial media dilakukan dengan mengoptimalkan penggunaan bahasa persuasi dan elemen visual dari produk UMKM di Kubuka Kopi & Dapur, Ruko Horizon Broadway The Icon Cisauk BSD, Tangerang. Melalui optimalisasi penggunaan bahasa dan elemen visual diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk UMKM di Kubuka Kopi & Dapur, Ruko Horizon Broadway The Icon Cisauk BSD, Tangerang. Kegiatan yang dilaksanakan di Kubuka Kopi & Dapur, Ruko Horizon Broadway The Icon Cisauk BSD, Tangerang melakukan evaluasi untuk melihat efektivitas dan efisiensi program. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melibatkan dosen-dosen sebagai Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta di Kubuka Kopi & Dapur, Ruko Horizon Broadway The Icon Cisauk BSD,

Tangerang.



Gambar 2. Penyuluhan dan pembinaan Kepada Mitra KKN

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) tahun ini kami mengangkat tema “Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Marketing Communication* UMKM” yang menggunakan beberapa kegiatan, yaitu.

1. Observasi, pada metode observasi ini kami terjun langsung ke lokasi kegiatan dengan bertanya langsung kepada apa yang dibutuhkan dan dipersiapkan serta langsung melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN).
2. Wawancara, kami melakukan kegiatan wawancara berupa tanya jawab secara lisan seputar materi yang disampaikan. Yang bertujuan dapat memberikan pemahaman kepada para peserta mitra yaitu para pemilik UMKM terkait materi yang telah diberikan.

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat pada tanggal 30 agustus 2023 ini pada pukul 10.00 s.d 14.00 WIB dilaksanakan melalui tahapan-tahapan dalam sebagai berikut.

1. Penyuluhan dalam bentuk paparan manfaat menggunakan digital marketing bagi UMKM yang dilaksanakan di Kubuka Kopi & Dapur, Ruko Horizon Broadway The Icon Cisauk BSD, Tangerang. Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 4 jam dan diikuti oleh pengusaha UMKM maupun calon pengusaha UMKM. Partisipan yang mengikuti penyuluhan tersebut berjumlah 10 peserta yang meliputi ibu-ibu yang berusia 40-45 tahun. Pada kegiatan tersebut tim pelaksana mengadakan penyampaian materi mengenai manfaat menggunakan

digital marketing melalui sosial media seperti whats app, instagram, facebook, tiktok, telegram, twitter, dll sebagai wawasan untuk mendukung pemasaran produk UMKM secara lebih efektif dan efisien.

2. Memaparkan manfaat penggunaan bahasa persuasi dalam pemasaran melalui sosial media. Materi mengenai penggunaan bahasa persuasi ini ditujukan untuk menambah efektivitas dan efisiensi pemasaran online produk UMKM dengan 2 materi, materi pertama mengenai Strategi *Marketing Communication* Melalui Media Sosial agar mediator dapat memahami lebih lanjut terhadap penggunaan media sosial dan materi kedua mengenai Beberapa Hal yang Harus Diperhatikan Sebelum Membuat Logo Perusahaan melalui aplikasi Canva, materi mengenai pentingnya editing foto ini ditujukan untuk menambah efektivitas, efisiensi serta kreativitas pemasaran online produk UMKM.



Gambar 3. Memberi Pemaparan Materi Kepada Mitra KKN

Praktek, pada kegiatan praktek kami menggunakan cara dengan mengajarkan langsung para pemilik UMKM. Dimana mereka diajarkan tentang bagaimana cara menggunakan sosial media sebagai sarana marketing sesuai usaha yang mereka punya. Serta mereka juga diajarkan tentang bagaimana membuat atau dasar dalam menggunakan aplikasi Canva.



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab Dengan Mitra KKN

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

No	Program kerja	Pelaksanaan
1	Sosialisasi Strategi <i>Marketing Communication</i> Melalui Media Sosial	Pada hari Rabu, 30 Agustus 2023 pukul 10.30 WIB, kami melakukan sosialisasi strategi <i>Marketing Communication</i> melalui sosial media yang diikuti oleh para pemilik usaha UMKM.
2	Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva	Pada hari yang sama yaitu Rabu, 30 Agustus 2023 pukul 11.30 hingga 12.30, kami juga melakukan kegiatan pelatihan sekaligus praktek tentang dasar bagaimana membuat logo menggunakan aplikasi canva, yang diikuti juga oleh para pemilik usah UMKM.

EVALUASI PELAKSANAAN

Selama kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kubuka Kopi berjalan dengan lancar, tetapi ada beberapa evaluasi kecil. Evaluasi tersebut adalah masalah di waktu yang tidak sesuai dengan jadwal. Yang mengakibatkan kegiatan kami harus diundur beberapa menit dengan waktu yang sudah ditentukan. Tetapi kegiatan kami berjalan dengan lancar dan disambut dengan antusias oleh para pemilik usaha UMKM sampai selesai kegiatan.

4. KESIMPULAN

Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran dan komunikasi telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Media sosial menjadi platform yang populer seperti whats app, instagram, facebook, tiktok, telegram, twitter, dll. Dengan jumlah banyaknya pengguna, konten multimedia, kemampuan berbagi, kemampuan berinteraksi, serta kepopuleran influencer yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk

atau layanan serta menciptakan kesan yang kuat di kalangan audiens mereka. Dengan demikian, media sosial telah menjadi alat yang sangat penting dalam strategi pemasaran dan komunikasi bisnis modern.

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) tahun ini kami mengangkat tema “Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Marketing Communication* UMKM” yang menggunakan beberapa kegiatan yaitu wawancara, observasi dan praktek menggunakan cara dengan mengajarkan langsung para pemilik UMKM yang menghasilkan sosialisasi strategi *Marketing Communication* melalui sosial media yang diikuti oleh para pemilik usaha UMKM dan menggunakan aplikasi Canva untuk cara pembuatan logo.

UCAPAN TERIMAKASIH

Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Jakarta, Dosen Pembimbing Lapangan, Badan Pengurus Desa Pemulung sebagai mitra kerja, serta semua pihak yang membantu sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar, tepat waktu dan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Bunyamin, H., Kasih, J., Gantini, T., Marcus, T., Toba, H., Setiawan, D., & Vieri, R. (2022). Penyuluhan Pengenalan Dunia Digital Marketing Bagi Desa Cibodas. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(3), 78-84.
- Althaf. M, Romanti, Itjen.Kemdikbud, Manfaat KKN Untuk Mahasiswa <https://itjen.kemdikbud.go.id/> diakses pada 14 September 2022.
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Lembaga Pengembangan Cabang dan Ranting, <http://lpcr.muhammadiyah.or.id/>
- Pimpinan pusat Muhammadiyah, Struktur Organisasi Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Provinsi Banten, <http://banten.muhammadiyah.or.id/>
- Syaifullah, H., Putri, AN, & Firmanto, FR (2022, Oktober). PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM LINGKUNGAN MASYARAKAT BERBASIS MASYARAKAT UNTUK PENGUATAN KARAKTER DI SAUNG JINGGA PAMULANG-TENGERANG SELATAN. Dalam Prosiding Seminar

- Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat LPPM UMJ (Vol. 1, No. 1).
- Wulandari, C. E. P., Sugiatno, S., & Siswanto, S. (2020). Dampak Kuliah Kerja Nyata Dalam Pengembangan Keagamaan Bagi Remaja. *FOKUS Jurnal Kajian Keislaman dan Kemasyarakatan*, 5(2), 221.
- Yuliasari, A. D., & Hariyani, N. (2022). Opini Mahasiswa Terhadap Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Universitas Merdeka Madiun. *JURNAL SOSIAL Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 23(1), 1-11.
- Zaman, M., Oktapriandi, S., dan Masnila, N. (2019). Perbaikan Manajemen Pemasaran terhadap Peningkatan Omset Produk Tenun Songket Palembang. *APTEKMAS*, 2(1):1-8 *Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang, Statistik Daerah Kabupaten Tangerang 2021 (Tangerang 2021).*