

WORKSHOP PEMASARAN ONLINE PRODUK INDUSTRI KREATIF MELALUI MEDIA SOSIAL DI KECAMATAN CIKALONG KABUPATEN TASIKMALAYA

Prijana^{1*}, Andri Yanto², Iwan Koswara³, Neneng Komariah⁴

^{1,2,3}Prodi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

⁴Prodi Manajemen Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

E-mail : prijana@unpad.ac.id

ABSTRAK. Berdasarkan hasil penelitian kami dalam Hibah PUPT Tahun 2017 yang berjudul “Eksplorasi Model Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Jaringan Informasi Komunitas Industri Kreatif Dalam Mengatasi Kemiskinan” menunjukkan hasil bahwa belum optimalnya kegiatan promosi produk yang para pelaku industri kreatif terutama usaha kuliner. Oleh karena itu, kami berupaya untuk memberikan peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam mempromosikan produk yang mereka miliki. Tim kami memberikan pelatihan kepada 17 orang peserta terkait bagaimana mempromosikan produk industri kreatif kuliner berbasis online menggunakan media sosial yang sangat mudah digunakan dengan investasi yang tidak besar namun memiliki dampak yang luas. Metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut adalah melalui pelatihan dan pendampingan bagaimana melakukan promosi produk melalui media sosial. Hasil dari kegiatan adalah adanya peningkatan pemahaman tentang pentingnya promosi dalam kegiatan industri kreatif kuliner serta dampak dari adanya promosi menggunakan media sosial terutama menggunakan media facebook, serta para peserta dapat mempraktikkan dan membuat media promosi produk melalui facebook sebagai bagian dari kemampuan dan keterampilan praktis tentang promosi melalui media sosial dengan menggunakan perangkat telepon pintar yang terkoneksi internet dari para pelaku usaha disertai dengan bentuk pengemasan produk untuk dimuat di media sosial.

Kata kunci: Pemasaran online, Media sosial, Facebook, Produk industri kreatif, Kuliner

ABSTRACT. Based on the results of our research in 2017 PUPT Grant entitled “community empowerment Model of Exploration-based Creative Industries Community information networks in overcoming poverty” shows results that are not yet optimal promotional activities products that the actors creative industries especially culinary efforts. Therefore, we strive to provide an increase in capacity of businessmen in promoting products they have. Our team provide training to 17 people associated participants how to promote creative industry-based culinary products online using social media is a very easy to use with an investment that is not great but have a broad impact. The methods used to complete the masalah is through training and mentoring in how to do product promotion via social media. The results of the activities is to increase understanding about the importance of the promotion of industrial activities in the culinary kreatif as well as the impact of a promotion using social media primarily use facebook, as well as media participants can practice and make a media product promotion through facebook as part of practical abilities and skills about the promotion through social media by using a smart phone devices that are connected to the internet from the businessmen accompanied by form packaging products for loaded in social media.

Key words: Online Marketing, Social Media, Facebook, Craft Industry Products, Culinary

PENDAHULUAN

Berdasarkan cetak biru “*Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*” yang dikeluarkan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia menunjukkan salah satu elemen yang tergolong dalam industri kreatif adalah Sektor Industri Kuliner. Karena sektor tersebut menjadi satu dari sejumlah sektor yang dijadikan prioritas pemerintah dalam mendorong industri sebagai penggerak ekonomi nasional.

Hal ini juga didukung pula Kebijakan Kabupaten Tasikmalaya dalam menyambut Pasar Terbuka Asean khususnya perkembangan agro industri makan dan minum, kebijakan tersebut sejalan dengan program RJPMD 2016 – 2020 Kabupaten Tasikmalaya lima tahun kedepan dengan jargon ‘“Tasik Siap”’, maka diharapkan pertumbuhan dan perkembangan agro industri kuliner di Kab Tasikmalaya bukan saja bisa mensejahterakan pelaku usaha dan menjadi program unggulan.

Khusus untuk Kabupaten Tasikmalaya, khususnya

Kecamatan Cikalong, jumlah penduduk wilayah administrasi Kecamatan Cikalong mencapai 64.602 orang dengan rincian jenis kelamin laki-laki mencapai 32.048 orang dan jumlah penduduk perempuan mencapai 32.554 orang sehingga nilai sex rasionya mencapai 1.02 yang menandakan bahwa jumlah penduduk perempuan lebih banyak dari pada jumlah penduduk laki-laki. Hal ini menandakan bahwa perempuan dapat memberikan kontribusi dalam membantu usaha rumah tangga melalui produksi usaha kreatif rumahan.

Kecamatan Cikalong terkenal dengan makanan khasnya yaitu opak dan gulampo, sayangnya produk ini masih belum dikelola dengan baik, padahal jika dikelola dengan baik produk ini mampu memberdaya tarik yang luar biasa. Pelaku industri makanan yang ada di Kecamatan Cikalong pada tahun 2015 berjumlah 158 orang yang tersebar di seluruh desa yang ada di Kecamatan Cikalong.

Berdasarkan hasil penelitian kami dalam Hibah PUPT Tahun 2017 yang berjudul “Eksplorasi Model

Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Jaringan Informasi Komunitas Industri Kreatif Dalam Mengatasi Kemiskinan” menunjukkan hasil bahwa belum optimalnya kegiatan promosi produk yang para pelaku industri kreatif terutama usaha kuliner. Oleh karena itu, kami berupaya untuk memberikan peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam mempromosikan produk yang mereka miliki dalam ekosistem kuliner. Ekosistem kuliner, yaitu sebuah sistem yang menggambarkan hubungan saling ketergantungan (*interdependent relationship*) antara setiap peran di dalam proses penciptaan nilai kreatif dan lingkungan sekitar yang mendukung terciptanya nilai tersebut. (Lazuardi & Triady, 2015).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat masalah dalam hal keterbatasan masalah promosi produk yang mereka produksi. Untuk itu, kami berencana memberikan pelatihan bagaimana mempromosikan produk industri kreatif kuliner berbasis online menggunakan media sosial yang sangat mudah digunakan dengan investasi yang tidak besar namun memiliki dampak yang luas, salah satu media yang digunakan adalah jejaring sosial facebook. Menurut Rusmana (2015), media sosial juga sudah banyak berperan dalam bidang ekonomi dan perdagangan dengan kemampuannya mendukung kegiatan pemasaran produk sampai pada kegiatan jual beli. Metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut adalah melalui pelatihan dan pendampingan bagaimana melakukan promosi produk melalui media sosial. Kegiatan ini juga melibatkan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tasikmalaya sebagai pembina UMKM yang ada di Wilayah Kabupaten Tasikmalaya.

METODE

Metode pelaksanaan PPM ini adalah dengan memberikan bimbingan teknis dan pelatihan promosi melalui media sosial melalui metode ceramah, demonstrasi dan tanya jawab serta praktek. Metode pelatihan merupakan salah satu kegiatan instruksional dengan menggunakan berbagai metode yang ada.

Metode pelatihan merupakan salah satu kegiatan instruksional dengan menggunakan berbagai metode yang ada. Menurut Syah (1995) menyatakan bahwa metode pengajaran (instruksional) dapat berbentuk ceramah, demonstrasi, diskusi serta praktik yang bertujuan untuk memberikan pemahaman pengetahuan, pemahaman aplikasi, dan pemahaman analisis, sintesis, serta evaluasi.

Secara garis besar, metode pelaksanaan kegiatan PKM ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Metode/pendekatan praktik serta demonstrasi, kegiatan ini menggunakan pendekatan secara langsung mengajak para peserta mengimplementasikan atau mempraktikkan dalam membuat media promosi menggunakan media sosial.
2. Metode ceramah, ditambah dengan mengarahkan

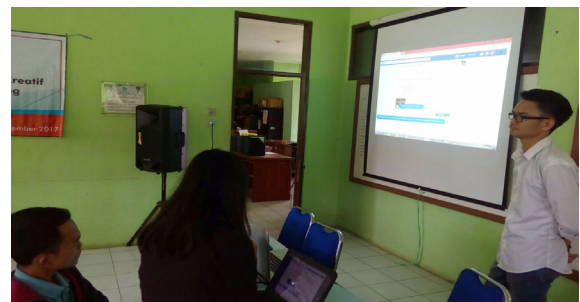
para peserta untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan ceramah seperti melalui diskusi berdasarkan masalah serta studi kasus yang ada di masing-masing perpustakaan ataupun simulasi.

3. Metode pengumpulan *feedback*, melalui pengumpulan berbagai respons dari para peserta yang telah mendapatkan materi dan pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

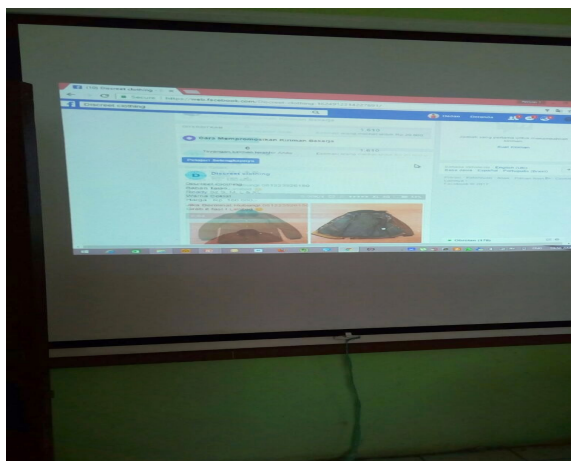
Kegiatan puncak PPM ini dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 9 September 2017 di Ruang Pertemuan Kantor Kecamatan Cikalong, Kabupaten Tasikmalaya. Pelaksanaan PKM ini diikuti oleh 17 orang pelaku industri kreatif yang ada di wilayah Cikalong serta melibatkan pihak PKK dari Kecamatan Cikalong. Pada acara tersebut, kegiatan dibuka oleh Bapak Camat Cikalong Kabupaten Tasikmalaya, yang kemudian dilanjutkan oleh sambutan ketua pelaksana PPM yaitu Bpk. Prijana, M.Si.

Pada pelaksanaan tersebut, metode yang digunakan berbagai metode yang dijabarkan sebagai berikut: Metode/pendekatan praktik serta demonstrasi, kegiatan ini menggunakan pendekatan secara langsung mengajak para peserta langsung mempraktikkan pembuatan media promosi industri kreatif dengan membuat akun facebook dan mengimplementasikan atau mempraktikkannya secara langsung tahap demi tahap sampai pada pengemasan produk yang dimiliki untuk dipublish di media sosial tersebut. Metode lainnya yang digunakan pada pelaksanaan PPM tersebut adalah penggunaan metode ceramah, ditambah dengan mengarahkan para peserta untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan ceramah seperti melalui diskusi berdasarkan masalah serta studi kasus pada masing-masing usaha yang mereka geluti. Serta metode lainnya adalah pengumpulan *feedback* guna mengumpulkan berbagai respons dari para peserta yang telah mendapatkan materi dan pelatihan.



Gambar 1. Pembuatan Akun dan Promo Produk dengan Facebook oleh Peserta dengan Pendampingan dari Mahasiswa

Peserta PPM sangat antusias mengikuti kegiatan PPM serta fokus pada materi yang disampaikan oleh para pemateri. Peserta juga diberi kesempatan untuk mempraktikkan pembuatan media sosial serta mempublikasikan serta mempromosikan produk-produk yang telah mereka miliki, lalu para peserta diberikan bekal keterampilan terkait dengan produksi foto untuk publikasi produk yang mereka akan pasarkan tentang



Gambar 2. Akun untuk Promosi Produk yang Dibuat Salah Seorang Peserta PPM

bagaimana mengambil foto produk yang baik dan layak untuk dipublikasikan di media sosial menggunakan perangkat seadanya, yaitu smart phone yang berbasis aplikasi android dengan launcher atau aplikasi pengolah foto yang dapat diperoleh di Google Play.

Adapun hasil dari PPM ini adalah adanya peningkatan pemahaman tentang pentingnya promosi dalam kegiatan industri kreatif kuliner serta dampak dari adanya promosi menggunakan media sosial terutama menggunakan media facebook, serta para peserta dapat mempraktikkan dan membuat media promosi produk melalui facebook sebagai bagian dari kemampuan dan keterampilan praktis tentang promosi melalui media sosial dengan menggunakan perangkat telepon pintar yang terkoneksi internet dari para pelaku usaha disertai dengan bentuk pengemasan produk untuk dimuat di media sosial. Penggunaan media sosial ini sangatlah tepat berdasarkan pernyataan Lazuardi dan Triady (2015) yang menyatakan bahwa: dukungan kegiatan promosi sangat penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk kuliner dan mendorong mereka untuk mencobanya. Promosi juga dapat dilakukan dengan membuat iklan di media. Dunia maya pun menjadi salah satu media dalam proses komersialisasi. Perkembangan media informasi memberikan banyak manfaat dan peluang, mulai dari mempromosikan hingga menjual berbagai produk kuliner. Penggunaan jejaring sosial merupakan salah satu cara yang cukup efektif dan berbiaya rendah yang dapat digunakan.

Beberapa indikator yang dapat terlihat dari capaian yang diperoleh dari kegiatan PPM ini dapat tergambar pada tabel pencapaian kegiatan PPM, sebagai berikut:

No	Indikator	Base Line (sebelum kegiatan)	Pencapaian Setelah Kegiatan
1	Pengetahuan Para Pelaku Usaha	Minimnya pengetahuan para pelaku usaha tentang promosi produk	Meningkatnya pengetahuan tentang promosi produk
2	Kemampuan Teknis tentang pembuatan bahan promosi dan kegiatan promosi	Minimnya Kemampuan Teknis tentang pembuatan bahan promosi dan kegiatan promosi	Memiliki Kemampuan Teknis tentang pembuatan bahan promosi dan kegiatan promosi
3	Kemampuan membuat akun media sosial dan melakukan promosi produk	Minimnya Kemampuan membuat akun media sosial dan melakukan promosi produk	Memiliki kemampuan membuat akun media sosial dan melakukan promosi produk yang efektif dan efisien

SIMPULAN

Hasil dari kegiatan adalah adanya peningkatan pemahaman tentang pentingnya promosi dalam kegiatan industri kreatif kuliner serta dampak dari adanya promosi menggunakan media sosial terutama menggunakan media facebook, serta para peserta dapat mempraktikkan dan membuat media promosi produk melalui facebook sebagai bagian dari kemampuan dan keterampilan praktis tentang promosi melalui media sosial dengan menggunakan perangkat telepon pintar yang terkoneksi internet dari para pelaku usaha disertai dengan bentuk pengemasan produk untuk dimuat di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Indonesia. Departemen Komunikasi dan Informatika. 2008. *Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia, 2025: rencana pengembangan ekonomi kreatif Indonesia, 2009-2015*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika, Republik Indonesia.
- Lazuardi, M. & Triady, M. S. 2015. *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. Jakarta: Republik Resolusi
- Rusmana, A. (2015). Penipuan dalam interaksi melalui media sosial (Kasus Peristiwa Penipuan melalui Media Sosial dalam Masyarakat Berjejaring). *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 3(2), 187-194. doi:<http://dx.doi.org/10.24198/jkip.v3i2.9994>
- Syah, M. 2002. *Psikologi Pendidikan: Dengan Pendekatan Baru*. Bandung: Rosdakarya.