

## PELATIHAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN INTERNET SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK DESA CIJEMIT

Heru Budianto<sup>1)</sup>, Aji Permana<sup>2)</sup>, Dede Irawan<sup>3)</sup>, Adam Nurfauzan Subiyanto<sup>4)</sup>, Mita Hanifah Salma<sup>5)</sup>

<sup>1-5</sup> Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan

email: <sup>1</sup>[heru.budianto@uniku.ac.id](mailto:heru.budianto@uniku.ac.id), <sup>2</sup>[aji.permana@uniku.ac.id](mailto:aji.permana@uniku.ac.id), <sup>3</sup>[dede.irawan@uniku.ac.id](mailto:dede.irawan@uniku.ac.id),  
<sup>4</sup>[20190910117@uniku.ac.id](mailto:20190910117@uniku.ac.id), <sup>5</sup>[20190910074@uniku.ac.id](mailto:20190910074@uniku.ac.id)\*

### Abstract

*Promotion is a support in product marketing and sales. Promotion aims to ensure products are distributed to consumers. Cijemit Village is a village in the Ciniru Kuningan sub-district, West Java, which has village potential both in terms of culinary and tourism produced both individually and in groups. But so far the product is still not widely known due to the limited media promotion and marketing area. So far, people in Cijemit village are familiar with e-commerce sites, social media and others, but their use is still not optimal and limited for entertainment consumption and online shopping with COD's system. Service activities carried out using training methods that contain the delivery of material and direct practice by the participants. The seminars and training activities held are aimed at providing knowledge, insight, and knowledge in the use of social media for the promotion of the resulting products so that they can develop. The implementation of this activity includes providing understanding, insight, knowledge and skills in managing promotions using social media in this case Facebook, Instagram and blogs. The results of the implementation of service activities are: 1) an increase in knowledge, insight and knowledge in the use of social media as a promotional media 2) an increase in awareness of the use of social media in improving people's welfare.*

**Keywords:** Cijemit, social media, training, products

### Abstrak

*Promosi adalah penunjang dalam pemasaran dan penjualan produk. Promosi bertujuan untuk memastikan produk tersalurkan kepada konsumen. Desa Cijemit adalah sebuah desa di kecamatan Ciniru Kuningan Jawa Barat yang memiliki potensi desa baik dari sisi kuliner maupun wisata yang dihasilkan baik secara perseorangan maupun kelompok. Namun sejauh ini produk tersebut masih belum banyak dikenal dikarenakan media promosi dan area pemasaran masih terbatas. Selama ini masyarakat di desa cijemit sudah mengenal situs e-commerce, media sosial dan lainnya, namun pemanfaatannya masih kurang optimal dan terbatas untuk konsumsi hiburan dan belanja online dengan sistem COD. Kegiatan pengabdian yang dilakukan menggunakan metode pelatihan yang berisi penyampaian materi dan praktek langsung oleh para peserta. Kegiatan seminar dan pelatihan yang diselenggarakan bertujuan untuk memberikan keilmuan, wawasan, dan pengetahuan dalam penggunaan media sosial untuk promosi produk yang dihasilkan agar dapat berkembang. Pelaksanaan kegiatan ini meliputi pemberian pemahaman, wawasan, keilmuan dan keterampilan dalam pengelolaan promosi menggunakan media sosial dalam hal ini facebook, Instagram dan blog. Hasil pelaksanaan pengabdian yaitu : 1) adanya peningkatan keilmuan, wawasan dan pengetahuan dalam penggunaan media sosial sebagai media promosi 2) adanya peningkatan kesadaran akan pemanfaatan media sosial dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.*

**Kata kunci :** Cijemit, media sosial, pelatihan, produk

## 1. PENDAHULUAN

Dewasa ini penggunaan internet terutama media sosial sangat tinggi, hal tersebut terlihat dari pengguna aktif media sosial di negara Indonesia sebanyak 170 Juta orang atau sekitar 61,8 % dari populasi keseluruhan penduduknya[1]. Media sosial yang dipergunakan beraneka ragam diantaranya youtube, facebook, instagram, twitter, dan lainnya. Media yang paling banyak diminati di Indonesia adalah facebook dan instagram.

Promosi merupakan alat komunikasi untuk menyampaikan pesan mengenai barang-barang, jasa ataupun ide-ide yang ditujukan kepada khalayak ramai yang merupakan calon pembeli dari produk tersebut[2]. Promosi sendiri bertujuan untuk memberikan pengaruh kepada konsumen untuk melakukan proses pembelian dan Kerjasama. Jadi promosi memiliki peran yang sangat penting dalam upaya peningkatan penjualan.

Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Pemasaran saat ini telah merambah ke dunia media sosial[3]. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran[4]. Saat ini media sosial tidak hanya dipergunakan sebagai sarana hiburan tetapi dapat dipergunakan sebagai media promosi. Hal tersebut ditandai dengan adanya fitur iklan di beberapa media sosial. Namun kebanyakan orang awam masih belum mengetahui akan fitur iklan tersebut. Disamping fitur iklan media sosial dapat dijadikan media promosi secara gratis yaitu dengan cara posting produk dan lainnya. Namun kendalanya adalah pemilik akun harus memiliki banyak follower atau dengan cara endorsement.

Desa Cijemit merupakan salah satu desa yang berada di bawah naungan kecamatan Ciniru Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat. Luas wilayah desa cijemit adalah 433,785 hektar dengan 30% nya merupakan lahan persawahan. Adapun jumlah penduduk desa cijemit sekitar 2385 orang dengan mayoritas pencaharian warganya sebagian besar adalah petani, sebagian kecil PNS dan perantauan. Gotong royong dikalangan

masyarakat masih berjalan dengan baik. Terbukti dengan kegiatan bergotong royong dalam membangun rumah, perbaikan saluran air, menengok orang sakit, juga musibah kematian. Dalam bidang seni budaya tradisional, untuk melestarikan seni karuhun, di Desa Cijemit sejak tahun 2001 telah dibudidayakan kembali “seni salawatan (Gemyungan)” yang sekarang ini seni tradisional ini hampir punah. dimana ada acara muludan atau hajatan, seni salawatan ini dipentaskan. Namun pada tahun 2017 dan 2018 terdapat kelompok karang taruna yang ada di desa cijemit berhasil mewujudkan beberapa program diantaranya terkait daerah wisata sehingga muncul resto dan tempat seperti offroad, serta UMKM yang bergerak pada produk makanan yang terdiri dari olahan serbuk wedang jahe, aneka keripik seperti keripik cimol, keripik gadung dan keripik tempe serta usaha lainnya seperti pembuatan buwu dan perbaikan lintar (jaring untuk menangkap ikan).

Keberadaan produk dan usaha yang ada di desa cijemit kurang dikenal luas. Sehingga menyebabkan produk-produk tersebut hanya bisa dipasarkan di daerah cijemit. Adapun beberapa pelaku usaha mulai memasarkan di luar desa cijemit dengan cara yang sederhana yaitu menawarkan secara langsung dengan sistem titip. Fenomena seperti ini menjadikan produk yang ada sulit untuk berkembang dan bersaing dengan produk lainnya. Dikhawatirkan jika tetap berlanjut maka produk akan hilang dikarenakan kalah bersaing dengan produk lainnya.

Media sosial sudah dikenal oleh warga masyarakat desa cijemit namun pemanfaatannya masih dalam lingkup hiburan semata. Hal tersebut cukup disayangkan dikarenakan dengan banyak pelaku usaha yang sukses memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk yang dihasilkan. Selain itu pengetahuan akan promosi seperti iklan masih minim sehingga tidak banyak media sosial yang mempromosikan produk. Selain itu marketplace dan media sosial justru membuat masyarakat konsumtif membeli barang dari luar desa. Fenomena ini perlu untuk diatasi dengan pemberian ilmu pengetahuan, wawasan, dan keterampilan dalam penggunaan media

sosial dalam upaya peningkatan promosi dan penjualan produk hasil desa warga cijemit.

Pelatihan adalah upaya dalam pemberian keilmuan, wawasan, pengetahuan dan keterampilan tertentu kepada peserta dalam durasi waktu yang singkat kepada peserta dalam hal ini masyarakat, ibu-ibu PKK dan pelaku usaha di desa cijemit. Pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan potensi yang ada di desa cijemit sehingga dapat dikenal lebih luas lagi.

## 2. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh pada saat pengumpulan data yakni melalui metode wawancara, observasi dan studi literatur dapat diidentifikasi permasalahan yang ada yaitu sebagai berikut:

- a. Desa Cijemit memiliki potensi baik dari sektor pariwisata dan produk usaha di bidang makanan namun terkendala dalam hal promosi. Kegiatan promosi yang sedang berjalan belum dilakukan secara optimal baik secara manual dan berbasis teknologi.
- b. Penggunaan media sosial di desa cijemit masih didominasi sebagai hiburan dan pembelajaran di masa pandemic.
- c. Aplikasi marketplace dipergunakan bukan untuk kegiatan promosi namun menjadikan masyarakat menjadi konsumtif.
- d. Kurangnya wawasan pengetahuan akan promosi baik konvensional maupun dengan menerapkan teknologi seperti media sosial dan marketplace.

Adapun solusi permasalahan diatas adalah dengan mengadakan seminar dan pelatihan. Kegiatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan wawasan, pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan media sosial dan marketplace untuk peningkatan promosi dan pemasaran produk dalam bentuk seminar dan pelatihan. Kegiatan seminar dilaksanakan dalam rangka pemberian wawasan dan pengetahuan sedangkan pelatihan adalah untuk pendampingan dalam rangka meningkatkan keterampilan dalam hal promosi berbasis media sosial dan marketplace.

## 3. METODELOGI PELAKSANAAN

Metode yang digunakan adalah pelatihan yang disertai dengan ceramah, demonstrasi, praktek langsung dengan menggunakan handphone maupun laptop oleh para peserta [5]. Implementasi pelatihan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah dengan pemberian informasi, pengenalan dan praktek langsung dalam pemanfaatan media sosial untuk kegiatan promosi produk yang dihasilkan oleh masyarakat desa cijemit kecamatan ciniru.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan. Adapun tahapan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

- a. Persiapan yang meliputi : pengumpulan data dengan mempergunakan metode observasi, wawancara dan studi Pustaka. Penyusunan bahan/materi pelatihan yang meliputi pengenalan media sosial dan pemanfaatannya, penggunaan media sosial dalam kegiatan promosi.
- b. Pelaksanaan kegiatan yang terdiri dari :
  - 1) Pembukaan dan sambutan baik dari perwakilan desa dan dekan fakultas ilmu komputer serta perkenalan tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
  - 2) Penyampaian materi oleh tim yang merupakan Dosen-dosen Program Studi Sistem Sistem Informasi S1 mengenai pemanfaatan media sosial dalam mendukung kegiatan pemasaran produk, kisah sukses penggunaan media sosial dalam peningkatan usaha, *e-commerce* dan teknik promosi baik berbayar ataupun tidak menggunakan media sosial.
  - 3) Pelatihan penggunaan media sosial dalam kegiatan promosi facebook dan Instagram. Dalam proses ini peserta mempraktekkan bagaimana proses promosi menggunakan media sosial dengan didampingi oleh mahasiswa Program Studi Sistem Informasi
- c. Diskusi dilaksanakan setelah kegiatan berlangsung untuk membahas kekurangan dan rencana tindak lanjut kedepannya.
- d. Penutupan dan dokumentasi kegiatan.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat (PKM) di desa Cijemit dilaksanakan di ruangan aula balai desa Cijemit dengan dihadiri oleh 42 warga masyarakat. Kegiatan ini dibuka oleh perwakilan dari Kecamatan Ciniru dan dihadiri oleh Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan serta dibantu oleh mahasiswa HIMA Sistem Informasi FKOM UNIKU.



**Gambar 1.** Pembukaan PKM

Kegiatan pengabdian diawali dengan pemberian pertanyaan secara langsung kepada para peserta terkait penggunaan teknologi di masyarakat, penggunaan media sosial, dan e-commerce untuk peningkatan promosi usaha dan lainnya. Berdasarkan pertanyaan tersebut didapatkan:

- a. Sebagian besar masyarakat telah menggunakan smartphone namun penggunaannya masih terbatas
- b. Sebagian besar masyarakat yang menggunakan smartphone telah mengenal media sosial seperti Instagram, facebook, twitter, youtube dan lainnya dibuktikan dengan kepemilikan akun pada media sosial yang ada.
- c. Sebagian besar media sosial dipergunakan untuk hiburan
- d. Masyarakat telah mengenal marketplace seperti shoope, Lazada, bukalapak dan lainnya namun penggunaannya sebatas untuk konsumtif dan dilakukan dengan sistem COD. Penggunaan marketplace untuk promosi bisnis dan penjualan masih minim.

Kemudian setelah itu dilaksanakan kegiatan penyampaian materi terkait implementasi teknologi dalam berbagai bidang khususnya usaha dan bisnis, contoh-contoh penggunaan media sosial yang sukses mendongkrak bisnis serta pengetahuan akan keamanan penggunaan teknologi informasi

agar terhindar dari berbagai macam kejahatan. Dalam pelatihan ini dijelaskan mengenai bagaimana pembuatan iklan di facebook dan Instagram. Selain itu pengelolaan postingan agar dapat dipergunakan sebagai media iklan untuk pemasaran produk dan jasa di desa cijemit.



**Gambar 2.** Kegiatan Pelatihan

Peserta kegiatan terlihat sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini dengan menyimak dan secara aktif bertanya apabila ada yang kurang difahami baik tata cara atau materi yang disampaikan. Penggunaan metode ini dinilai efektif dalam meningkatkan keterampilan pesertannya.

Kegiatan diskusi dan evaluasi yang dilaksanakan di akhir kegiatan menghasilkan beberapa saran dan masukan untuk kegiatan selanjutnya diantaranya:

- a. Perlu adanya kegiatan berikutnya baik pelatihan maupun pendampingan agar ke depannya semua peserta dapat mengimplementasikannya
- b. Perlu adanya pelatihan mengenai penggunaan teknologi seperti komputer desain dan editing untuk menunjang kegiatan promosi.

#### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah diselenggarakan di desa Cijemit didapatkan beberapa kesimpulan:

- a. Adanya peningkatan sebesar 37% baik dari wawasan, pengetahuan, dan keterampilan peserta dalam penggunaan teknologi dan media sosial dalam upaya promosi produk desa.
- b. Meningkatnya keterampilan peserta dalam promosi menggunakan media sosial.



- c. Pelaksanaan pelatihan berjalan dengan lancar dan memberikan dampak positif bagi masyarakat desa cijemit
- d. Kendala pelatihan adalah keterbatasan waktu sehingga pelatihan blog belum tersampaikan.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menghaturkan spuji syukur ke hadirat Allah SWT atas kesuksesan penyelenggaraan kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat di desa Cijemit. Terimakasih diucapkan kepada semua pihak yang terkait diantaranya aparat desa dan ibu-ibu PKK desa Cijemit, masyarakat desa cijemit, yang sangat antusias terhadap kegiatan ini. Tak lupa terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak Universitas Kuningan atas dukungan baik administasi dan pendanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sehingga bisa terlaksana sebagai mana mestinya.

## 7. REFERENSI

- [1] C. Stephanie, "Berapa lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari?," *www.tekno.kompas.com*, 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari?page=all>. [Accessed 21 11 2021]. (accessed Nov. 21, 2021).
- [2] K. Rusman, D. Desie, M. D. Warouw, and D. Yuriewaty, "Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Produk," *Acta Diurna*, vol. IV, no. 5, p. 7, 2015, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/viewFile/9455/9028>.
- [3] M. S. et al Sofiyana, "Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM di Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar," *Aptekmas J. Pengabdi. Kpd. Masy*, vol. 4, no. 4, pp. 96–100, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/3556/1732>.
- [4] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)," *J. Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, 2019, [Online]. Available: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>.
- [5] S. C. Simamora, R. I. Permatasari, F. Ekonomi, U. Dirgantara, and M. Suryadarma, "Pelatihan Aplikasi Keuangan AKUNTANSIKU Bagi UMKM Binaan Wahana Visi Indonesia Jakarta," *Aptekmas J. Pengabdi. Kpd. Masy*, vol. 4, no. 3, pp. 94–98, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/3968/1648>.