



PELATIHAN PEMASARAN PUDING MELALUI MEDIA SOSIAL BAGI IBU-IBU WARGA ASRAMA BRIMOB AMPELDENTO KABUPATEN MALANG

¹Ellyn Eka Wahyu, ²Pudji Herijanto, ³Masreviastuti, ⁴Halid Hasan, ⁵Ahmad Suyono

¹²³⁴⁵Politeknik Negeri Malang

¹Email Address kaellyn@gmail.com; ²Email Address pakherijanto@gmail.com; ³Email Address masreviastuti@gmail.com; ⁴Email Address hasanhalid@yahoo.com; ⁵Email Address ahmadsuyono@gmail.com

Abstract

Since 2018, social media had grown very rapidly. But in facts, this potential had not been maximized because according to APJII data, only 1.9 percent of people use social media to increase their income through selling online. In the Asrama Brimob Detasemen B, Ampeldento, Kabupaten Malang, there are many wives of soldiers who was housewives that did not have any skills and also had income steadyness. In addition, the second problem was that there are many wives of soldiers that only know about using social media as an activity to expand their friends. They also did not understand how to use social media as a tools of promoting and selling products, so it was hoped that it could be a source of additional income for the soldier's wife. From this problems, the Community Service Team (PkM) provided an alternative by giving a training to sold various Pudding Product Marketing Training by using Instagram social media so that the markets will be wider. All participants were able to practice from the training results, by selling products such as cakes and puddings through Instagram social media to the general public. We also hoped that they could increased the income in the future.

Keywords: *Digital Marketing, Instagram, Soldier's Wife*

Abstrak

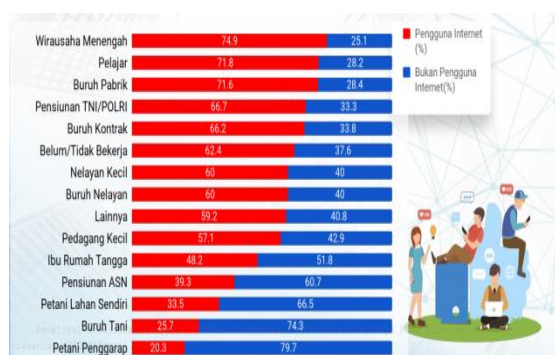
Sejak tahun 2018, media sosial berkembang sangat pesat. Namun pada kenyataannya, potensi tersebut masih belum dimaksimalkan karena menurut data APJII hanya terdapat 1,9 persen masyarakat yang memanfaatkan media sosial untuk menambah penghasilan melalui berjualan secara online. Pada Asrama Brimob Detasemen B Ampeldento Kabupaten Malang, terdapat banyak istri prajurit sebagai Ibu Rumah Tangga yang tidak memiliki keterampilan dan sumber penghasilan tetap. Selain itu permasalahan mitra yang kedua adalah terdapat banyak istri prajurit yang hanya sebatas tahu dalam hal menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menjalin pertemanan. Mitra belum memahami bagaimana penggunaan media sosial sebagai sarana untuk melakukan promosi dan penjualan produk, sehingga diharapkan dapat menjadi sumber penghasilan tambahan bagi istri prajurit tersebut. Dengan melihat hal tersebut, maka Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) memberikan alternatif dengan memberikan Pelatihan Pemasaran Produk Aneka Puding dengan menggunakan media sosial Instagram agar jangkauan pemasarannya lebih luas. Seluruh peserta mampu mempraktekkan hasil dari bimbingan dan penyuluhan tersebut, dengan memasarkan produk seperti

Kue dan Puding melalui media sosial *Instagram* kepada khalayak umum dengan harapan dapat menambah penghasilan Istri Prajurit secara *continue* kedepannya.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Instagram, Istri Prajurit

PENDAHULUAN

Hampir seluruh masyarakat Indonesia telah mampu mengakses internet. Asosiasi Pengusaha Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam laporan yang berjudul Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet di Indonesia mengungkapkan bahwa sebesar 171,71 juta dari 260 juta warga Indonesia telah menggunakan internet. Namun dalam laporan tersebut juga terdapat informasi bahwa pedagang kecil dan ibu rumah tangga masih belum memanfaatkan secara maksimal tentang penggunaan internet dan media sosial. Hal ini dapat dilihat melalui gambar berikut :



Gambar 1. Profil Pengguna Internet Berdasarkan Jenis Profesi

Sumber: Laporan APJII Tahun 2018

Tampak pula pada gambar 1 bahwa masih banyak Ibu rumah tangga yang belum mampu mengakses internet.

Hal ini menandakan bahwa masih banyak kaum ibu rumah tangga yang masih belum merasakan manfaat dari internet dan terberdayakan secara mandiri dengan memanfaatkan media sosial yang berkembang saat ini.

Hadirnya internet sebagai media massa baru, yang dapat dimanfaatkan dalam bentuk komunikasi lainnya seperti halnya komunikasi organisasi dan komunikasi antar personal. Selain mencari informasi tentunya pengguna internet juga memanfaatkan untuk sarana sosialisasi dan menjalin hubungan dengan sesama penggunanya (Borchers: 2005). Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial (Atmoko, 2012).

Berdasarkan paparan analisis situasi diatas, maka dapat dijelaskan bahwa permasalahan yang sedang dihadapi mitra antara lain bahwa di Asrama Brimob Detasemen B Ampeldento Kabupaten Malang, terdapat banyak istri prajurit sebagai Ibu Rumah

Tangga yang tidak memiliki keterampilan dan sumber penghasilan tetap. Selain itu permasalahan mitra yang kedua adalah terdapat banyak istri prajurit yang hanya sebatas tahu dalam hal menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menjalin pertemanan. Mitra belum memahami bagaimana penggunaan media sosial sebagai sarana untuk melakukan promosi dan penjualan produk, sehingga diharapkan dapat menjadi sumber penghasilan tambahan bagi istri prajurit tersebut.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Metode yang dilakukan oleh pelaksana kegiatan PKM antara lain: (1) *transfer pengetahuan* yang diberikan dengan metode penyampaian materi yang sesuai dengan memberikan contoh-contoh dalam bentuk nyata, misalnya membuat postingan yang menarik di Instagram ; (2) Diskusi dan Tanya Jawab yang dilaksanakan untuk memberi kesempatan kepada khalayak sasaran dalam mengetahui dan memahami tentang materi yang diberikan atau disampaikan serta membangun komunikasi dan hubungan yang lebih baik antar pelaksana PkM dan khalayak sasaran. Dalam penyampaian materi, Pelaksana PkM terlibat secara langsung membantu Ibu-ibu dalam menyampaikan

materi, dengan menggunakan bahasa Indonesia, dan diselingi bahasa yang mereka gunakan sehari-hari serta menjaga situasi tetap formal tapi santai, bagaimana mempengaruhi khalayak sasaran namun tidak terlihat dan terkesan menggurui mereka.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) tahun 2020 ini dilaksanakan di Asrama Brimob Batalyon B Pelopor Satbrimob Polda Jatim RT. 13 RW. 03 Kelurahan Ampeldento, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang. Peserta kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah para ibu-ibu istri anggota brimob yang tergabung dalam Organisasi Bhayangkari Batalyon B Pelopor Satbrimob Polda Jatim dengan kriteria merupakan Ibu Rumah Tangga (IRT) dan belum memiliki penghasilan yang tetap. Mengacu kepada kriteria tersebut, maka jumlah peserta kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berjumlah 15 orang peserta. Kegiatan PKM ini dilakukan pada tanggal 29 Juli 2020, dimulai pukul 08.00 WIB dan diakhiri pada pukul 14.00 WIB.



Gambar 2. Situasi Pelaksanaan Saat Memberikan Presentasi

Sumber : Dokumentasi Tim PkM, 2020

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum peserta diizinkan untuk mulai mengeksplorasi penggunaan instagram, kami selaku pelaksana kegiatan PKM memberikan gambaran kepada ibu-ibu bhayangkari mengenai profil pengguna internet di Indonesia melalui gambar yang dipublikasi oleh APJII di tahun 2018. Setelah ibu-ibu bhayangkari mengetahui dasar pentingnya pemanfaatan instagram untuk pemberdayaan bhayangkari melalui kegiatan berjualan produk online, maka selanjutnya kami selaku pelaku PKM beranjak pada tahap selanjutnya yakni memperkenalkan istilah-istilah yang sering digunakan dalam media sosial instagram

Langkah ketiga, setelah peserta kegiatan PKM mengetahui istilah-istilah yang familiar pada Instagram maka selanjutnya adalah peserta akan terjun langsung untuk membuat akun

instagram. Gambar 2, Gambar 3, Gambar 4, Gambar 5, Gambar 6, Gambar 7 berikut dibawah ini.

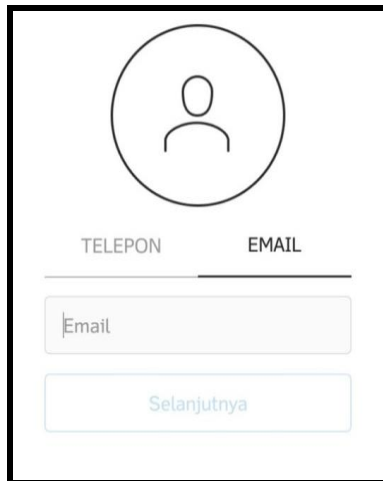
A. Pertama, calon admin memasang aplikasi Instagram pada *gadget* yang dimiliki oleh calon admin akun Instagram tersebut. Langkah kedua, klik buka akun dengan memasukkan *email* dan nomor telepon yang bisa diakses oleh *netizen*.



Gambar 3. Lay Out Interface Media Sosial Instagram.

Sumber: www.instagram.com

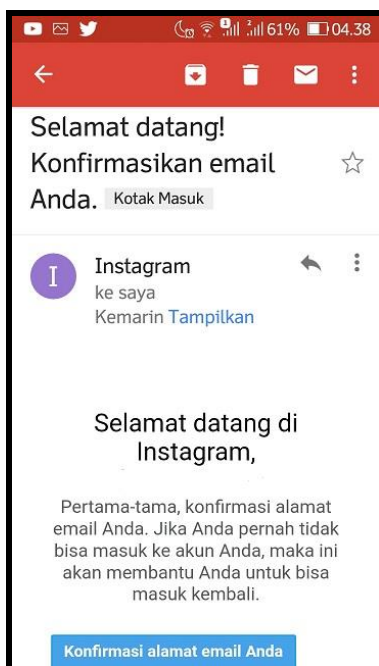
B. Setelah akun *email* dan nomor telepon sudah dimasukkan, maka langkah selanjutnya adalah menekan tombol “selanjutnya” untuk bisa beralih ke langkah selanjutnya.



Gambar 4. Lay Out Input Email Instagram.

Sumber: www.instagram.com

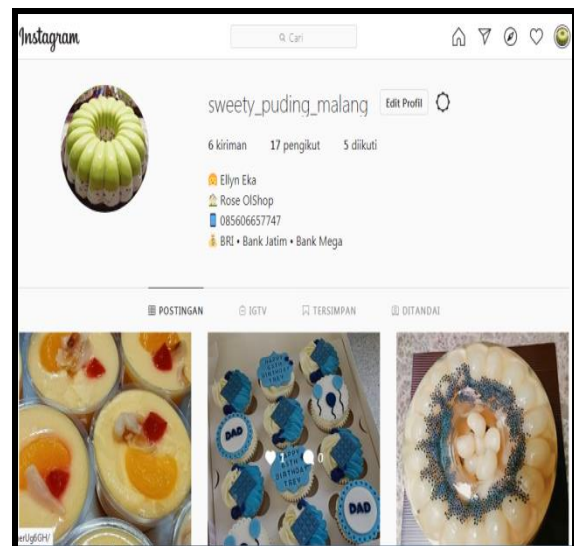
C. Melakukan Konfirmasi Email untuk Konfirmasi Akun *Instagram*. Langkah ini dilakukan dengan cara membuka akun email pada website, kemudian melakukan konfirmasi dengan cara melakukan klik pada tombol konfirmasi akun.



Gambar 5. Lay Out Konfirmasi Email Akun Instagram.

Sumber: www.gmail.com

D. Setelah akun email berhasil diverifikasi, langkah selanjutnya adalah memasukkan data-data bio yang terkait dengan lokasi usaha, *contact person*, dan alamat dari usaha puding dari ibu-ibu. Lokasi usaha dikaitkan dengan aplikasi *google maps* dengan menunjuk Asrama Brimob Ampeldento sebagai lokasi pemasaran. Kemudian *contact person* diperbaharui dengan memasukkan kontak/ nomor telepon yang bisa dihubungi dari calon admin dari akun *Instagram* *Sweety_Puding_Malang*. Setelah akun tersebut selesai dibuat, maka akan muncul tampilan gambar *interface* seperti berikut:

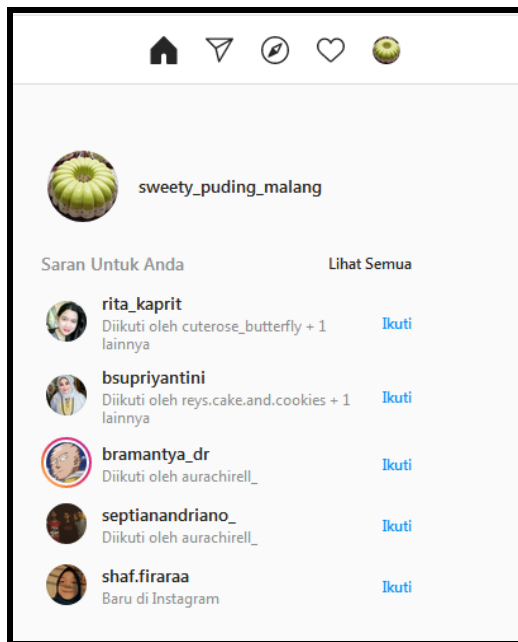


Gambar 6. Lay Out Interface Akun Instagram Sweety Puding Malang.

Sumber: sweety_puding_malang

E. Mem-follow akun-akun Instagram yang sudah memiliki banyak pengikut, mem-follow akun akun *influencer* tingkat lokal di Malang. Setelah

melakukan proses *following* akun-akun *influencer*, selanjutnya adalah melakukan proses *follow back* kepada akun-akun yang sudah berkenan mem-*follow* akun *Sweety_Puding_Malang*.



Gambar 7. Lay Out Interface Saran Follower Akun.

Sumber: *sweety_puding_malang*

F. Mengunggah foto-foto yang sudah dikumpulkan ke dalam akun *Instagram* dengan dibubuhi kata-kata yang dapat menarik seseorang untuk melihat gambar-gambar yang telah kita unggah (*Caption*). Kemudian selain dibubuhi kata-kata yang menarik, sebuah foto juga harus disisipi dengan tagar/ tanda # (sebuah media yang dapat memberikan fokus konsentrasi kepada mesin pencari untuk menghubungkan antara keinginan seseorang dengan produk

yang kita jual). Selanjutnya selain memanfaatkan penggunaan tagar, terdapat metode lain yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang produk yang kita jual yakni dengan cara melakukan *tagging* (mengkaitkan) gambar yang kita unggah kepada akun-akun *Instagram* yang memiliki banyak pengikut/ *followers*, sehingga gambar yang kita unggah akan masuk kedalam akun-akun yang sudah memiliki banyak pengikut tersebut sehingga banyak orang akan terpancing untuk melihat akun kita.



Gambar 8. Contoh Postingan Akun *Sweety Puding Malang*.

Sumber: *sweety_puding_malang*

G. Melatih calon admin akun *Instagram* untuk proaktif melakukan promosi pada jam-jam yang efektif seperti pada jam makan siang, jam makan malam dan pada hari libur. Hal inilah yang harus dimanfaatkan untuk bisa menggaet *netizen* (*warganet*) yang mulai

tertarik dengan keberadaan Sweety Puding Malang. Kemudian melatih calon admin akun untuk proaktif menjawab *Direct Message* (DM) yang dikirimkan oleh *netizen* terhadap akun instagram tersebut.

H. Jika proses produksi sudah mulai stabil (antara kebutuhan dengan kapasitas produksi sudah mencapai kestabilan), maka admin akun dapat menambah kegiatan promosi dengan melalui fitur-fitur video yang dapat diunggah pada media sosial Instagram seperti Instastory dan InstaTV. Video-video yang dapat diunggah bisa video testimoni pelanggan, dan video proses pembuatan produk olahan tersebut.

Luaran yang Dicapai

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, luaran yang telah dicapai adalah ibu-ibu dari Asrama Brimob Batalyon B Pelopor Satbrimob Polda Jatim RT. 13 RW. 03 Kelurahan Ampeldento, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang telah mampu membuat akun instagram bisnis untuk mempromosikan produk aneka puding dan *cupcakes* dengan nama akun @sweety_puding_malang. Selain mampu membuat akun instagram bisnis, para ibu-ibu juga telah mampu untuk membuat *caption* / konten unggahan dengan bahasa yang menarik bagi *millenials* dan menerapkan teknik

pemotretan makanan berbasis teknik *food photography*. Pada salah satu unggahan tertanggal 29 Juli dengan topik puding buah, ibu-ibu mampu membuat *caption* dengan kata-kata seperti berikut : “Unch pastinya para penggemar sweety sudah tidak sabar untuk segera mencicipi Mei-Mei Puding ini.. *grab it fast sweeties*”. Dalam *caption* harus disertai dengan kalimat ajakan seperti “*grab it fast*” agar postingan tersebut tidak hanya dimaknai sebagai media informasi satu arah, namun instagram dapat berfungsi sebagai pembinaan komunitas agar Pada *caption* unggahan tersebut juga disertakan berbagai tagar seperti [#anekapuding](#), [#pudingbuah](#), [#pudingcake](#), dan tagar [#pudingmalang](#) agar ketika *netizen* mencari puding dan memasukkan tagar tersebut maka gambar unggahan ini akan menjadi salah satu alternatif hasil pencarian yang bisa diakses oleh *netizen*. Terkait dengan foto unggahan diambil dengan menggunakan *handphone* dengan resolusi kamera terbaik. Foto tersebut diambil dengan menggunakan perbesaran 4.0x dan *flashlight* untuk mengekspose kesan manis, legit dan segar pada objek puding buah. Berikut adalah contoh gambar postingan hasil karya dari ibu-ibu peserta PKM tersebut:



Gambar 9. Konten Unggahan Puding Buah
Sumber: Dokumentasi Kegiatan PKM, 2020

PENUTUP

Simpulan

Kegiatan PKM yang bertajuk Pelatihan Pemasaran Produk Aneka Puding Melalui Media Sosial Bagi Ibu-Ibu Warga Asrama Brimob Batalyon B Pelopor Satbrimob Polda Jatim Rt. 13 Rw. 03 Kel.Ampeldento Kec. Pakis Kab. Malang telah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan ini diikuti peserta sejumlah 15 orang. Seluruh peserta mampu mempraktekkan hasil dari pelatihan tersebut dengan mampu membuat akun bisnis Instagram untuk pengembangan bisnis puding berskala ultra mikro dengan Akun @sweety_puding_malang.

Selain mampu membuat akun Instagram bisnis, peserta juga telah mampu untuk menerapkan kaidah-kaidah pemotretan makanan (*food photography*) untuk membuat konten-konten menarik yang akan diunggah kedalam akun Instagram tersebut.

Saran

Selaku pelaksana Kegiatan PKM, kami memberikan saran kepada ibu-ibu Warga Asrama Brimob Batalyon B Pelopor Satbrimob Polda Jatim Rt. 13 Rw. 03 Kel.Ampeldento Kec. Pakis Kab. Malang antara lain:

- a) Sebaiknya para ibu-ibu mengeksplorasi teknik-teknik *foodtography*
- b) Diharapkan ibu-ibu mulai mengeksplorasi ragam bahasa status unggahan, testimoni dan penggunaan tagar yang dapat menarik *netizen* supaya tertarik berkunjung ke Akun @sweety_puding_malang.
- c) Diharapkan ibu-ibu memperhatikan waktu unggahan disesuaikan dengan karakter aksesibilitas millennial.
- d) Untuk kedepannya, dalam meningkatkan *traffic* kunjungan kedalam Akun Instagram @sweety_puding_malang, dibutuhkan promosi produk dengan melibatkan *influencer* terkenal yang memiliki banyak pengikut.
- e) Diperlukan komimen dari seluruh ibu-ibu Warga Asrama Brimob Batalyon B Pelopor Satbrimob Polda Jatim, Malang untuk mengelola akun Instagram agar menciptakan iklim akun yang berkualitas dan gayeng.

Ucapan Terima Kasih

Kami selaku Tim Pelaksana Kegiatan PKM Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang mengucapkan terima kasih kepada Komandan Satuan Brimob Ampeldento yang telah memberikan izin pelaksanaan kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.

Borchers, T. A. (2005). *Persuasion in the*

Media Age (2nd Edition). New York: McGraw-Hill Companies, Inc.

<https://www.apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>. Diakses pada Januari 2020