



**PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL DALAM
STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU USAHA MIKRO
KECIL MENENGAH DI KELURAHAN MANYARAN**

Rahmania Mustahidda ¹⁾

Adhitya Yoga Prasetya ²⁾

Sugiharti ³⁾

Dedeh Cahyani ⁴⁾

**Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin
Semarang**

¹⁾rahmania@stietotalwin.ac.id

²⁾adhitya.asmara75@gmail.com

³⁾sugiharti@stietotalwin.ac.id

⁴⁾dedehcahyani@gmail.com

Abstract

Social media can provide economic opportunities in optimal using. Soscial media are platformcan help businessman to introduce their product into public with social media content. Social media content should have attractive visual, product information, should be easy to understand and persuasive. This opportunity became a reason to conduct training on creating social media content for Micro, Small and Medium Enterprises business in Kelurahan Manyaran. This activity is carried out through the approach phase to MSME business actors, analysing the needs of training program, implementing training in form of delivering material and practicing creating social media content, reporting and publication. participant took part in training activity enthusiastically. With this activity, hoped that participants will gain experience and skill in creating social media content to improve product marketing strategies.

Keywords : *Social Media; Content; Marketing Strategy; MSME*



PENDAHULUAN

Di era saat ini teknologi digital khususnya media sosial sudah sangat lumrah dan bahkan penggunaannya bersifat adiktif di tengah masyarakat. Hal ini ditandai dengan kebiasaan masyarakat untuk mencari informasi dan membeli produk melalui teknologi pencarian atau sosial media yang secara langsung dapat mendorong pada pelaku UMKM untuk meleak teknologi. Penggunaan teknologi digital menjadi sangat penting bagi sektor UMKM untuk tetap bersaing dan mendapatkan pasar. Salah satu keuntungan yang bisa dimanfaatkan dari situasi tersebut adalah menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran.

Pelaku UMKM dapat memanfaatkan kemajuan teknologi digital seperti sekarang ini dengan cara memanfaatkan media sosial atau marketplace untuk memasarkan produk maupun layanan mereka kepada masyarakat yang lebih luas dan memanfaatkannya sebagai media untuk komunikasi antara penjual atau pembeli. bagi pembeli media sosial digunakan untuk mendapatkan informasi produk dan testimonynya. Dengan demikian penggunaan teknologi dalam hal pemasaran ini berfungsi sebagai alat hubung antara pelaku UMKM dengan konsumen potensialnya. diharapkan para UMKM dapat mendapatkan konsumen melalui jangkauan pasarnya yang semakin meluas.

Pemasaran melalui media sosial atau marketplace tidak akan optimal tanpa adanya unsur konten marketing. Konten marketing dapat diartikan sebagai strategi pengelolaan konten melalui praktik merencanakan, menciptakan dan menyampaikan konten yang bermanfaat dan menarik untuk target tertentu. Pembuatan konten yang mengacu prinsip tersebut dapat disajikan melalui berbagai platform seperti media sosial, marketplace, website, dan lain sebagainya. Agar strategi tersebut dapat efektif, maka pelaku bisnis perlu membuat konten orisinal atau dapat mengadopsi ide dari sumber eksternal. Tahap pertama dalam pembuatan konten marketing berfokus pada tujuan dan isi. Tujuan dari strategi ini untuk mengenalkan merek dan isi dari konten tersebut harus konsisten dengan identitas produk yang akan dipasarkan.

METODE

Metode dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan uraian tahapan berikut ini :

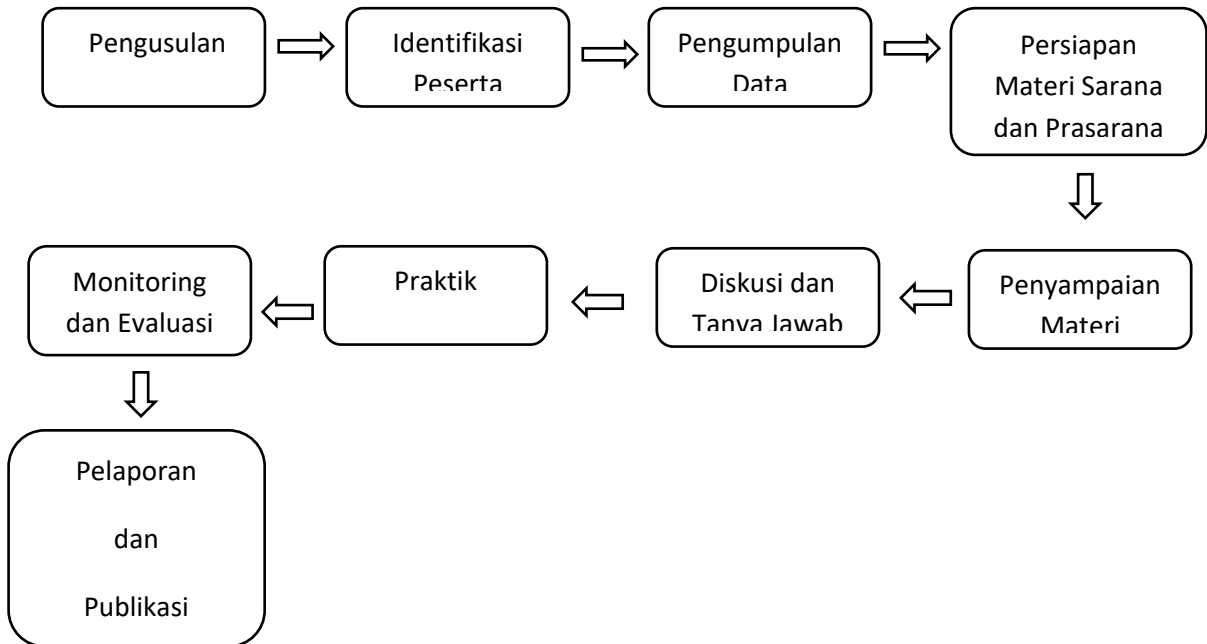
1. **Aktivitas Awal**

Pelaksanaan awal pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan



melakukan pendekatan kepada komunitas penggerak bisnis UMKM Kelurahan Manyaran dengan melakukan wawancara dan survey mengenai kebutuhan program pelatihan untuk pengembangan UMKM di Kelurahan Manyaran selaku objek dari pengabdian. Selanjutnya pengabdian menentukan tema dari kegiatan pengabdian tersebut.

2. **Persiapan materi sarana dan prasarana pendukung**
Tema yang diangkat pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pembuatan konten pemasaran digital. Adapun materi yang digunakan adalah materi mengenai konsep pemasaran digital dan tata cara penggunaan sarana dan prasarana pendukung.
3. **Tim Kegiatan Pengabdian**
Tim dalam pengabdian masyarakat ini yaitu dosen selaku pengabdian dengan dibantu mahasiswa untuk kegiatan praktik pembuatan konten marketing.
4. **Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat**
Pada tahap ini tim pengabdian melakukan kegiatan pelatihan sesuai dengan tema terkait, melakukan sharing pendapat dan mengidentifikasi kebutuhan materi yang diinginkan dan penawaran program pengabdian berkelanjutan.
Kegiatan dilakukan secara tatap muka, diawali dengan penyampaian materi konsep konten marketing digital dilanjutkan dengan praktik pembuatan konten marketing untuk masing – masing peserta.
Perangkat yang mendukung dalam kegiatan ini adalah materi presentasi yang disajikan dengan powerpoint, kamera, dan aplikasi yang relevan untuk editing. Sedangkan dalam kegiatan praktik pembuatan konten marketing, peserta menggunakan perangkat masing – masing seperti smartphone/laptop, jaringan internet dan aplikasi terkait.
5. **Tahap Pelaporan Hasil Pengabdian**
Merupakan serangkaian pelaporan kegiatan dari aktivitas awal hingga pelaporan kegiatan
6. **Tahap Publikasi**
Hasil kegiatan pengabdian masyarakat dipublikasikan sebagai output dari kegiatan.



Alur Pelaksanaan Kegiatan Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara bertahap. Tahap pertama dilaksanakan pada Rabu, 21 Februari 2023 dengan agenda penyampaian materi konsep dasar digital marketing dan pengenalan aplikasi pendukung untuk pembuatan konten marketing. Kegiatan tahap dua dilaksanakan pada Sabtu, 18 Maret 2023 dengan agenda praktik pembuatan konten marketing serta monitoring dan evaluasi. Peserta yang hadir sebanyak 20 orang yang merupakan para ibu yang menjalankan bisnis UMKM di Kelurahan Manyaran. Kegiatan pengabdian ini dilakukan secara tatap muka diawali dengan pembukaan, sambutan ketua STIE Totalwin, perkenalan dengan pemateri, lalu dilanjutkan dengan pemberian materi konten marketing digital yang menarik.



Gambar 1 Bersama perwakilan peserta pelatihan

Langkah awal kegiatan dengan pengenalan aplikasi pendukung untuk pembuatan konten media sosial dirasa penting karena cukup banyak peserta yang sudah menggunakan platform media sosial, namun belum mengoptimalkan pemasaran melalui platform digital tersebut. Pembuatan konten yang menarik dinilai tidak mudah karena sebagian besar dari peserta kurang memahami fungsi dari aplikasi pendukung untuk tahap editing. Pada kondisi ini, selain mengenalkan aplikasi pendukung editing untuk pembuatan konten marketing digital, peserta pelatihan juga diarahkan untuk mengunduh aplikasi terkait melalui perangkat masing – masing dan mencoba berbagai fiturnya.



Gambar 2 Praktik dan Monitoring Pembuatan Konten Marketing

Setelah tahap pengunduhan aplikasi selesai hal pertama yang diajarkan kepada peserta pelatihan adalah cara untuk membuat desain logo merek melalui aplikasi. Logo merupakan bentuk identitas visual yang memiliki karakteristik berbeda pada masing – masing produk. Karakteristik tersebut dapat berupa warna, bentuk huruf, dan filosofi lainnya. Dengan adanya sesi pembuatan logo, peserta didorong untuk berinovasi dengan menggabungkan elemen untuk membuatnya. Mulai dari sketsa, gambar, tulisan maupun tagline yang menandakan identitas masing – masing produk. Adanya logo atau desain khusus tersebut dimaksudkan untuk memberikan nilai tertentu dalam benak konsumen. Dengan memiliki ciri khas, diharapkan produk memiliki diferensiasi dengan produk yang sejenis dan mampu untuk melekat dan menarik di benak konsumen sehingga menimbulkan rasa ingin tahu hingga membeli produk tersebut.



Selanjutnya peserta diajarkan untuk mengedit gambar yang sebelumnya telah disiapkan berupa mengganti atau memperindah latar belakang gambar, pencantuman informasi produk, pengaturan kontras warna, menghias konten, dan sebagainya. Konten media sosial yang berbentuk grafis merupakan konten komersil yang digunakan untuk menunjukkan, memperkenalkan dan menawarkan produk kepada konsumen. Konten yang diunggah berperan penting dalam menentukan minat beli konsumen. Adapun beberapa unsur yang harus ada dalam konten marketing digital grafis yang baik antara lain konten harus memiliki informasi produknya, memiliki emosional yang tersirat, estetika foto maupun adanya model di konten grafis tersebut. Konten grafis termasuk dalam bagian komunikasi visual. maka dari itu konten marketing harus dibuat dengan komunikatif atau dapat mengkomunikasikan pesan dan informasi secara visual. Komunikasi visual memiliki manfaat dalam hal pemasaran dengan alur menyampaikan pesan, mendapatkan atensi secara visual dan membuat pesan tersebut mudah diingat. Untuk mencapai tujuan tersebut konten marketing harus bersifat persuasif, sederhana dan menarik.

Pada kegiatan pelatihan kali ini, peserta berkesempatan untuk melihat secara langsung proses pengambilan gambar produk untuk kepentingan pembuatan konten media sosial. Pada sesi ini peserta dijelaskan dan diajarkan mengenai teknik pengambilan gambar produk yang baik dan benar seperti pengaturan fokus kamera (DSLR dan kamera smartphone), pengaturan pencahayaan dan sudut pengambilan gambar. Disamping itu disediakan juga properti pendukung untuk kepentingan dekorasi estetis. Setelah sesi pencontohan pengambilan gambar, peserta pelatihan diarahkan untuk mengambil gambar untuk masing – masing produknya dan juga diperkenalkan berbagai bahan yang dapat dimanfaatkan untuk dekorasi dan cara mengaplikasikannya agar hasil konten marketing tampak estetis. Peserta juga diperkenankan untuk memilih sendiri properti dekorasi untuk praktik pembuatan konten marketing digital lalu dilanjutkan kembali pada proses pengeditan melalui aplikasi pendukung.

Peserta pelatihan merespon baik dan melakukan semua langkah pembuatan konten marketing digital karena bagi sebagian peserta hal ini merupakan pengalaman pertama untuk membuat sendiri konten marketing digital untuk produknya. Peserta juga di sarankan untuk mengunggah hasil konten marketing digital nya pada platform sosial media maupun marketplace masing – masing.



SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dalam kegiatan pelatihan ini para peserta antusias mengikuti dan mempraktikkan materi yang disampaikan, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan lancar dari awal hingga akhir. Selain itu kegiatan pelatihan pembuatan konten media sosial ini memberikan pengalaman dan kemudahan kepada peserta untuk memasarkan produk melalui berbagai macam platform. Diharapkan setelah mengikuti kegiatan pelatihan ini peserta dapat menerapkannya untuk kepentingan pemasaran.

Saran

Pelaku UMKM Kelurahan Manyaran diharapkan dapat berkreasi dan berinovasi dalam hal membuat dan memasarkan produknya melalui konten digital agar dapat bersaing di tengah maraknya media sosial seperti saat ini dengan tujuan meningkatkan penjualannya. Sebisa mungkin dapat memanfaatkan media sosial yang diminati berbagai kalangan atau media sosial yang memiliki marketplace, memaksimalkan fitur – fitur sosial media seperti iklan instagram untuk keperluan melebarkan jangkauan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Cospa, C. R., Fonseca, M. S., Garcia, J., & Teixeira, A. (2021). Data Analysis in Content Marketing Strategies. *16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*.
- Cyntia, F., & Muhammad, S. (2016). Pengaruh Brand Identity terhadap Keputusan Pembelian Produk di Rabbani Bunker Rawamangun Jakarta Timur. *Jurnal Utilitas*.
- Darmastuti, S., Juned, M., Ali, S., & Satrio, J. (2021). Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial dalam Strategi Marketing bagi Karang Taruna Desa Panyirapan, Serang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Paujiah, S., Ahmad, A., & Wulan, M. (2022). Pengaruh Foto Produk dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi GoFood. *Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis (Rambis)*.



Sari, W., & Irena, L. (2021). Komunikasi Visual Melalui Foto Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk UMKM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*.

Sudewa, J. (2021). Pelatihan Pembuatan Konten Digital bagi Pelaku Usaha. *Jurnal Ilmian Abdimas*.

Wijoyo, H., Haudi, Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Akbar, M. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa . *IKRAITH-ABDIMAS Vol 3 No 3*.