

## OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK PERIKLANAN DESA TAMIANG KECAMATAN PAMUKAN UTARA KOTABARU

Rudy Haryanto<sup>1</sup>, Rika Novyanti<sup>2</sup>, M Wahyu Wardhana<sup>3</sup>

Politeknik Negeri Banjarmasin<sup>1</sup>  
ovy\_green@yahoo.com<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*The digital era is a situation that must be faced by business people. Changes in shopping patterns of the wider community to digital markets force business people to continue to adapt. There are several challenges for business people in digitalizing products. The first challenge, which is also the main challenge, comes from digital literacy. Another challenge is the number of Human Resources (HR) who are not yet able to adapt to online requests that require fast responses. In fact, the key to selling online is a fast response coupled with fast production of goods too.*

*By providing community service in the form of optimizing social media for advertising in Teluk Tamiang Village, North Pamukan District, Kotabaru Regency in an effort to develop technology-based businesses for village officials and also MSMEs in the area, it is hoped that MSME players who have been familiar with online sales can further optimize the social media they have so that productivity and market opportunities are more optimal.*

**Keywords:** *optimization, social media, advertising*

### ABSTRAK

Era digital adalah sebuah keadaan yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis. Perubahan pola belanja masyarakat luas ke pasar digital memaksa para pelaku bisnis untuk terus beradaptasi.. Terdapat beberapa tantangan untuk pelaku bisnis melakukan digitalisasi produk. Tantangan pertama, yang juga tantangan utama, berasal dari literasi digital. Ditambah dengan jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum sanggup untuk beradaptasi dengan permintaan online yang membutuhkan tanggapan cepat. Padahal, kunci dari penjualan secara online adalah dengan respon yang cepat yang dibarengi dengan produksi barang yang cepat juga.

Dengan adanya pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk optimalisasi media social untuk periklanan Desa Teluk Tamiang Kecamatan Pamukan Utara Kabupaten Kotabaru dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi kepada perangkat desa dan juga UMKM di wilayah tersebut diharapkan para pelaku UMKM yang selama ini telah mengenal penjualan secara daring dapat lebih mengoptimalkan media sosial yang mereka miliki sehingga produktifitas dan peluang dari pasar lebih optimal .

Kata kunci: optimalisasi, media sosial, periklanan

## **PENDAHULUAN**

Desa Teluk Tamiang merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Pamukan Utara Kabupaten. Kotabaru Desa yang berjarak kurang lebih 9 jam atau sekitar 344 km dari kota Banjarmasin. Desa Teluk Tamiang memiliki potensi sumberdaya laut dan pesisir yang besar. Potensi terumbu karang yang ada di perairan Desa Teluk Tamiang serta keberadaan titik lokasi keindahan terumbu karang (*spot dive*) merupakan hal yang dapat menjadi andalan kelompok masyarakat hingga wisatawan yang berkunjung di daerah ini.

Dalam memperkenalkan potensi daerah ke masyarakat luas warga desa Teluk Tamiang masih menggunakan metode konvensional seperti cerita mulut ke mulut untuk mempromosikan daerah tersebut. Meskipun cara-cara ini dapat bekerja, namun cakupan promosi menjadi terbatas dan tidak efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, kurangnya akses dan pengetahuan tentang teknologi digital dan media sosial juga menjadi kendala dalam memasarkan produk. Hal ini disebabkan karena Desa Tamiang belum memanfaatkan potensi pasar yang ada dan kesempatan untuk meningkatkan promosi melalui media sosial.

## **METODE KEGIATAN**

Adapun tahapan-tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, terdiri dari:

- Melakukan survey dan kunjungan awal ke mitra pengabdian untuk menyampaikan proposal kegiatan dan menjelaskan maksud dan tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat
- Setelah mendapatkan persetujuan dari mitra, kemudian dibuat kesepakatan tentang waktu pelaksanaan kegiatan serta jumlah peserta pelatihan
- Memberitahukan/menginformasikan pelaksanaan kegiatan pelatihan melalui Grup Whatsapp UMKM Desa Tamiang Kecamatan Pamukan Utara Kabupaten Kotabaru
- Pengisian form pendaftaran pelatihan online
- Menyiapkan peralatan pelatihan online berupa materi dan laptop
- Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
- Pendidikan Masyarakat berupa penyuluhan yang bertujuan meningkatkan pemahaman serta kesadaran, dan sebagainya
- Pelatihan substansi kegiatan yang disertai dengan demonstrasi atau percontohan untuk realisasinya, pelatihan dalam pengoperasian sistem atau peralatan, kepada masyarakat

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Optimalisasi media sosial untuk meningkatkan promosi desa melibatkan berbagai kegiatan strategis yang bertujuan untuk memanfaatkan platform media sosial secara efektif. Berikut adalah langkah-langkah yang dapat diambil:

1. Identifikasi tujuan dan sasaran; menentukan tujuan spesifik dari promosi desa, seperti menarik wisatawan, meningkatkan penjualan produk lokal, atau mendukung masyarakat tentang kegiatan desa.
2. Memilih platform media sosial yang sesuai dengan audiens target; seperti Instagram untuk visual yang menarik, Facebook untuk komunitas dan informasi detail, atau TikTok untuk konten video kreatif.
3. Pembuatan konten berkualitas;
  - a. Visual yang Menarik dengan menggunakan foto dan video berkualitas tinggi yang menampilkan keindahan desa, produk lokal, dan acara penting.
  - b. Ceritakan kisah-kisah menarik tentang budaya, sejarah, dan penduduk desa untuk menarik minat audiens
  - c. Membuat konten yang mendorong keterlibatan, seperti kuis, polling, atau sesi tanya jawab.
4. Jadwal dan konsistensi;
  - a. Buat jadwal konten untuk memastikan posting dilakukan secara konsisten dan sesuai dengan waktu yang optimal untuk audiens target.
  - b. Tentukan frekuensi posting yang tepat untuk menjaga audiens tetap terlibat tanpa membanjiri mereka dengan informasi.
5. Engagement dengan audiens;
  - a. Tanggapi komentar, pertanyaan, dan pesan dari audiens dengan cepat untuk membangun hubungan positif.
  - b. Ajak audiens untuk memberikan umpan balik dan berbagi pengalaman mereka terkait desa.
6. Kolaborasi dengan influencer dan mitra; bekerja sama dengan influencer lokal yang memiliki pengikut relevan untuk memperluas jangkauan promosi dan bekerja dengan bisnis lokal atau organisasi lain untuk promosi bersama dan acara kolaboratif.
7. Iklan berbayar; gunakan fitur iklan berbayar untuk menargetkan audiens spesifik yang mungkin tertarik dengan desa, seperti pengunjung potensial atau calon investor, untuk itu harus diatur anggaran iklan dan pantau hasilnya untuk memastikan efektivitas dan ROI yang baik.
8. Analisis dan evaluasi;
  - a. Kinerja Konten. Gunakan alat analitik untuk memantau kinerja konten, termasuk keterlibatan, jangkauan, dan konversi.
  - b. Penyesuaian Strategi. Evaluasi hasil dan sesuaikan strategi berdasarkan data untuk meningkatkan hasil promosi.
9. Pendidikan dan Pelatihan Pengelola Media Sosial kepada pengelola media sosial desa tentang penggunaan platform dan strategi konten.

Adapun optimalisasi media sosial yang disarankan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat dalam upaya meningkatkan promosi terhadap Desa Teluk Tamiang dan para pelaku UMKM di daerah tersebut melalui penggunaan aplikasi Tiktok dengan alasan media sosial tersebut memiliki banyak pengguna, mudah digunakan, populer di kalangan milenial, sering digunakan oleh selebriti maupun

selegram, dan memiliki fitur Tiktok ads yang dapat mengoptimalkan konten dan penyebarannya.

Pada kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini tim melakukan aktivitas dengan memberikan sosialisasi dan edukasi singkat tentang penggunaan aplikasi Tiktok beserta fitur-fitur yang dimiliki media sosial tersebut untuk mengolah video promosi yang menarik konsumen.



Gambar 1. Pemberian materi oleh narasumber



Gambar 2. Tim pelaksana didampingi kepala desa

Dengan adanya pemberian pelatihan optimalisasi media sosial kepada warga di Desa Tamiang ini diharapkan promosi secara daring bisa lebih produktif dan dapat dikenal masyarakat yang lebih luas. Selain itu penggunaan media sosial kedepannya diharapkan bisa memberikan nilai dan manfaat yang lebih bagi para pelaku warga, karena apabila pemanfaatan media sosial ini bisa dimanfaatkan secara optimal akan membuka pasar produk yang mereka miliki ke tingkat nasional bukan hanya pasar produk secara lokal saja. Artinya dengan kemampuan yang nantinya akan dimiliki oleh para warga mengenai penggunaan media sosial sebagai *tools* promosi akan mengembangkan potensi produk mereka ke dalam kompetisi pasar tingkat nasional.

## **KESIMPULAN**

Optimalisasi media sosial yang disarankan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung adalah melalui penggunaan aplikasi Tiktok dengan alasan karena media sosial tersebut memiliki banyak pengguna, mudah digunakan, populer di kalangan milenial, sering digunakan oleh selebriti maupun selebgram, dan memiliki fitur Tiktok ads yang dapat mengoptimalkan konten dan penyebarannya

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Detik.com. (2021, 14 Juni) Menkop Ungkap Tantangan UMKM di Era Digital dan Strateginya. Diakses 25 Februari 2024. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5605605/menkop-ungkap-tantangan-umkm-di-era-digital-dan-strateginya>
- Hereen, Rick. 2010. Marketplace Miracles. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Keegan, Warren J. 2006, Manajemen Pemasaran Global, Prenhallindo, Jakarta.
- Kemenkeu.go.id (2022, 11 Februari). Pemerintah Prioritaskan UMKM dalam Alokasi PENS 2022. Diakses 28 Februari 2024. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-prioritaskan-umkm-dalam-alokasi-pen-2022/>
- Makmur, Rakhmat, 2011. Bisnis Online. Yogyakarta: Informatika.
- Salim, Dafiuddin, dkk. 2021. Pemetaan Sebaran Terumbu Karang dan Penentuan Titik Lokasi Penyelaman yang Menarik di Perairan Desa Teluk Tamiang Kabupaten Kotabaru. diakses tanggal 29 Februari 2024. <https://media.neliti.com.media.publication>