

Pemberdayaan Komunitas Melalui Edukasi Konten Dan Ads Sosial Media Pada P4S D'shafa Sebagai Perwujudan SDG's Poin Keempat

Nabila Abidah Ardelia¹, Erasmus Humanika², Reksa Dewa Prasetya³, Rifqy Ahmad Fauzan⁴, Mirza Andrian Syah⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Mirza Andrian Syah

E-mail: mirza.a.agribisnis@upnjatim.ac.id

Abstrak

P4S D'Shafa adalah kelompok tani wanita yang membudidayakan tanaman hidroponik dan menjual hasil panen serta olahan produknya. Untuk meningkatkan penjualan, P4S D'Shafa perlu mengoptimalkan penggunaan media sosial. Tim pengabdian masyarakat dari UPN "Veteran" Jawa Timur melakukan sosialisasi edukasi konten dan social media ads kepada P4S D'Shafa. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengurus P4S D'Shafa dalam membuat konten dan memasang iklan di media sosial. Materi sosialisasi meliputi pengertian media sosial, pentingnya media sosial untuk bisnis, jenis konten media sosial, strategi pembuatan konten, pengertian Instagram ads, alasan beriklan di Instagram ads, jenis format Instagram ads, dan langkah-langkah pembuatan Instagram ads. Setelah sosialisasi, pengetahuan pengurus P4S D'Shafa tentang konten dan social media ads meningkat. Tim pengabdian masyarakat juga memberikan masukan dan bantuan kepada P4S D'Shafa dalam membuat konten dan memasang iklan di media sosial. Diharapkan dengan sosialisasi ini, P4S D'Shafa dapat meningkatkan penjualan produknya melalui media sosial.

Kata kunci – Edukasi konten, social media, penjualan

Abstract

P4S D'Shafa is a group of women farmers who cultivate hydroponic plants and sell their harvests and processed products. To increase sales, P4S D'Shafa needs to optimize the use of social media. The community service team from UPN "Veteran" East Java conducted content education outreach and social media ads to P4S D'Shafa. This socialization aims to increase the knowledge and skills of P4S D'Shafa administrators in creating content and placing advertisements on social media. The socialization material includes the meaning of social media, the importance of social media for business, types of social media content, content creation strategies, the meaning of Instagram ads, reasons for advertising on Instagram ads, types of Instagram ads formats, and steps for creating Instagram ads. After the socialization, the knowledge of P4S D'Shafa administrators about content and social media ads increased. The community service team also provides input and assistance to P4S D'Shafa in creating content and placing advertisements on social media. It is hoped that with this socialization, P4S D'Shafa can increase sales of its products through social media.

Keywords - Content education, social media, sales

PENDAHULUAN

Kawasan perkotaan yang cenderung mengalami peningkatan populasi setiap tahunnya menyebabkan lahan yang tersedia semakin berkurang karena digunakan untuk pemukiman (Wahidatul, 2020). Jika lahan terus mengalami alih fungsi, maka lahan untuk pertanian akan semakin terbatas, yang dapat menyebabkan potensi krisis pangan (Dinda dan Lia, 2017). Hal ini memerlukan solusi yang efektif untuk memenuhi kebutuhan pangan, setidaknya bagi masyarakat di suatu wilayah. Kota sendiri dapat dijadikan sebagai tempat melakukan kegiatan pertanian, melalui konsep pertanian perkotaan atau urban planning kegiatan menanam dapat dilakukan melalui budidaya perarian, peternakan, dan hortikultural (Prisca, 2023). Pertanian perkotaan mencakup kegiatan menanam, mengolah, dan mendistribusikan hasil pangan dan produk lainnya melalui budidaya tanaman dan peternakan di daerah perkotaan dan sekitarnya (Fauzi, Ichniarsyah, & Agustin, 2016).

Langkah yang dilakukan untuk dapat mengembangkan pertanian perkotaan salah satunya yakni melakukan kegiatan sosialisasi kepada pelaku pertanian perkotaan. Hal tersebut juga berkaitan dengan poin SDG's poin ke-4 yakni "Pendidikan Berkualitas". Pengembangan pengetahuan terkait pertanian perkotaan untuk tidak hanya cukup pada ilmu pertanian perkotaan, tetapi juga perlu berkolaborasi dengan ilmu pengetahuan lainnya. Salah satu pengetahuan yang dapat dipelajari yakni ilmu mengenai *branding*. Melalui pengembangan ilmu *branding*, maka pertanian perkotaan dapat semakin dikenal baik dari segi manfaat dan juga cara membudidayakannya

Salah satu komunitas yang memiliki fokus untuk mengembangkan pertanian perkotaan di wilayahnya yakni P4S D'Shafa. Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya D'Shafa atau yang disingkat dengan P4S D'Shafa merupakan salah satu organisasi kelompok tani yang berdiri sejak tahun 2018. Berlokasi di daerah Malaka Jaya, Duren Sawit, P4S D'Shafa menjadi pusat dari wisata edukasi, pelatihan hingga pemberdayaan masyarakat melalui *urban farming*. P4S D'Shafa juga menawarkan beragam produk dan hasil olahan hidroponik kualitas terbaik, mulai dari bibit, tanaman hidroponik siap panen, hasil olahan berupa paket catering, keripik sayur, buket, minuman, dan beberapa produk lainnya. Hasil olahan hidroponik tersebut juga dipasarkan melalui media sosial P4S D'Shafa.

Dalam menjalankan kegiatan dalam organisasi P4S D'Shafa tentu saja memiliki sejumlah tantangan. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh P4S D'Shafa yakni kurangnya optimalisasi penggunaan sosial media oleh P4S D'Shafa. Beberapa sosial media yang digunakan oleh P4S D'Shafa diantaranya yakni Instagram dan Tiktok. Permasalahan penggunaan sosial media oleh P4S D'Shafa terletak pada kurang optimalnya pembuatan konten dan pemanfaatan *social media ads*. Beberapa permasalahan tersebut terjadi karena kurangnya pengetahuan dari anggota-anggota P4S D'Shafa terkait dengan pemanfaatan sosial media untuk mengembangkan branding dan bisnis dari P4S D'Shafa.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh P4S D'Shafa dalam melakukan optimalisasi sosial media, maka sosialisasi mengenai edukasi konten dan *social media ads* dilakukan oleh tim mahasiswa Agribisnis UPN "Veteran" Jawa Timur. Tujuan dari sosialisasi ini yakni untuk mengoptimalkan penggunaan sosial media, serta agar dapat menginisiasi dan mengedarkan informasi online tentang pengalaman pengguna dalam mengonsumsi produk atau merek, dengan tujuan utama meraih minat masyarakat (Yanti dkk, 2023). Sosialisasi mengenai edukasi konten dan *social media ads* diharapkan dapat membuat tim kepengurusan dari P4S D'Shafa dapat menerapkan ilmu yang diberikan, sehingga P4S D'Shafa dapat mengoptimalkan sosial media melalui pembuatan konten yang baik dan benar serta pemanfaatan *social media ads*.

METODE

Program sosialisasi kepada P4S D'Shafa yang dilaksanakan terdiri dari empat tahap, diantaranya yakni:

a. Tahap Perencanaan

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



Pada tahap perencanaan, tim pengabdian melakukan pengkajian terhadap permasalahan yang dihadapi oleh P4S D'Shafa khususnya pada penggunaan sosial media dan mencari solusi atas permasalahan tersebut. Proses pengkajian dilaksanakan dengan melakukan pertemuan dengan pengurus inti P4S D'Shafa dan melakukan wawancara untuk menemukan berbagai permasalahan tersebut. Pada tahap ini, rancangan kegiatan juga akan disusun.

b. Tahap Persiapan

Tim sosialisasi membuat materi pelatihan berupa *Power Point slideshow* yang akan digunakan pada kegiatan pelatihan dan pendampingan. Jadwal kegiatan pelatihan dan pendampingan dibuat menyesuaikan waktu luang anggota P4S D'Shafa agar materi yang diberikan bisa disampaikan secara maksimal.

c. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan sebagai kegiatan utama program sosialisasi kepada P4S D'Shafa dilaksanakan secara luring bertempat di ruangan edukasi P4S D'Shafa. Pada tahap ini, para anggota P4S D'Shafa diajarkan tentang cara pembuatan konten yang baik dan benar serta pemanfaatan *social media ads* untuk memasarkan produk P4S D'Shafa.

d. Tahap Evaluasi

Tahap ini terdiri dari monitoring dan evaluasi. Untuk tahap monitoring, tim sosialisasi mengamati dan memberikan masukan pada konten promosi produk yang telah dibuat dan pemanfaatan *social media ads* oleh para anggota P4S D'Shafa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini telah dilaksanakan pada hari Minggu, 9 Juni 2024, pukul 10.00 – 13.30 WIB, bertempat di Malakasari Edufarm di Jalan Teratai Putih Raya, RW 04, Malaka Sari, Kecamatan Duren Sawit, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Kegiatan ini diikuti oleh 10 pengurus inti Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya (P4S D'Shafa). Kegiatan ini dilakukan sebagai bentuk untuk memberikan edukasi dan pelatihan mengenai konten dan ads di media sosial. Setiap organisasi mempunyai caranya sendiri dalam merencanakan strategi komunikasi. P4S D'Shafa memilih media sosial Instagram untuk upaya penjangkauan pendidikan dan pendampingannya. Instagram adalah platform media sosial yang sangat efisien untuk mempromosikan kesuksesan pemasaran dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Platform ini juga merupakan alat pemasaran yang ampuh untuk menjalankan promosi dan meningkatkan kesadaran (Zaenuri, 2022).

Pelaksanaan program diawali dengan melakukan perencanaan, yang berupa menetapkan tujuan dari diadakannya sosialisasi ini, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran atau partisipasi dalam suatu program. Selanjutnya yaitu identifikasi sasaran yang menentukan siapa yang menjadi audiens utama dari sosialisasi tersebut yang merupakan pengurus inti P4S D'Shafa. Tahapan perencanaan juga berupa rancangan kegiatan seperti acara pembuka, penyampaian materi, diskusi & tanya jawab, serta penutup.

Kegiatan program selanjutnya dilanjutkan dengan tahapan persiapan yaitu seperti melakukan observasi, wawancara, & survey. Tahapan persiapan selanjutnya yaitu mempersiapkan materi, tim pengabdian mempersiapkan materi yang relevan dan menarik untuk disampaikan kepada audiens yang dapat berupa presentasi, brosur, video atau konten online yang sesuai dengan materi yang disampaikan. Kemudian penyusunan jadwal yang dipersiapkan harus memperhatikan waktu yang tepat dan relevan guna para audiens dapat menghadiri sosialisasi tersebut, serta penyiapan sumber daya yang berupa tempat, peralatan dan konsumsi. Setelah itu, tim pengabdian menyiapkan beberapa contoh konten dan ads di media sosial guna memperlancar adanya sosialisasi, sehingga yang disampaikan oleh tim pengabdian tidak hanya berupa teori, melainkan adanya praktik yang akan diaplikasikan oleh para pengurus inti P4S D'Shafa.

Setelah melakukan tahapan perencanaan dan persiapan, kegiatan selanjutnya yaitu pelaksanaan sosialisasi edukasi konten dan ads sosial media. Pengambilan topik materi sosialisasi didasarkan pada P4S D'Shafa yang menjual hasil panen dan olahan produk dari budidaya hidroponiknya. Diharapkan dengan adanya sosialisasi, dapat membantu memaksimalkan penjualan dan menjadikan produk olahan bernilai ekonomis dan produktif.

P4S D'Shafa merupakan kelompok tani wanita yang membudidayakan tanaman hidroponik, kemudian dijual serta melakukan olahan produk bernilai tambah dari hasil budidaya hidroponik tersebut. Para pengurus juga melakukan kegiatan pemasaran melalui media sosial yang dimiliki, seperti Instagram, *E-Commerce*, Whatsapp, dan lain sebagainya. Media sosial merupakan teknologi baru yang membuat suatu bisnis agar lebih efektif dan efisien dalam membangun hubungan dengan pelanggan serta memiliki peluang besar untuk mendapat keuntungan bagi pelaku pemasaran (Neneng Nurmalasari & Masitoh, 2020).

Situs online, media sosial, dan marketplace masing-masing memiliki karakteristik konsumen atau pelanggan yang berbeda-beda. Misalnya, pengguna Facebook cenderung menyukai metode hard selling, yaitu pendekatan penjualan langsung yang mengajak konsumen untuk membeli produk secara tegas. Metode ini juga biasanya digunakan di marketplace online. Di sisi lain, pengguna media sosial Instagram lebih memilih metode soft selling karena mereka kurang nyaman dengan pendekatan penjualan langsung. Soft selling adalah pendekatan penjualan yang menggunakan bahasa persuasif (Adinugroho, Sari, Rasyid, 2023)

Tahapan pelaksanaan dilakukan di belakang lahan budidaya hidroponik di Malakasari Edufarm. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan dan selesai dalam waktu satu hari. Dengan rangkaian acara yang pertama yaitu melakukan penjelasan dan pemberian contoh tentang konten di sosial media, kemudian dilanjutkan materi mengenai ads media sosial. Topik pertama dibawakan oleh Nabila Abidah Ardelia, dengan materi yang dibawakan yaitu mengenai pengertian sosial media, pentingnya penggunaan sosial media dalam sebuah bisnis, penjelasan tipe konten di media sosial, dan strategi perencanaan pembuatan konten yang optimal. Dalam kegiatan bisnis sangat penting dilakukan branding, karena menurut (Syah & Hastuti, 2023) Branding sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis dimana dapat menunjukkan identitas diri yang membedakan antara suatu produk dengan produk lain yang serupa. Kemudian pengurus juga mendapatkan materi mengenai content pillar yang harus ditetapkan di media sosial P4S D'Shafa agar memiliki sebuah pondasi keseluruhan strategi konten media sosial untuk suatu bisnis. Jenis-jenis content pillar juga dijelaskan agar para pengurus menerapkan strategi konten tersebut di dalam media sosialnya sehingga nantinya dapat meningkatkan branding suatu bisnis dan menarik calon konsumen baru untuk melirik bisnis dari P4S D'Shafa ini.



Gambar 1.

Penjelasan Materi Konten Sosial Media

Materi kedua dibawakan oleh Erasmus Humanika, materi tersebut mengenai Ads Media Sosial Instagram. Pengurus inti D'Shafa mendapatkan penjelasan dari Erasmus mengenai pengertian

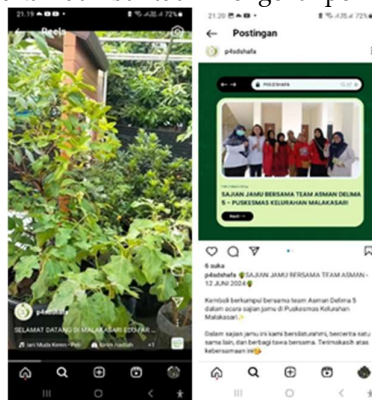
Instagram ads, alasan beriklan di Instagram ads, jenis format Instagram ads, dan menjelaskan serta mengarahkan pengurus inti P4S D'Shafa dalam langkah-langkah pembuatan Instagram Ads. Para pengurus juga sangat beruntung karena mendapatkan materi mengenai beriklan di media sosial dan strategi perencanaan konten yang optimal. Nantinya diharapkan pengurus P4S D'Shafa ini dapat beriklan melalui media sosial yaitu Instagram agar masyarakat luas lebih mengetahui produk dan kegiatan dari P4S D'Shafa. Iklan Instagram adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mencapai lebih banyak penonton dengan membayar sejumlah biaya. Hal tersebut merupakan pilihan yang menarik karena iklan di Instagram dapat muncul secara acak di stories, explore, atau feed. Terdapat beberapa opsi yang disediakan oleh Instagram untuk beriklan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pengguna (Ardiansyah, 2022).



Gambar 2.

Penjelasan Materi Instagram Ads

Tahapan terakhir dalam kegiatan pengabdian masyarakat yaitu tahap evaluasi. Dimana tahapan ini terdiri dari monitoring dan evaluasi. Untuk tahap monitoring ini melakukan pengarahannya dan memberikan masukan kepada konten promosi produk P4S D'Shafa. Kemudian melakukan diskusi untuk memberikan masukan, pertanyaan dari pengurus P4S D'Shafa agar dapat tim sosialisasi beri masukan dan pendapat mengenai konten dalam media sosial. Kemudian tim sosialisasi juga melakukan kegiatan evaluasi mengenai konten yang dibuat oleh P4S D'Shafa kurangnya seperti apa, dan nantinya akan diberikan masukan dan bantuan mengenai pembuatan konten yang optimal.



Gambar 3

Foto Hasil Konten P4S D'Shafa Setelah Kegiatan Sosialisasi

Selain itu untuk hasil evaluasi dari kegiatan sosialisasi. Pengurus P4S D'Shafa berhasil menerapkan hasil konten yang menarik baik berupa foto maupun video. Serta dalam setiap kegiatan hasil foto tersebut diedit dengan cover yang menarik kemudian diberikan caption menarik yang

memberikan penjelasan mengenai kegiatan yang ditampilkan di feeds postingan Instagram D'Shafa. Selain itu, ide maupun pendapat tim juga telah diterima dengan baik yaitu mengenai ide pembuatan video konten untuk keperluan lomba yang diikuti P4S D'Shafa.



Gambar 4.

Foto Bersama Pengurus P4S D'Shafa

Diketahui bahwa setelah dilakukan kegiatan sosialisasi kepada P4S D'Shafa, pengetahuan mengenai konten sosial media dan ads dari masing-masing anggota bertambah dan tetap perlu dilakukan pengarahan kepada pengurus P4S D'Shafa agar pelaksanaan pemasaran melalui sosial media ini dapat berjalan dengan baik dan efektif. Sehingga nantinya produk dari hasil budidaya hidropnik dapat dikenal oleh masyarakat luas dan customer akhirnya tertarik untuk membeli produk tersebut.

KESIMPULAN

Tim pengabdian masyarakat dari UPN Veteran Jawa Timur telah melaksanakan kegiatan sosialisasi edukasi konten dan ads media sosial kepada P4S D'Shafa pada tanggal 9 Juni 2024. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengurus P4S D'Shafa dalam memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk mereka.

Kegiatan sosialisasi diawali dengan perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap pelaksanaan, tim pengabdian memberikan materi tentang konten sosial media dan ads media sosial Instagram. Materi tersebut meliputi pengertian, pentingnya, jenis, strategi, dan langkah-langkah pembuatan konten dan ads media sosial. Setelah kegiatan sosialisasi, pengetahuan pengurus P4S D'Shafa tentang konten sosial media dan ads media sosial meningkat. Mereka juga mendapatkan arahan dan masukan untuk membuat konten dan ads media sosial yang optimal.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pengetahuan dan kemampuan pengurus P4S D'Shafa dalam memanfaatkan media sosial meningkat setelah mengikuti kegiatan sosialisasi. Pengurus P4S D'Shafa mampu membuat konten sosial media yang menarik dan informatif, serta mampu menggunakan ads media sosial untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.

Tim pengabdian masyarakat merekomendasikan P4S D'Shafa untuk mengikuti pelatihan lanjutan tentang konten sosial media dan ads media sosial. P4S D'Shafa juga perlu melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap konten dan ads media sosial mereka untuk memastikan efektivitasnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih serta apresiasi diberikan kepada Ibu Haryati selaku Ketua P4S D'Shafa yang telah memberikan kami kesempatan untuk membantu menyelenggarakan sosialisasi ini sehingga berjalan dengan lancar, semoga sosialisasi yang kami berikan dapat bermanfaat bagi Masyarakat

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Malaka Sari Duren Sawit serta semua kelompok P4S D'Shafa. Diharapkan dengan sosialisasi ini, P4S D'Shafa dapat meningkatkan penjualan produknya melalui sosial media. Terima Kasih juga kepada Rekan-Rekan Kelompok yang telah berjuang untuk menyelesaikan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugroho, M., Sari, R., & Rasyid, R. A. (2023). Pelatihan copywriting sebagai sarana komunikasi sebuah brand dan strategi meningkatkan penjualan di sosial media instagram. *Indonesia Berdaya*, 4(3), 895–902.
- Ardiansyah, P. T. (2022). Sosialisasi Pembuatan Abon Lele Untuk Menaikkan Perekonomian Warga Yang Terdampak Pandemi Covid-19 Serta Pengembangan Dan Peningkatan Usahamicro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Ploso Rt. 13/Rw. 05, Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 1(1), 285-289.
- Dewinta, Dinda, dan Lia Warlina. (2017). Dampak Alih Fungsi Lahan Pertanian terhadap Ketahanan Pangan di Kabupaten Cianjur. *Jurnal Wilayah dan Kota*, 4(2), 91-104
- Fauzi, Achmad Rifqi dkk. (2016). Pertanian Perkotaan : Urgensi, Peranan, dan Praktik Terbaik. *Jurnal Agroteknologi*, 10(1), 49-62.
- Firianti, Wahidatul Rizqi. (2020). Implementasi Kebijakan Alih Fungsi Lahan Pertanian ke NonPertanian di Sleman berdasarkan Perspektif Institusionalis. *Government: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 13(1), 44-57.
- Listiningrum, Prisca dan Muhammad Reza Magistra. (2023). Urgensi Pengaturan Pertanian Perkotaan Berkelanjutan Berbasis Perubahan Iklim. *Progresif : Jurnal Hukum*, 17(2), 205-235
- Nurmalasari, N., & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Journal of Management Review*, 4(3), 543-548.
- Saleh, Yanti. dkk. (2023). Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Berbasis Digital dengan Menggunakan Media Sosial pada Kelompok Tani DESA Botumoputi Kecamatan Tibawa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Pertanian*, 2(1), 14 – 19.
- Syah, M. A., & Hastuti, D. P. (2023). Aktivitas Branding Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Wisata Kuliner Sehat. *Agridevina : Berkala Ilmiah Agribisnis*, 12(1), 1–8.
- Zaenuri, A. (2022). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Menumbuhkan Bisnis Anda! Universitas Stekom. Semarang : Universitas Stekom. Diakses dari : <https://kewirausahaan-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Penggunaan-Media-Sosial-Instagram-Dalam-Menumbuhkan-Bisnis-Anda/490b33c920eb6cd62734d2d4b06dcac0bf62ce66>