



Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Ads Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Hasil Kerajinan Tangan Siswa SMPN 07 Koto XI Tarusan

Radius Prawiro¹, Riandana Afira², Vicky Ariandi³

^{1,2,3} Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Radius Prawiro

E-mail: rcradius2210@gmail.com

Abstrak

SMPN 07 Koto XI Tarusan memiliki usaha bisnis kecil yang menggunakan TikTok sebagai media promosi. Berdasarkan praobservasi yang telah peneliti lakukan di SMPN 07 Koto XI Tarusan mengemukakan bahwa TikTok memang sangat membantu dalam mempromosikan produknya. Berdasarkan hal tersebut maka kami tertarik mengadakan pengabdian kepada masyarakat (PKM) terkait Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan sosialisasi penggunaan media sosial Tiktok untuk meningkatkan penjualan hasil karya siswa.

Kata kunci - TikTok, SMPN 07 Koto XI Tarusan, PKM

Abstract

SMPN 07 Koto XI Tarusan has a small business that uses TikTok as a promotional medium. Based on pre-observations that researchers conducted at SMPN 07 Koto XI Tarusan, it was stated that TikTok was indeed very helpful in promoting its products. Based on this, we are interested in holding community service (PKM) related to promotional strategies by utilizing the social media use of Tiktok to increase sales of students' work.

Keywords - TikTok, SMPN 07 Koto XI Tarusan, PKM

PENDAHULUAN

Fenomena terjadi saat ini TikTok dipandang sebagai aplikasi yang membawa dampak negatif, adapun dampak negatif yang paling banyak dikeluhkan orang tua adalah adanya videopornografi yang bisa diakses anak-anak (Damayanti & Gemiharto, 2019), oleh karena itu aplikasi TikTok sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk pembersihan konten negatif dan ilegal. Setelah 2 tahun berlangsung aplikasi TikTok menjadi *trend* dan budaya baru buat masyarakat Indonesia (Utama, 2018). Tetapi sisi lain dari dampak negatif TikTok, TikTok juga bisa memberikan dampak positif, dilihat dengan banyak orang yang menggunakan aplikasi TikTok berkegiatan atau memberikan informasi mengenai suatu hal, bahkan untuk manajemen dalam mempromosikan produk/usahanya. Lewat video dan lagu/nyanyian yang ada dalam fitur aplikasi ini memudahkan informasi dapat disampaikan dan dapat memberikan rangsangan untuk yang melihatnya, menirukan/menyebarkannya. Adapun dalam penelitian Susilowati (2018) penelitiannya menyatakan bahwa aplikasi TikTok dapat membentuk *personal branding*, lalu hasil penelitian Chandra Kusuma & Oktavianti (2020) dalam aplikasi TikTok menyediakan fitur kolom komentar untuk para penggunanya, komentar positif akan memberikan dampak percaya diri kepada seseorang, dan komentar negatif akan membentuk mental yang kuat kepada seseorang, dari hal tersebut dapat disimpulkan TikTok dapat digunakan sebagai pembentuk konsep diri, dari fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa TikTok tidak hanya memberi dampak negatif tetapi TikTok juga dapat memberi dampak positif.

SMPN 07 Koto XI Tarusan memiliki unit usaha bisnis hasil kerajinan siswa yang menggunakan TikTok sebagai media promosi. Berdasarkan praobservasi yang telah peneliti lakukan SMPN 07 Koto XI Tarusan mengemukakan bahwa TikTok memang sangat membantu dalam mempromosikan produknya. Berdasarkan latar belakang tersebut maka kami tertarik PKM terkait Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan sosialisasi penggunaan media sosial tiktok untuk meningkatkan penjualan.

METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan studi kasus dan literatur. Studi kasus ini dilakukan di SMPN 07 Koto XI Tarusan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh melalui pengamatan langsung di lapangan setelah sosialisasi dilakukan dan wawancara dengan masyarakat SMPN 07 Koto XI Tarusan. Data sekunder bersumber dari teori dari berbagai literatur maupun buku-buku yang terkait dengan PKM. Analisis data dan pembahasan dilakukan melalui pendekatan deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk yang dipasarkan adalah Virgin Coconut Oil (VCO). SMPN 07 Koto XI Tarusan mampu memenuhi kebutuhan pasar untuk Virgin Coconut Oil (VCO) mencapai 80% untuk wilayah kota padang.

Ada beberapa Aspek Pasar yang perlu diperhatikan, yaitu sebagai berikut:

- a. Segmentasi (Segmentasi)
Segmentasi dari SMPN 07 Koto XI Tarusan adalah produk yang bisa dinikmati oleh semua usia dan semua kalangan. baik kalangan atas, menengah, maupun bawah.
- b. Targeting (Target Pasar)
Target pasar SMPN 07 Koto XI Tarusan adalah Masyarakat disekitaran perumahan kompleks, kompleks perumahan yang berada dikawasan kota padang maupun di luar padang.
- c. Positioning (Penempatan)
SMPN 07 Koto XI Tarusan berusaha untuk memposisikan produknya sebagai produk yang sehat, berkualitas, dan terjamin mutu Virgin Coconut Oil (VCO) nya.

Selain Aspek pasar, Bauran Pemasaran SMPN 07 Koto XI Tarusan juga perlu dipertimbangkan, yaitu:

- a. Place (Saluran distribusi)

Kota Padang merupakan lokasi strategis bagi usaha SMPN 07 Koto XI Tarusan karena dekat dengan wilayah pemasarannya.

b. Promotion (Promosi)

Promosi dilakukan dengan cara memanfaatkan media social tiktok

c. Product (Produk)

Adapun produk yang ditawarkan adalah Virgin Coconut Oil (VCO)

d. Price (Harga)

Harga yang ditetapkan adalah harga yang wajar dan terjangkau bagi konsumen namun tetap mampu bersaing dengan pelaku usaha produk sejenis lainnya.

Hasil kegiatan PKM yang dilakukan dalam bentuk Sosialisasi Penggunaan Media Sosial

Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan Di SMPN 07 Koto XI Tarusan Padang, yaitu:

1. Mampu Mengedukasi Peserta yaitu Guru dan Siswa SMPN 07 Koto XI Tarusan Padang dalam Penggunaan Media Sosial tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan Produk karya SMPN 07 Koto XI Tarusan
2. Membantu Guru dan Siswa SMPN 07 Koto XI Tarusan Padang memahami kembali cara menggunakan media sosial tiktok tempat penjualan produk karya SMPN 07 Koto XI Tarusan
3. Masalah dapat diselesaikan khususnya dalam penjualan produk karya SMPN 07 Koto XI Tarusan.



Gambar 1.

Kegiatan sosialisasi Penggunaan Media Sosial tiktok

KESIMPULAN

Pengabdian Kepada Masyarakat yang diselenggarakan, mendapat sambutan yang baik dari peserta pelatihan yaitu Guru dan Siswa SMPN 07 Koto XI Tarusan. Program PKM Sosialisasi dan Pengenalan Penggunaan Media Sosial tiktok Sebagai Wadah Penjualan dan Pemasaran Hasil Karya SMPN 07 Koto XI Tarusan ini dapat dinyatakan Lancar dan sesuai dengan target yang telah diusulkan. Menyadari bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna, oleh karena itu perlu dilakukan umpan balik perencanaan tindakan pengabdian tahun berikutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Akhirnya Ucapan Terimakasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Tim PKM dan semua peserta yang terlibat dalam kegiatan ini khususnya Guru dan Siswa SMPN 07 Koto XI Tarusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiargo, Dian. 2015. Berkomunikasi Ala Net Generation. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dan Andi Subhan Amir. YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram, dalam *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5 No.2 (2016). hlm. 260.
- I. W. Iwantara, I W. Sadia, I K. Suma. 2014. Pengaruh Penggunaan Media Video *Youtube* Dalam Pembelajaran Ipa Terhadap Motivasi Belajar Dan Pemahaman Konsep Siswa. *e-Journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi IPA*. Volume 4.
- Mulyana, Dedi. 2001. Ilmu Komunikasi, Suatu pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya. Nasrullah, Ruli. (2017). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi. Budaya. Dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Munir. 2017. Pembelajaran Digital. Bandung: Alfabeta. hlm. 104.
- Rusman. 2018. Belajar dan Pembelajaran Berbasis Komputer Mengembangkan Profesionalisme Guru Abad 21, Bandung: Alfabeta. hlm. 310
- Yusri1, Ana Rosida, Jufri, dan Mantasiah R. 2018. Efektivitas Penggunaan Media *Youtube* Berbasis *Various Approaches* Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Bahasa Inggris. *Eralingua: Jurnal Pendidikan Bahasa Asing dan Sastra* Vol.2, No.2.