



Application of Instagram as a Communication
Marketing Products of Potato Products in Kemiri
Village Kec. Pacet Kab. Mojokerto

Moch. Irfan Firdani and Prisela Meiyana

EasyChair preprints are intended for rapid
dissemination of research results and are
integrated with the rest of EasyChair.

December 10, 2019

**APLIKASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMASARAN PRODUK KRIPIK KETELA DI DESA KEMIRI
KECAMATAN PACET KAB. MOJOKERTO**

Moch. Irfan Firdani, Prisela Meiyana
Universitas Islam Majapahit
Irfanfirdani.27@gmail.com

ABSTRACT

This service aims to provide a descriptive analysis of the role of social media marketing in realizing social media marketing. Social media invites anyone who is interested to participate by contributing and feedback openly, giving comments, and sharing information in a fast and unlimited time. the benefits of the internet for his business. This leader aims to make the community of Ds. Candlenut can and is able to provide insight and input for internet users in conducting online business marketing using social media marketing to market a local product through Instargram as its medium. The method used in this research is descriptive qualitative. Researchers use this approach because the purpose of the research to be carried out is to describe in detail and in depth the patterns of communication that occur in the implementation of social marketing activities in the social networking community. Purpose So that we know that Instagram social media can spread our local business so that it can quickly spread to the public. the existence of social media today we must be able to make good use of it. Especially Instagram which is very popular today. With Instagram we can spread our business to the widest possible extent so that our business can grow.

Keywords: Social Media, Instagram, e-Marketing, Sweet Potato Chips

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan satu analisis deskriptif mengenai seberapa besar peran media sosial marketing dalam mewujudkan pemasaran media sosial. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. manfaat internet untuk bisnisnya. Penerepan ini bertujuan untuk agar masyarakat Ds. Kemiri bisa dan Mampu memberikan wawasan serta masukan bagi pengguna internet dalam

melakukan pemasaran bisnis online menggunakan media sosial marketing untuk memasarkan suatu produk lokal melalui Instagram sebagai medianya. metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan pendekatan ini dikarenakan tujuan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu mendeskripsikan secara terperinci dan mendalam pola komunikasi yang terjadi dalam pelaksanaan kegiatan sosial marketing pada komunitas jejaring sosial . Tujuan Supaya kita tahu bahwa media sosial instagram bisa menyebar luaskan usaha lokal kita agar bisa cepat menyebar luas ke khalayak. adanya media sosial saat ini kita harus bisa memanfaatkan dengan baik. Terutama instagram yang masa kini sangat populer. Dengan adanya instagram kita bisa menyebar luaskan usaha kita dengan se luasnya agar usaha kita bisa berkembang.

Kata kunci : Media Sosial, Instagram, e – Marketing, Kripik Ketela

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini kita harus bisa memanfaatkan kemajuan tersebut dengan sebaik – baiknya. Apalagi dikalangan masyarakat yang ingin berpotensi menciptakan usaha sendiri. Dengan adanya teknologi saat ini bagi se kelompok orang atau perorangan sangatlah membantu untuk menjadikan teknologi sebagai sarana untuk mempromosikan produk kita agar lebih luas dikalangan masyarakat.

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya dengan mudah bisa berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki bisa jadi merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia saat ini. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial adalah salah satu alternatif kegiatan pemasaran yang tidak membatasi wilayah jangkauan, waktu, pelanggan dan tempat.

Instagram ialah salah satu media sosial yang saat ini sangat populer karena instaragm (IG) sekarang juga dibuat juga untuk sarana promosi produk – produk untuk jualan. Karena instagram ialah aplikasi untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk menggunakan

peluang tersebut untuk berdagang dan membagikan moment – moment penting kepada jejaring sosial yang sangat luas.

Di desa kemiri kec. Pacet Kab. Mojokerto merupakan salah satu desa yang sebagian besar produk – produknya ialah dari alam langsung yang biasanya menggunakan hasil alam berupa ketela atau ubi. Kekayaan alam berupa bahan pangan ini dimanfaatkan oleh penduduk di Desa Kemiri untuk diolah menjadi produk makanan ringan seperti keripik. Melihat banyaknya antusias warga yang mengolah ketela menjadi produk keripik ini, membuat sebagian produk yang mereka hasilkan tidak terjual dengan baik. Hal ini disebabkan persaingan dari beberapa produk serupa yang lebih unggul baik dalam segi kemasan, harga, maupun promosi.

Melalui perkembangan teknologi pada era digital ini, tim pengabdian UNIM menggandeng beberapa mitra diantaranya kelompok karang taruna sebagai jembatan promosi produk yang dikelola oleh lingkup rumah tangga dan juga para pelaku usaha keripik yang sudah melingkupi ruang pemasaran cukup besar. Para mitra yang bersangkutan diberikan pelatihan mengenai teknik promosi yang dapat meningkatkan jumlah jual produk dikalangan masyarakat dalam cakupan yang lebih luas. Pendampingan secara berkelanjutan adalah salah satu tindakan yang dapat dilakukan guna mengontrol perkembangan kegiatan promosi agar tidak sampai pada promosi pasif.

METODE PELAKSANAAN

Jenis metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan pendekatan ini dikarenakan tujuan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu mendeskripsikan secara terperinci dan mendalam pola komunikasi yang terjadi dalam pelaksanaan kegiatan sosial marketing pada komunitas jejaring sosial . Data primer diambil dari hasil wawancara dan observasi.

Metode pelaksanaan kegiatan menjelaskan tentang tahapan-tahapan yang dilakukan untuk mengimplementasikan program, diantaranya : (1) Observasi mengenai jumlah produsen kecil dan produsen besar olahan keripik ketela,(2) Pelatihan dasar mengenai kegiatan penunjang pemasaran yang meliputi 4P (product,place,price,promotion) hingga pengelolaan distribusi, (3)

Pembuatan media promosi berupa instagram dan proses pengelolaan media promosi.



Setelah metode pelaksanaan diklarifikasi, diharapkan melalui rangkaian tersebut didapatkan hal berupa pemahaman tentang dunia pemasaran melalui media sosial untuk pemasaran sebuah produk dan juga mendukung mitra untuk lebih aktif terhadap pemasaran melalui media sosial dan tentunya akan meningkatkan penghasilan lebih untuk para pengusaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi internet sudah semakin banyak dimanfaatkan oleh berbagai organisasi terutama organisasi bisnis. Kegiatan dunia usaha menggunakan teknologi internet adalah cara yang inovatif dalam melakukan kegiatan perusahaan untuk memasuki pasar di dunia maya yang disebut sebagai electronic business (ebusiness) dan electronic commerce (e-commerce).

Dunia usaha telah menemukan berbagai manfaat internet untuk bisnisnya. Banyak perusahaan kecil dan besar telah memanfaatkan Internet demi menunjang bisnis mereka. Bahkan ada yang dinamakan bisnis Online dimana semata-mata menjadikan Internet sebagai bisnis utama. Banyak perusahaan, terutama yang menerapkan perdagangan online, telah mengintegrasikan situs Web mereka dengan sistem back-office seperti database, paket akuntansi dan kontrol stok dan penelusuran pelanggan mereka. Hal ini dapat mengurangi biaya administrasi dan meningkatkan layanan pelanggan dengan memberikan informasi yang cepat dan mudah tentang kemajuan order kepada pelanggan.

- **Pelatihan penunjang promosi dan pengelolaan distribusi**

Pelatihan merupakan pemberian pembelajaran secara nyata melalui kegiatan sosialisasi yang berhubungan dengan tujuan hasil yang ingin dicapai dalam hal pemasaran atau promosi. Mitra diberikan pemahaman tentang beberapa indikator penunjang promosi diantaranya : penentuan harga (price), Pemantapan Produk (Product), Penempatan Distribusi dan Proses Pemasaran. Dari yang dijadikan acuan tersebut, pelaksanaan pengabdian menyusun beberapa indicator untuk menilai pemahaman mitra terhadap materi pelatihan.



Foto : Mengatur strategi cara menyampaikan kepada pengusaha



Foto : Cara memasak supaya kemasannya menjadi menarik



Foto : Workshop tentang media sosial

Nomor Indikator	Indikator
1	Mampu mengklarifikasi harga sesuai produk
2	Mampu melakukan kegiatan distribusi online
3	Mampu melakukan pelayanan distribusi offline
4	Mampu melakukan kegiatan memfoto produk
5	Mampu memasarkan produk melalui instagram
6	Mampu menegosiasi memlalui media sosial

Berdasarkan indikator di atas, mitra dinilai kemampuannya dalam mengoprasikan media sosial dan juga terdapat pengembangan melalui media sosial instagram yang digunakan untuk media promosi suatu produk.

KESIMPULAN

Dalam kegiatan di atas kita bisa menyimpulkan bahwa dengan adanya media sosial saat ini kita harus bisa memanfaatkan dengan baik. Terutama instagram yang masa kini sangat populer. Dengan adanya instagram kita bisa menyebar luaskan usaha kita dengan se luasnya agar usaha kita bisa berkembang.

Sosial Media Marketing sudah menjadi salah satu tools bisnis andalan pengusaha masa kini. Untuk dapat memberdayakan sosial media dalam bisnis, pastikan Anda harus memahami dasar-dasar pengetahuan tentangnya. Kenali proses apa saja yang ada di dalamnya, siapa orang yang mampu menjalankannya, hingga platform sosial media apa saja yang tersedia dan cocok untuk bisnis Anda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada LP4MP Universitas Islam Majapahit selaku panitia pelaksana program KKN Tematik 2019 di Desa Kemiri khususnya. Melalui pendanaan internal yang telah diberikan, kegiatan KKN Tematik 2019 ini dapat terlaksana dengan baik. Adapun ucapan terimakasih juga penulis sampaikan untuk seluruh rekan-rekan kelompok KKN di Desa Kemiri yang telah saling memberikan dukungan setiap kekurangan masing-masing individu sehingga semua program terkait kegiatan KKN Tematik 2019 di Desa Kemiri dapat terlaksana dengan baik. Kepada kedua orangtua atas doa dan dukungannya sehingga penulis bisa menyelesaikan kegiatan demi kegiatan KKN Tematik 2019 dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- 1) Rahmawati, Dewi (2016)) Pemilihan dan Pemanfaatan sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online, UIN Sunan Kalijaga
- 2) Sholihah, Afifatus (2018) Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi, UIN Sunan Kalijaga
- 3) Putri, Erryta Ayu (2013) Aplikasi Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"

- 4) Ismanto (2017) Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Online dan Tingkat Kepuasan Membeli, Universitas Sumatera Utara
- 5) Qadri, Nur Aizahtul (2017) Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online, Universitas Islam Negri Alauddin Makassar
- 6) N, Hasan (2017) Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Penjualan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- 7) Putra, Mahardika (2018) Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- 8) S, Agatha Kelly (2015) Peranan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online, Universitas Sumatera Utara
- 9) Gumilar, Gungum (2015), Pemanfaatan Instagram sebagai Sarana Promosi oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung, Universitas Padjajaran
- 10) Banjaransari, Yudhi Gumbiro (2018) Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Page Down Cloth Maker, Universitas Muhammadiyah Surakarta