

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Periklanan Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM DI Bidang Pangan Serta Untuk Meningkatkan Ekonomi Di Desa Kembang Ringgit

Oleh:

Mochammad Rigel Putra Roem

Poppy Febriana

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Februari, 2024



Pendahuluan

- Perkembangan yang terjadi pada saat ini semakin pesat pasar bisnis di Indonesia saat ini sangat diuntungkan dengan adanya Instagram sebagai salah satu bentuk kemajuan teknologi yang semakin hari mengalami perkembangan pesat.
- Instagram sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto serta video, penggunaan dari aplikasi ini yang cukup mudah membuat Instagram menjadi banyak diminati di berbagai kalangan. Baik itu untuk berbagi informasi sehari-hari maupun untuk menjalankan bisnis selain itu, adanya Instagram ini membuat komunikasi pemasaran tentang penyampaian informasi produk terhadap konsumen menjadi lebih efisien.

Pendahuluan

Desa KembangRinggit merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Ngoro Kabupaten Mojokerto. Desa KembangRinggit ini masuk dalam wilayah Kabupaten Mojokerto di desa ini sendiri banyak pelaku usaha mikro kecil khususnya pada bidang pangan.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Bagaimana sistem pemasaran yang di gunakan para pelaku UMKM sebelum adanya media Instagram?
2. Bagaimana terjadinya peningkatan jumlah followers dari akun Instagram UMKM KembangRinggit ?

Metode

Pada penelitian ini menggunakan metode menggunakan metode pendekatan kualitatif sebagai suatu merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh social yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Paparan tersebut menurut Saryono (2010), Pengumpulan data ini dilakukan melalui sosialisasi, observasi, wawancara, dan melakukan kajian Pustaka dengan cara mengkaji serta memberikan referensi maupun literatur supaya bertujuan untuk memahami, mengerti strategi maupun konsep marketing ataupun promosi dan periklanan suatu produk yang di kembangkan oleh umkm dengan cara melakukan proses pengamatan secara kepada masyarakat desa kembangringgit itu sendiri proses penelitian serta pengamat ini sendiri dilakukan pada hari jumat 6 januari 2023 bertempat di desakembangringgit kecamatan pungging kabupaten Mojokerto yang nanti hasil dari penelitian ini itu sendiri nanti akan dimunculkan dalam bentuk sampel penelitian.

Hasil

- Dengan memberikan sosialisasi tentang cara periklanan dan promosi Instagram di desa Kembangringgit. Proses ini didasarkan pada pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi yang membantu masyarakat dalam mempromosikan produknya secara online melalui media Instagram sebagai media periklanan dan promosi yang dimaksudkan. Selain itu, dengan bantuan dan dukungan masyarakat sekitar yang antusias membuat program yang peneliti jalankan dapat berjalan dengan baik. Kegiatan yang peneliti lakukan berupa sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat tentang pemasaran dan penjelasan tentang cara mempromosikan produk secara menarik dan inovatif dengan cara membuat judul penjualan produk di media sosial yang menarik sehingga membuat orang lain tertarik atau membeli produk UMKM di sektor pangan desa Kembangringgit.

- Pembuatan Akun Instagram



- Sosialisasi Pengenalan Media Instagram Pada Pelaku UMKM



Pembahasan

- Dengan memberikan sosialisasi tentang cara periklanan dan promosi Instagram di desa Kembangringgit. Proses ini didasarkan pada pengabdian kepadamasyarakat berupa sosialisasi yang membantu masyarakat dalam mempromosikan produknyasecara online melalui media Instagram sebagai media periklanan dan promosi yang dimaksudkan.Selain itu, dengan bantuan dan dukungan masyarakat sekitar yang antusias membuat program yangpeneliti jalankan dapat berjalan dengan baik. Kegiatan yang peneliti lakukan berupa sosialisasi dan edukasikepada masyarakat tentang pemasaran dan penjelasan tentang cara mempromosikan produk secaramenarik dan inovatif dengan cara membuat judul penjualan produk di media sosial yang menariksehingga membuat orang lain tertarik atau membeli produk UMKM di sektor pangan desaKembangringgit

- Setelah melakukan kegiatan sosialisasi, peneliti mencoba melihat bagaimana proses pemasaran produk di desa Kembangringgit. Setelah semua kegiatan yang peneliti lakukan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa di Desa Kembangringgit para pelaku usaha UMKM atau produsen belum mengetahui tentang pemasaran melalui media sosial dan para pelaku usaha di wilayah tersebut belum mengetahui cara penerapannya, oleh karena itu peneliti menjelaskan caramemasarkan dan membantu produsen melakukan promosi yang menarik sebagai penjual dan strategi pemasaran agar dapat bertahan jika terjadi masalah.

Temuan Penting Penelitian

Tidak semua para pelaku usaha memiliki kemampuan dalam hal mengenal digitalisasi pada produk yang mereka miliki agar dikenal dalam hal pemasaran lebih meluas serta dapat memberikan suatu feedback yang positif dalam pikiran konsumen terhadap produknya.

para pengusaha lebih cenderung sudah nyaman terhadap cara pemasaran yang sudah mereka jalani pada saat ini sehingga terjadi ada kesulitan tersendiri untuk mengubah cara pemasaran dengan mengikuti kemajuan zaman.

Manfaat Penelitian

1. Untuk dapat mengetahui peningkatan pemasaran produk umkm desa kembangringgit melalui pembuatan akun Instagram
2. Untuk mengetahui peningkatan jumlah followers pada akun Instagram umkm kembangringgit

Kesimpulan

- Berdasarkan hasil dari kegiatan sosialisasi bahwa di Desa Kembangringgit para pelaku usaha UMKM atau produsen belum mengetahui tentang pemasaran melalui media sosial dan para pelaku usaha di wilayah tersebut belum mengetahui cara penerapannya, oleh karena itu peneliti mencoba menjelaskan cara memasarkan produk melalui media Instagram serta memaparkan kepada produsen bagaimana melakukan promosi yang menarik hati calon konsumen produk mereka.

Referensi

- Diem, D. A. (2020). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus pada Akun Instagram @Kaosdisablon di CV. Purwa Satya). *jurnal.wastukancana.*, 6.
- HannaNurulHusn. (2021). Penggunaan Instagram Stories sebagai Media Promosi Kesehatan Mata . <http://ejurnal.itats.ac.id/>, 8.
- HAZISAH, D. S. (2017). PENGARUH INSTAGRAM STORIES TERHADAP EKSISTENSI DIRI DI KALANGAN SISWA-SISWI SMAN 1 MAKASSAR. *digilib.unhas.*, 47.
- Idana, M. I. (2018). Strategi Media Daring Instagram Sebagai Media Promosi Salad Nyoo. *Al-Misbah (Jurnal Islamic Studies)*, 8.
- LARITA, S. (2020). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DINAS KEBUDAYAAN . *Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi*, 15.

