

PELATIHAN PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN BAGI PENDIDIK PENDIDIKAN NONFORMAL DI SKB 2 SAMARINDA

Syamsul Anwar*, Muhamad Alisalman, Sri Wahyuni

Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

*Koresponden penulis: pls@fkip.unmul.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan melaksanakan pelatihan. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan Instagram untuk pemasaran. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan kegiatan. Tahapan awal dimulai dengan persiapan untuk perizinan dan menjalin kesepakatan untuk penentuan jadwal kegiatan. Tahapan penyusunan perangkat pembelajaran untuk memudahkan proses pelatihan. Tahapan pelaksanaan merupakan tahapan inti untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah untuk penyampaian materi tentang pemasaran di era digital. Selanjutnya pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan praktek pemanfaatan instragam untuk pemasaran. Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini peserta kegiatan antusias dalam mengikuti kegiatan, hal ini dilihat dengan keaktifan mengikuti kegiatan terutama ketika diskusi dan praktek mandiri.

Kata Kunci:

pemasaran digital; instagram; pendidikan masyarakat; pelatihan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat memudahkan dalam berbagai keperluan hidup. Hampir diseluruh penjuru dunia teknologi menjadi sebuah candu (menggemari) yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia (Hasan, 2020; Juliyani, 2021). Hal tersebut membuktikan bahwa saat ini teknologi menjadi salah satu kebutuhan yang harus dimiliki oleh manusia. Keberadaan teknologi dapat memberikan manfaat yang positif dalam penyelesaian pekerjaan. Perkembangan teknologi digital dapat memudahkan masyarakat karena adanya jaringan internet yang saat ini mudah diakses dimanapun dan kapanpun (Fadilla et al., 2022). Teknologi menjadi salah satu alternatif dalam penyelesaian tugas karena berbasis internet yang dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.

Salah satu perkembangan teknologi yang berkembang saat ini adalah teknologi berkaitan dengan pemasaran. Pemasaran yang biasanya hanya dilakukan melalui kegiatan tatap muka atau langsung dapat dikembangkan dengan teknologi. Saat ini peran internet bukan hanya sebagai sarana mencari informasi dan berkomunikasi, tapi juga mempunyai potensi besar sebagai media pemasaran (Taan et al., 2021). Salah satu teknologi untuk pemasaran dapat menggunakan

media sosial. Keberadaan media sosial kini terus merambah kehidupan manusia. Dalam perkembangannya media sosial bisa dimanfaatkan untuk beragam kepentingan, mulai menjalin pertemanan, kampanye program tertentu (pendidikan, sosial, agama, lingkungan, kesehatan, dan sebagainya), sampai promosi dan pemasaran produk atau jasa tertentu (Suryani, 2014). Media sosial merupakan salah satu cara yang ampuh untuk mempromosikan produk barang dan jasa (Untari & Fajarina, 2018). Media sosial saat ini dapat dimanfaatkan untuk pemasaran produk.

Salah satu sosial media yang digunakan oleh masyarakat khususnya masyarakat Indonesia adalah Instagram. Instagram merupakan sosial media yang biasa digunakan untuk komunikasi dan berbagi informasi. Pemanfaatan Instagram juga dapat meningkatkan citra merek suatu usaha sehingga produk yang dimiliki pelaku usaha lebih dikenal oleh masyarakat (Julianto, 2022). Banyak pengguna akun Instagram yang memanfaatkan aplikasi ini untuk memasarkan dan menjual produk/jasa, melalui share foto-foto produk pemasaran (Kusuma & Sugandi, 2019). Instagram yang merupakan media sosial dapat dimanfaatkan untuk pemasaran sehingga dapat memberikan nilai lebih untuk produk atau jasa yang dijual.

Perkembangan teknologi harus diimbangi oleh kompetensi yang memadai dari masyarakat itu sendiri. Manfaat dari Instagram untuk dijadikan sebagai media pemasaran akan dapat dicapai jika masyarakat memiliki kompetensi tersebut. Perkembangan teknologi yang semakin maju menuntut adanya keterampilan masyarakat yang menjawab perkembangan tersebut (Fatimatu Zahra et al., 2022). Kemajuan teknologi terus melaju sehingga menuntut kecerdasan dan keterampilan manusia dalam memerankan (Asmal et al., 2022). Sehingga diperlukan upaya dalam meningkatkan kapasitas masyarakat melalui proses pendidikan. Pendidikan sebagai upaya dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seseorang (Mustangin, 2020; Pasha et al., 2023; Saptadi, 2020; Widiastri, 2020). Pendidikan menjadi jalan penting untuk meningkatkan kapasitas masyarakat.

Hasil studi pendahuluan diketahui bahwa terdapat lembaga pendidikan nonformal yaitu Sanggar Kegiatan Belajar (SKB) 2 Samarinda. Sebagai lembaga pendidikan nonformal SKB 2 Samarinda melaksanakan kegiatan pendidikan termasuk pendidikan keterampilan hidup. Selain itu juga, hasil dari pendidikan keterampilan hidup tersebut dapat dijual dan dipasarkan. Namun pada pengembangan pendidikan keterampilan hanya dilatih membuat produk saja belum sampai pada pemasaran. Hal tersebut dirasa tidak efektif dan memerlukan teknologi untuk pemasaran yang lebih massif. Pendidik di SKB 2 Samarinda belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran menggunakan media sosial seperti Instagram sehingga diperlukan pendidikan untuk hal tersebut. Berdasarkan analisis masalah tersebut maka pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan untuk Pelatihan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Pemasaran Bagi Tutor di SKB 2 Samarinda. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali pengetahuan dan keterampilan bagi Pendidik di SKB 2 Samarinda dalam memanfaatkan Instagram untuk media pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas Pendidik di SKB 2 Samarinda. Hal ini dikarenakan tutor belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan Instagram untuk media pemasaran. Sehingga diperlukan adanya pelatihan untuk memfasilitas kegiatan tersebut. Pelaksanaan kegiatan pelatihan langsung dilaksanakan di Kantor SKB 2 Samarinda yang beralamat di Jl. Ruhui Rahayu I, Gunung Kelua, Kota Samarinda. Adapun pelaksanaan kegiatan ini dimulai dari tahapan persiapan sampai akhir kegiatan yaitu pada bulan Agustus sampai Oktober. Pelaksanaan inti dari kegiatan pelatihan untuk pengabdian kepada masyarakat ini yaitu pada bulan Oktober tepatnya pada tanggal 19 Oktober 2023. Pada kegiatan pengabdian ini terdapat dua sesi kegiatan dimulai dari pengenalan media sosial untuk pemasaran dan praktek pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk.

Pengabdian kepada masyarakat ini berupa pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat sasaran yaitu tutor di SKB 2 Samarinda. Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pelaksanaan kegiatan berupa pembelajaran kepada masyarakat sasaran program. Adapun alat yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan berupa alat pembelajaran berupa speaker dan LCD Proyektor. Adapun bahan pembelajaran berupa bahan presentasi.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti yang telah dijelaskan sebelumnya diketahui bahwa proses pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada beberapa tahapan. Tahapan yang dimulai dari tahapan awal atau persiapan sampai tahapan pelaksanaan kegiatan pelatihan. Adapun proses atau tahapan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tahapan Persiapan

Pada tahapan awal atau tahapan persiapan ini dilaksanakan kegiatan menjalin kesepakatan dengan SKB 2 Samarinda sebagai salah satu mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Hal ini dilaksanakan untuk mendapatkan izin pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pada kegiatan awal ini dilaksanakan kesepakatan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sehingga kegiatan siap untuk dilaksanakan.

Tahapan Penyusunan Bahan Pelatihan

Proses pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan kegiatan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan akan teknologi digital khususnya Instagram untuk pemasaran. Pada pelaksanaan kegiatan pelatihan dibutuhkan bahan pembelajaran untuk pelatihan. Hal ini dilaksanakan untuk memudahkan saat pelaksanaan kegiatan pelatihan.

Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan ini merupakan tahapan inti dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Pada tahapan pelaksanaan ini mengimplementasikan kegiatan pelatihan kepada masyarakat terkait dengan pemasaran dengan Instagram. Pada pelaksanaan ini dilaksanakan dua sesi pertama terkait dengan penjelasan terkait dengan pemasaran di dunia digital

termasuk pemanfaatan Instagram untuk media pemasaran. Selanjutnya praktek menggunakan Instagram untuk pemasaran produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi yang ada saat ini dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan atau kebutuhan. Salah satunya adalah untuk meningkatkan pendapatan dari usaha yang dimiliki. Perkembangan teknologi khususnya teknologi digital melahirkan berbagai media salah satunya media sosial yang dapat digunakan sebagai media pemasaran. Oleh karena itu, pada pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan untuk pelatihan pendidik di SKB 2 Samarinda terkait dengan pemanfaatan Instagram untuk pemasaran.

Pengabdian kepada masyarakat yang telah dijelaskan sebelumnya terdiri dari beberapa tahapan kegiatan. Tahapan awal merupakan menjalin kesepakatan awal dengan SKB 2 Samarinda. Hal ini dilaksanakan untuk mempersiapkan waktu pelaksanaan sehingga pendidik di SKB 2 Siap melaksanakan kegiatan pembelajaran pelatihan. Pelatihan ini merupakan bentuk pendidikan nonformal sehingga dalam pelaksanaan kegiatan pendidikan waktunya fleksibel. Pada pendidikan nonformal memiliki karakteristik pada fleksibilitas waktu karena peserta didik berbeda dengan pendidikan formal misalnya memiliki kesibukan (Lukman, 2021; Mustangin et al., 2021). Selain itu adanya penyiapan awal waktu pelaksanaan kegiatan sama dengan penyiapan peserta didik untuk melaksanakan kegiatan pendidikan sehingga peserta didik siap melaksanakan pembelajaran (Taba et al., 2023). Persiapan waktu di awal kegiatan pengabdian ini merupakan tahapan penting karena program pelatihan ini harus sesuai dengan kondisi peserta didik atau peserta kegiatan pengabdian.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa sesi. Sesi pertama adalah pengenalan pemasaran di era teknologi digital termasuk pengenalan media pemasaran yang dapat digunakan untuk pemasaran produk atau jasa. Pada tahapan ini juga mengenalkan Instagram dan pengoperasian Instagram untuk pemasaran produk atau jasa. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat atau program pelatihan pada sesi ini menggunakan metode ceramah. Metode ceramah merupakan metode yang mudah dilaksanakan untuk penyampaian informasi (Malia & Rahayu, 2014). Metode ceramah digunakan sebagai metode pembelajaran karena mudah diterima oleh sasaran kegiatan pembelajaran (Yulinda & Fitriyah, 2020). Penggunaan metode ceramah pada sesi awal ini merupakan metode yang sesuai untuk memberikan informasi awal tentang pemasaran berbasis teknologi ini.



Gambar 1. Penyampaian Materi Pelatihan

Pada kegiatan kedua atau sesi kedua ini pelaksanaan kegiatan pelatihan difokuskan untuk melaksanakan penyampaian materi tentang pemanfaatan instagram untuk pemasaran produk. Pada kegiatan ini penyampaian materi tentang pembuatan konten di sosial media Instagram. Pada sesi ini kegiatan dilaksanakan dengan metode praktek pembuatan konten di Instagram. Metode pembelajaran dengan menggunakan metode praktek akan memberikan pengalaman belajar langsung bagi peserta pelatihan (Safitri, 2020; Suhartini et al., 2022). Pada pembelajaran yang lebih ditekankan pada menyadap penalaman warga belajar maka makin aktif proses belajar dan makin banyak proses belajar pada peserta didik (Saripah & Shantini, 2016). Metode praktek dilaksanakan agar peserta kegiatan memiliki pengalaman langsung untuk menerapkan materi yang diajarkan. Peserta kegiatan melaksanakan secara mandiri terbimbing praktek membuat konten di Instagram. Pada tahapan akhir kegiatan pelatihan yaitu diskusi untuk mendapatkan umpan balik dari peserta kegiatan. Proses diskusi bersama dengan peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 2. Praktek Mandiri Terbimbing untuk Pemanfaatan Instagram

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk membekali peserta kegiatan pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran menggunakan Instagram. Pada kegiatan ini dilaksanakan penuh antusias peserta kegiatan. Hal

tersebut dibuktikan dengan keaktifan peserta saat pelaksanaan penyampaian materi dan berdiskusi. Pada kegiatan akhir juga melihat hasil dari praktek oleh peserta kegiatan sehingga diketahui peserta sudah memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan Instagram untuk pemasaran.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan. Pada pelaksanaannya, kegiatan dilaksanakan dengan menggunakan proses pembelajaran. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dengan terlebih dahulu menjalin kesepakatan jadwal karena pelatihan merupakan program pendidikan nonformal yang fleksibel sesuai dengan kondisi peserta kegiatan. Hal ini dikarenakan peserta kegiatan ini adalah pendidik untuk pendidikan nonformal memiliki jadwal kesibukan sendiri. Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan pada beberapa sesi atau tahapan kegiatan dimulai dengan penyampaian materi awal berupa pemasaran di era teknologi digital dengan metode ceramah. Selanjutnya praktek memanfaatkan Instagram untuk meningkatkan pengalaman belajar langsung peserta kegiatan. Pada pelaksanaan kegiatan peserta antusias dalam mengikuti kegiatan, hal ini terbukti dengan adanya keaktifan dalam diskusi bersama.

DAFTAR RUJUKAN

- Asmal, A., Masruhim, M. A., & Suryaningsi, S. (2022). Pengembangan Media Pembelajaran Matematika Dengan Jam Sudut Pizza di Kelas IV SDN 009 Samarinda Ulu. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(6), 1273–1284.
- Fadilla, A. R., Lukman, A. I., & Alisalman, M. (2022). Implementasi Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Warga Belajar Paket C di PKBM Generasi Mandiri. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 168–174.
- Fatimatuzzahra, F., Riyadi, R., & Wahyuni, S. (2022). Pengembangan Masyarakat Melek Teknologi: Studi Penyelenggaraan Pelatihan Microsoft Office Di LKP Ghanesa Samarinda. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 81–89.
- Hasan, H. A. (2020). Dampak Teknologi Dalam Transaksi Bisnis UMKM. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 11(2), 52–63.
- Julianto, E. T. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 16–29. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v1i4.146>
- Juliyani, M. (2021). Dampak Positif dan Negatif Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Mahasiswa PPKn STKIP Labuhanbatu. *Civitas (Jurnal Pembelajaran Dan Ilmu Civic)*, 7(2), 41–44. <https://doi.org/10.36987/civitas.v7i2.3535>

- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Lukman, A. I. (2021). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pendidikan Nonformal di PKBM Tiara Dezzy Samarinda. *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(2), 180–190. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i2.43669>
- Malia, R., & Rahayu, L. S. (2014). Pengaruh Penyuluhan Melalui Metode Ceramah dan Diskusi terhadap Tingkat Pengetahuan Teknologi Sistim Tanam Legowo di Kelompok Tani Karya Mukti III Desa Sukakarya Kecamatan Sukanagara Kabupaten Cianjur. *Agroscience*, 7(1), 51–60. <https://doi.org/10.35194/agsci.v4i1.615>
- Mustangin, Akbar, M. F., & Sari, W. N. (2021). Analisis Pelaksanaan Program Pendidikan Nonformal Bagi Anak Jalanan. *International Journal of Community Service Learning*, 5(3), 234–241. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v5i3>
- Mustangin, M. (2020). Analisis Proses Perencanaan Program Pendidikan Nonformal bagi Anak Jalanan di Klinik Jalanan Samarinda. *Pepatudz: Media Pendidikan Dan Sosial Kemasyarakatan*, 16(1), 1–9. <https://doi.org/10.35329/fkip.v16i1.656>
- Pasha, T. A., Khalisa, S. N., Zamima, R., Khairunnisa, R. T., & Mustangin, M. (2023). Sosialisasi kesehatan menstruasi bagi remaja perempuan di panti asuhan anak harapan kalimantan timur. *Ta'awun: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 163–170.
- Safitri, D. (2020). Pelatihan Pembuatan Pie Buah Bagi Warga Belajar di UPTD. P2KUKM Provinsi Kalimantan Timur. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 44–49. <https://doi.org/10.30872/lv.v1i1.258>
- Saptadi, S. (2020). Peran Instruktur Dalam Layanan Pembelajaran Peserta Kursus Mengemudi Roda Empat di LKP Cendana Samarinda. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 28–34. <https://doi.org/10.30872/lv.v1i2.432>
- Saripah, I., & Shantini, Y. (2016). Implementasi model pembelajaran mandiri program pendidikan kecakapan hidup perempuan. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 176. <https://doi.org/10.21831/jppm.v3i2.11545>
- Suhartini, S., Mustangin, M., Lukman, A. I., & Winarti, H. T. (2022). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga dalam Pengolahan Keripik Ikan Bawis pada Industri Rumahan Abadi Rasa. *Progress in Social Development*, 3(2), 87–93. <https://doi.org/10.30872/psd.v3i2.42>
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan

- Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). Jurnal Komunikasi, 8(2), 123–138. <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6471>
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. Journal of Management & Business, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Taba, P., Mustangin, M., Lukman, A. I., & Alisalman, M. (2023). Analisis Penyelenggaraan Pelatihan Pembuatan Pestisida Nabati Bagi Binaan CSR PT. GBU Kabupaten Kutai Barat di Desa Jengan Danum. Kompetensi, 16(1), 66–74.
- Untari, D., & Fajarina, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen, 2(2), 271–278. <https://doi.org/10.2307/2757514>
- Widiastri, D. A. D. (2020). Program Pelatihan Sebagai Upaya Pemberdayaan Korban Pasca Rehabilitasi Penyalahgunaan Narkoba di Rumah Damping Borneo BNN RI Samarinda. Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat, 1(1), 12–23. <https://doi.org/10.30872/lis.v1i1.255>
- Yulinda, A., & Fitriyah, N. (2020). Efektivitas Penyuluhan Metode Ceramah Dan Audiovisual Dalam Meningkatkan Pengetahuan Dan Sikap Tentang sadari di SMKN 5 Surabaya. Jurnal Promkes, 6(2), 116–128. <https://e-journal.unair.ac.id/PROMKES/article/viewFile/6439/5917>