

SOSIALISASI PEMBUATAN IKLAN DI WARKOP ARTOMORO MEDAN

Nurhawati Simamora

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia Indonesia
Email : watimora@yahoo.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk Memberikan sosialisasi Pembuatan Ilkan di Warkop Artomoro Medan. Objek pengabdian masyarakat ini adalah Warkop Artomoro Medan. Sosilaisasi ini dilakukan guna membantu para karyawan Warkop Artomoro Medan untuk meningkatkan pngetahuan dalam pembuatan iklan, agar dapat menambah konsumen da tingkat pendapatanpun meningkat dari kertarikan iklan yang dibuat. Oleh karena itu, karyawan warkop Artomoro Medan membutuhkan pelatihan pembuatan ikloan untuk mempromosikan produk kopi melalui digital marketing. Tujuannya, agar Warkop Artomoro tetap dapat bersaing dalam dunia bisnis kopi. Diharuskan dan diperlukan sosialisasi tersebut demi mencapai tujuan bersama untuk memberikan pengetahuan mengenai Pembuatan Ilkan di Warkop Artomoro Medan. Hasil dari kegiatan ini yaitu; (1) persentase pendapatan penjualan kopi ataupun menu meningkat, dan motivasi dari karyawan Warkop Artomoro Medan meningkat (2) Sosialisai yang dilakukan dengan cara pemeberian materi, ceramah,dan diskusi kepada peserta pelatihan.

Kata kunci : **Iklan**

Abstract

This community service activity aims to provide socialization on making fish at Warkop Artomoro Medan. The object of this community service is Warkop Artomoro Medan. This socialization was carried out in order to help Warkop Artomoro Medan employees to increase their knowledge in making advertisements, so that they can increase consumers and increase their income level from the attractiveness of the advertisements made. Therefore, Warkop Artomoro Medan employees need training in making advertisements to promote coffee products through digital marketing. The goal is for Warkop Artomoro to remain competitive in the world of coffee business. This socialization is required and necessary in order to achieve the common goal of providing knowledge about the making of fish at Warkop Artomoro Medan. The results of this activity are; (1) the percentage of coffee or menu sales revenue increases, and the motivation of Warkop Artomoro Medan employees increases (2) Socialization is carried out by providing materials, lectures, and discussions to training participants.

Keywords: **Online Advertising**

PENDAHULUAN

Kemajuan manusia di bidang teknologi kini semakin pesat dan mau tidak mau akan terus menjadi bagian dari kehidupan manusia di seluruh dunia. Dengan perkembangan ilmu pengetahuan, kemajuan teknologi juga berjalan beriringan. Pesatnya perkembangan teknologi

telah menimbulkan berbagai dampak, baik positif maupun negatif. Meskipun demikian, keberadaan perkembangan teknologi ini telah memberikan kontribusi yang penting bagi eksistensi kehidupan manusia, oleh karena itu, saat ini bagi sebagian orang teknologi telah menjadi alat yang mendasar bagi kebutuhan hidup manusia dalam menjalankan aktivitasnya. Khususnya dalam hal berkomunikasi dan menerima informasi, dari segi manfaat atau efek positif dalam bidang teknologi ini, media sosial dikatakan membawa banyak manfaat dan peluang yang baik bagi keberadaan manusia.

Jejaring sosial adalah situs web tempat orang dapat membuat situs web pribadi dan kemudian terhubung dengan teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar termasuk facebook, myspace, plurk, twitter dan instagram. Sementara media tradisional menggunakan media cetak dan penyiaran, media sosial menggunakan Internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan cara berkontribusi dan berkomentar secara terbuka, berkomentar dan berbagi informasi secara cepat dan tanpa batas waktu. Media sosial adalah media online, dengan pengguna yang dapat dengan mudah terlibat, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial paling populer yang digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Seiring kemajuan teknologi internet dan ponsel, media sosial juga berkembang pesat. Nah, untuk mengakses Instagram misalnya, Anda bisa melakukannya di mana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan ponsel. Kecepatan masyarakat dalam mengakses jejaring sosial telah menyebabkan fenomena besar dalam arus informasi tidak hanya di negara maju tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya, media sosial juga mulai bermunculan menggantikan peran media massa tradisional dalam menyebarkan informasi. .

Seiring dengan kemajuan teknologi, tren dunia bisnis juga semakin beragam. Salah satunya adalah tren pemasaran digital. Kleindl dan Burrow (2005) pemasaran digital adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, ide, penetapan harga, promosi, dan distribusi. Sederhananya, dapat dipahami sebagai pengembangan dan pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan antara konsumen dan produsen. Heidrick & Struggles (2009) pemasaran digital menggunakan evolusi dunia digital untuk beriklan tanpa iklan langsung tetapi dengan dampak yang tinggi. Dibutuhkan pengiklan yang menarik untuk mempresentasikan produk. Iklan sendiri berarti segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan oleh suatu media, disponsori oleh promotor yang dikenal, dan disampaikan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. (Rachmat Kriyantono). Iklan adalah pesan yang menyampaikan suatu produk kepada masyarakat melalui suatu media (Rhenald Kasali). Ini adalah peluang bagi mereka yang terutama produsen dengan kebutuhan untuk mencari konsumen sebanyak mungkin untuk membelanjakan atau menawarkan produk mereka. Cara ini dianggap memudahkan produsen dalam kegiatan penjualannya. Karena semakin banyak orang yang menggunakan media sosial, informasi pun semakin cepat menyebar dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan dengan cara yang lebih mudah ini. Menggunakan media sosial membantu mereka mempromosikan produk dengan mudah dan cepat di semua kalangan. Dalam hal ini diperlukan penerapan periklanan yang baik untuk mempromosikan produk yang terkesan menarik bagi konsumen. Pemilihan kata yang digunakan dalam pembuatan iklan sangat berpengaruh, dan iklan diharapkan dapat mempengaruhi daya tarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan. . Oleh karena itu, pelatihan periklanan yang baik sangat bermanfaat bagi para pedagang atau pengusaha di Warkop Artomoro Medan.

Analisis Situasional

Situasi pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan iklan di Warkop Artomoro Medan untuk mengatasi permasalahan cara pemasaran. sosialisasi ini dilakukan dengan cara memberikan pengetahuan mengenai digital marketing dan pelatihan pembuatan iklan yang baik secara daring dan tatap muka. Permasalahan yang dihadapi saat ini, seperti kurang menguasai teknologi, dan kurang pemahannya mengenai jangkauan pemasaran dan cara memasarkan melalui sosial media dari Warkop Artomoro Medan. Dengan itu para pihak/karyawan yang bekerja didalam Warkop Artomoro Medan diharapkan menyimak dan mengikuti pelatihan tersebut agar tercapainya tujuan dari kegiatan sosialisasi ini guna memberikan pelatihan tentang membuat iklan

Oleh sebab itu tim pelaksana pengabdian kepada /karyawan yang bekerja didalam Warkop Artomoro Medan, menganggap bahwa sosialisasi ini sangat membantu para /karyawan yang bekerja didalam Warkop Artomoro Medan agar seluruh masyarakat dapat tertarik sehingga omset pendapatan meningkat

SOLUSI PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan observasi dan diskusi langsung antara tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat dan mitra diperoleh beberapa hal yang menjadi solusi dalam permasalahan mitra yaitu secara langsung memberikan materi dan pelatihan pembuatan Iklan. Oleh karena itu, sosialisasi yang dilakukan diharapkan mampu membantu meningkatkan pengetahuan dan membantu para para /karyawan yang bekerja didalam Warkop Artomoro Medan agar seluruh masyarakat dapat tertarik sehingga omset pendapatan meningkat dari iklan yang menarik.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam Sosialisasi Pembuatan Iklan Di Warkop Artomoro Medan, ceramah,tanya-jawab, diskusi, praktik

METODE EVALUASI

Evaluasi dilakukan pada akhir sesi kegiatan. Evaluasi diberikan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari masing-masing kegiatan melalui penyebaran kuesioner keseluruhan peserta pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil kegiatan adalah sebagai berikut :

Tabel 1 : Hasil Pencapaian Akhir

Unsur	Pra Sosialisasi	Pasca sosialisasi	Uraian	Presentase %
--------------	------------------------	--------------------------	---------------	---------------------

Sosialisasi Pembuatan Iklan DiWarkop Artomoro Medan	Belum memahami dengan baik tentang Pembuatan Iklan DiWarkop Artomoro Medan	Memahami dengan baik tentang Pembuatan Iklan DiWarkop Artomoro Medan	Memberikan pengetahuan tentang Pembuatan Iklan DiWarkop Artomoro Medan	100%
---	--	--	--	-------------

PEMBAHASAN

Secara keseluruhan kegiatan berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan. Semua pihak dapat bekerjasama dengan baik. Banyak hal positif yang ditanamkan dalam kegiatan ini. Salah satunya menambah pemahaman dan meningkatnya skill lebih mendalam tentang pembuatan iklan.

1. Pelaksanaan kegiatan berlangsung cukup interaktif ditandai dengan banyaknya pertanyaan dari peserta. Pelaksanaan secara umum berjalan dengan lancar dengan dukungan terutama dari pihak warkop Artomoro Medan. Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut yaitu : Secara umum, peserta mampu memahami materi pelatihan pembuatan iklan.
2. Sosialisasi yang dilakukan dengan cara pemberian materi, diskusi pada karyawan ataupun pihak yang termasuk usaha warkop Artomoro Medan

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari pelaksanaan Sosialisasi Pembuatan Iklan Di Warkop Artomoro Medan yaitu kegiatan ini bermanfaat besar dan berdampak baik bagi masyarakat khususnya wirausaha/karyawan di warkop Artomoro Medan dengan pelatihan an pembuatan iklan yang menarik maka produksi kopi semakin meningkat, disebabkan karena konsumen di warko Artomoro bertambah. Maka dari kegiatan ini wirausaha dan karyawan lebih meningkatkan pemahamannya dengan sosial media,dan kiranya pelatihan ini dapat dilaksanakan agar dapat meningkatkan konsumen di Warkop Artomoro Medan melalui iklan-iklan yang menarik

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami dari Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengucapkan terima kasih kepada para karyawan Warkop Artomoro Medan yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran mendukung kami dalam melaksanakan kegiatan PKM sebagai salah satu Tri Dharma di Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

<https://ummaspul.e-journal.id/RMH/article/download/4989/2149>

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055>

<https://repository.uin-suska.ac.id/6958/3/BAB%20II.pdf>

<https://media.neliti.com/media/publications/23468-ID-iklan-yang-efektif-sebagai-strategi-komunikasi-pemasaran.pdf>