

PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM IKLAN ONLINE UNTUK MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA

Saurma M.G.P Siahaan

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

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk memberikan pelatihan dan sosialisasi sebagai salah satu upaya meningkatkan kemampuan dalam Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online untuk Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia. Objek pengabdian masyarakat ini adalah seluruh mahasiswa prodi manajemen semester VI. Masalah yang dihadapi belum ada pemahaman yang baik tentang Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online Hal ini disebabkan karena minimnya pengetahuan mengenai media sosial.. Hasil dari kegiatan ini yaitu (1) Secara umum, peserta mampu memahami materi komunikasi Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online yang diberikan dengan baik, (2) Pelatihan yang dilakukan dengan cara sosialisasi.

Kata kunci : **Media Sosial, Iklan**

Abstract

The community service activities carried out aim to provide training and outreach as an effort to improve skills in the Utilization of Social Media in Online Advertising for Students of the Management Study Program at Sari Mutiara Indonesia University. The object of this community service is all semester VI management study program students. The problem faced is that there is no good understanding of the Utilization of Social Media in Online Advertising. This is due to a lack of knowledge about social media. well, (2) training conducted by means of socialization.

Keywords: **Social Media, Advertising**

PENDAHULUAN

Seiring dengan dengan berjalannya waktu aplikasi media sosial mengalami kenaikan. Pada bulan januari tahun 2019 ada empat media sosial teratas yang palig banyak digunakan dan mengalami kenaikan, dari tahun 2016 menurut APJII ketahun 2019 menurut Hootsuite we are social, yaitu youtube mencapai 88%, Whatsap mencapai 83%, facebook mencapai 81% dan instagram mencapai 80% pengguna. Bisnis online dengan menggunkan media sosial yang paling banyak dicari oleh masyarakat adalah tentang bisnis fashion, karena fashion tidak bisa dipisahkan dari wanita. Pengembangan produk daerah dapat meningkatkan usaha bagi UMKM. Promosi suatu daerah dapat menjadikan suatu produk unggulan khas daerah.

Peran internet menjadi penting dalam keberlanjutan usaha terutama juga pada usaha rumah tangga desa dengan cara menawarkan produk usaha-usaha produk seperti dalam bentuk iklan kepada masyarakat luas baik seperti facebook, marketplace, ataupun whatsapp chating dan

whatsApp Grup. (Fitri&Bundo). Strategi yang dapat dilakukan pada setiap usaha ruma tangga salah satunya dengan membuka layanan sistem digital sederhana sebagai bentuk aplikasi konsep ekonomidigital via internet seperti go-food, go-jek sehingga memungkinkan untuk meningkatkan keuntungan (suprianto)

Analisis Situasional

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini ditemukan bahwa yang menjadi kendala dalam penggunaan media online untuk memasarkan produk usaha adalah masih terbatasnya literasi digital (Nugraheni & Rahmattullah) para pelaku usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun sesuai dengan hasil temuan pengabdian sebelumnya. Tim pengabdian mencoba menemukan masalah dan menawarkan solusi tentang cara penggunaan Grup WhatsApp sebagai salah satu upaya dalam komunikasi antara anggota kelompok usaha rumah tangga menuju inovasi strategi pemasaran demi meningkatkan angka penjualan dan pendapatan/penghasilan kelompok usaha rumah tangga desa.

Terdapat kontribusi usaha terhadap pendapatan/penghasilan rumah tangga (Yuaningsih) sehingga keberlanjutan usaha rumah tangga menjadi perhatian pada lingkungan masyarakat desa. Penguatan usaha mendukung upaya survive (Munir) masing-masing pada setiap pelaku usaha meskipun dalam masa pandemi Covid-19.

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 sosialisasi dan pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online untuk MahasiswaProgram Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia. Pelatihan ini diharapkan MahasiswaProgram Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia dapat memanfaatkan media sosial dalam iklan online dengan sebaik-baiknya.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam Sosialisasi ini adalah metode ceramah,tanya-jawab serta demonstrasi

Metode Evaluasi

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil kegiatan adalah sebagai berikut :

Tabel 1 : Hasil Pencapaian Akhir

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

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online untuk Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia	Belum memahami dengan baik Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online untuk Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia	Memahami dengan baik tentang Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online untuk Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia	Memberikan pengetahuan tentang Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online untuk Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia	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 Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online untuk Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut yaitu :

- 1) Secara umum, peserta mampu memahami materi Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online untuk Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia yang diberikan dengan baik.
- 2) Pelatihan yang dilakukan dengan cara simulasi satu kasus perusahaan maka terjadi optimisme peserta terhadap Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online untuk Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia

KESIMPULAN

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online dalam berbagai bentuk seperti media advokasi, media massa, media entertainmen dan internet mampu membentuk sikap dan mengubah perilaku individu dengan cara meningkatkan kesadaran dan menambah pengetahuan tentang Pemanfaatan Media Sosial dalam Iklan Online, masalah-masalah Media Sosial dalam Iklan Online dan solusi Media Sosial dalam Iklan Online dengan tujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan derajat pemanfaatan media sosial.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami dari Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran mendukung kami dalam melaksanakan kegiatan PKM sebagai salah satu Tri Dharma di Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal pengabdian UNDIKMA, suprianto et.al.,

Jurnal hasil penelitian, IZZA SYAFIRA

Jurnal inovasi, teknologi, dan darma bagi masyarakat

Jurnal manajemen dan bisnis 1(4), nadya nur arafah, mutiara kamila