

## **Seminar Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi dengan Tema “Peranan Akademisi Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Fasilitas dan Wawasan Masyarakat Kampung Ketupat Sebagai Aset Wisata Kota Samarinda”**

**Amin Padmo Azam Masa <sup>1)</sup>, Putut Pamilih Widagdo <sup>2)</sup>, Nur Inayah Al-‘Azhimah <sup>3)</sup>, Fadil Saputra <sup>4)</sup>, Rizky Chandra <sup>5)</sup>**

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Mulawarman

E-Mail : aminpadmo@ft.unmul.ac.id <sup>1)</sup>; putut@ft.unmul.ac.id <sup>2)</sup>;

nurinayahalazhh@gmail.com <sup>3)</sup>; fadils4554@gmail.com <sup>3)</sup>; domrizky14@gmail.com <sup>3)</sup>

### **ABSTRAK**

Kegiatan seminar ini merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk membahas peran media sosial sebagai media promosi dalam meningkatkan pemberdayaan fasilitas dan wawasan masyarakat Kampung Ketupat sebagai aset wisata di Kota Samarinda, dengan fokus pada peran akademisi dalam proses tersebut. Permasalahan utama yang diidentifikasi adalah minimnya pemahaman dan penggunaan media sosial oleh masyarakat Kampung Ketupat untuk mempromosikan potensi wisata mereka. Selain itu, peran akademisi dalam pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kualitas fasilitas juga perlu diperkuat. Seminar ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan menyajikan informasi dan strategi terkini dalam pemanfaatan media sosial dan peran akademisi. Hasil dan pembahasan dari seminar ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam mempromosikan Kampung Ketupat sebagai aset wisata. Dalam sesi studi kasus, berbagai contoh sukses dari penggunaan media sosial oleh destinasi wisata lainnya disajikan. Selain itu, diskusi panel melibatkan akademisi, praktisi, dan pemangku kepentingan terkait, yang membahas strategi konkrit dalam memanfaatkan media sosial dan meningkatkan peran akademisi dalam pemberdayaan masyarakat. Simpulan dari seminar ini adalah bahwa media sosial memiliki peranan krusial dalam mempromosikan pemberdayaan fasilitas dan wawasan masyarakat Kampung Ketupat sebagai aset wisata. Melalui peningkatan peran akademisi dalam mendukung dan melibatkan masyarakat dalam penggunaan media sosial, Kampung Ketupat dapat menjadi destinasi wisata yang berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat. Pentingnya kolaborasi dan kerjasama antara akademisi, praktisi, dan pemangku kepentingan lainnya juga menjadi faktor kunci dalam mencapai tujuan tersebut.

Kata Kunci – Kampung Ketupat, Pengabdian Kepada Masyarakat, Seminar, Media Sosial

### **ABSTRACT**

*This seminar is a form of community service that aims to discuss the role of social media as a promotional medium in increasing the empowerment of facilities and insights of the people of Kampung Ketupat as a tourist asset in Samarinda City, focusing on the role of academics in the process. The main problem identified was the lack of understanding and use of social media by the people of Kampung Ketupat to promote their tourism potential. In addition, the role of academics in community empowerment and improving the quality of facilities also needs to be strengthened. This seminar aims to overcome these problems by presenting the latest*

---

\*) Corresponding Author

*information and strategies in the use of social media and the role of academics. The results and discussion of this seminar show that social media has great potential in promoting Kampung Ketupat as a tourism asset. In the case study session, various successful examples of social media use by other tourist destinations were presented. In addition, the panel discussion involved academics, practitioners, and relevant stakeholders, who discussed concrete strategies in utilizing social media and increasing the role of academics in community empowerment. The conclusion of this seminar is that social media has a crucial role in promoting the empowerment of facilities and insights of the people of Kampung Ketupat as a tourism asset. Through the increasing role of academics in supporting and involving the community in the use of social media, Kampung Ketupat can become a tourist destination that develops sustainably and provides economic benefits to the local community. The importance of collaboration and cooperation between academics, practitioners, and other stakeholders is also a key factor in achieving these goals.*

*Keywords – Kampung Ketupat, Community Service, Seminar, Social Media*

## **1. PENDAHULUAN**

Jumlah populasi negara Indonesia sebanyak 256,4 juta orang, dan sebanyak 130 juta orang atau sekitar 49 persen diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial, (Lufthi Anggraeni, 2018). Menurut hasil riset oleh 'We Are Social' diantara banyaknya jenis media sosial, media sosial yang sangat diminati oleh orang Indonesia saat ini diantaranya Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter. Kemudian berdasarkan informasi yang dimuat dalam wartakota, Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang. Akan tetapi berdasarkan hal tersebut masih banyak pengguna yang tidak menerapkan atau memanfaatkan media sosial ini sebagai alat untuk menghasilkan pendapatan.

Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk membantu masyarakat tertentu dalam melakukan beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun. Berdasarkan Tridharma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan dan penelitian, dengan adanya pengabdian kepada masyarakat diharapkan selalu ada keterkaitan bahkan kemandirian antara perguruan tinggi dan masyarakat. Kampung Ketupat yang berada di Jalan Mangkupalas, Kelurahan Masjid, Kecamatan Samarinda Seberang, Kota Samarinda merupakan tempat dimana pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan. Mayoritas masyarakat Kampung Ketupat berprofesi sebagai pengrajin ketupat dan kerajinan tangan yang lainnya.

Untuk dapat membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan masyarakat Kampung Ketupat, kami akan melakukannya melalui kegiatan seminar, dengan tujuan agar masyarakat teredukasi dan dapat paham tentang bagaimana cara memanfaatkan media sosial sebagai media promosi produk yang mereka hasilkan akan sangat membantu masyarakat tersebut dalam hal meningkatkan nilai penjualan dan nilai pendapatan mereka.

## **2. METODE**

Metode pelaksanaan dalam kegiatan Seminar Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi di Kampung Ketupat dilakukan dalam serangkaian proses kegiatan yang sudah terencana dan tersusun. Adapun rangkaian proses kegiatan sebagai berikut.

### **A. Solusi**

Untuk menjawab permasalahan kurangnya media promosi secara digital dalam menjual produk-produk masyarakat Kampung Ketupat, maka ditawarkan sebuah solusi, yaitu berupa pengadaan seminar dengan menghadirkan seorang pemateri untuk memaparkan ilmu dan pengalamannya dalam mempromosikan produk jual di media sosial. Seminar secara terminologi mempunyai pengertian sebagai suatu kegiatan untuk penyampaian suatu karya ilmiah yang berupa ilmu pengetahuan dari seorang akademisi, yang dipresentasikan kepada peserta seminar

agar dapat mengambil keputusan yang sama terhadap karya ilmiah antara sumber dengan peserta (Kartika, 2012).

Kebutuhan kegiatan seminar ini dianggap dapat menjawab solusi permasalahan yang ada sebab pelaksanaannya dinilai efektif dan efisien untuk menyampaikan ilmu kepada banyak masyarakat di dalam satu waktu. Selain itu, seminar ini dibawakan oleh seorang pemateri yang juga merupakan seorang mahasiswa dan memiliki pekerjaan sebagai kegiatan sampingannya. Maka, pada kegiatan inilah menjadi kesempatan bagi pelaksana kegiatan untuk dapat menerapkan ilmu akademik dan non-akademik dalam menjawab permasalahan nyata yang dialami masyarakat khususnya di Kampung Ketupat.

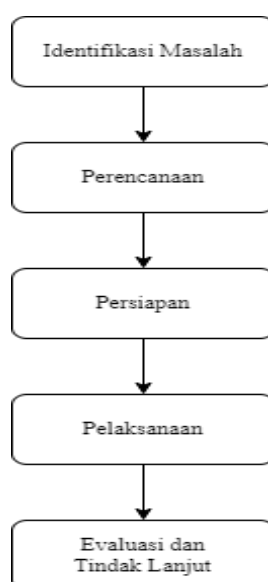
## B. Pendekatan

Untuk menjalankan solusi yang telah ditawarkan, berikut beberapa pendekatan yang dilakukan agar implementasi kegiatan sesuai dengan solusi yang telah dibuat.

- 1) Partisipatif: masyarakat Kampung Ketupat dilibatkan secara aktif dalam rangkaian kegiatan ini dimulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Partisipasi masyarakat diwakilkan dari para perwakilan masyarakat setempat berupa pemberian masukan dan keputusan di setiap diskusi sehingga membantu pelaksana kegiatan dalam merancang dan melaksanakan kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemauan dari segala pihak terutama bagi masyarakat Kampung Ketupat. Koordinasi dan komunikasi dari partisipan lebih sering dilakukan secara *offline* dengan tatap muka langsung di Kampung Ketupat dan juga dilakukan secara *online* pada obrolan grup WhatsApp.
- 2) Kolaboratif: masyarakat, dosen, dan mahasiswa maupun pelajar melakukan kerja sama untuk melaksanakan kegiatan. Masyarakat Kampung Ketupat khususnya yang berprofesi sebagai perajin menjadi target peserta seminar utama. Kemudian, target peserta seminar diperluas menjadi pelajar tingkat SMA/SMK serta para mahasiswa di Samarinda. Hal tersebut dipertimbangkan karena dinilai materi dan ilmu yang diberikan untuk pembekalan dan dapat membantu mereka dalam pengembangan Kampung Ketupat sebagai masyarakat muda penerus perkembangan wilayah. Para dosen di program studi Sistem Informasi Universitas Mulawarman menjadi penanggung jawab kegiatan, pembimbing panitia, dan membantu koordinasi dengan pihak Fakultas Teknik Universitas Mulawarman. Para mahasiswa di program studi Sistem Informasi menjadi panitia kegiatan sebagai pihak utama dalam pelaksana kegiatan dimulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi kegiatan.

## C. Prosedur Kerja

Pelaksanaan kegiatan seminar ini tentunya membutuhkan tahapan-tahapan agar mempermudah pencapaian tujuan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat gambar 1.



Gambar 1. Prosedur Kerja

Prosedur kerja berguna untuk memetakan langkah-langkah yang perlu dilakukan dan membatasi langkah-langkah yang tidak perlu dilakukan untuk mengefektifkan proses kerja. Berikut merupakan prosedur kerja yang dilakukan dalam tahap implemetasi kegiatan.

- 1) Identifikasi Masalah: Melakukan riset secara langsung di Kampung Ketupat untuk dapat menentukan kegiatan yang relevan dengan kondisi nyata yang diperlukan oleh masyarakat Kampung Ketupat. Riset dilakukan dengan diskusi bersama antara pelaksana kegiatan dan perwakilan masyarakat Kampung Ketupat.
- 2) Perencanaan: Melakukan perencanaan dengan menyusun rangkaian kegiatan ke dalam proposal kegiatan seperti pembentukan panitia, penyusunan agenda dan lokasi, dan rancangan anggaran.
- 3) Persiapan: Melakukan persiapan sesuai dengan perencanaan kegiatan baik perihal tertulis maupun tidak tertulis seperti penyebaran surat undangan ke peserta seminar dan pemateri seminar, serta mempersiapkan perlengkapan dan peralatan sesuai kebutuhan kegiatan di lokasi.
- 4) Pelaksanaan dan Dokumentasi: Melakukan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan agenda yang telah disusun dimulai dari registrasi peserta seminar, pembukaan acara, penyampaian materi, tanya jawab dengan peserta seminar, dan penutupan. Dokumentasi dilakukan di setiap agenda kegiatan dan diunggah secara *live* di media sosial.
- 5) Evaluasi dan Tindak Lanjut: Melakukan evaluasi kegiatan setelah seminar selesai yang berguna untuk menilai kinerja panitia terhadap kesuksesan acara. Tindak lanjut dilakukan berupa pemberian sertifikat untuk pemateri seminar, peserta seminar, dan panitia kegiatan.

#### **D. Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan Seminar Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi dilaksanakan pada hari Sabtu, 13 Agustus 2022 pada pukul 13.00-15.00 WITA yang berlokasi di Auditorium Kantor Kecamatan Samarinda Seberang. Adapun agenda kegiatan sebagai berikut.

- 1) Persiapan (12.00-12.30 WITA)
  - a. Panitia kegiatan melakukan briefing.
  - b. Panitia kegiatan mempersiapkan peralatan dan perlengkapan di ruang acara.
  - c. Panitia memastikan pemateri seminar dan tamu undangan hadir.
- 2) Registrasi Peserta dan Pembukaan (12.30-13.35 WITA)
  - a. Panitia kegiatan menyambut peserta seminar.
  - b. Panitia kegiatan mengarahkan peserta seminar ke ruang acara.
  - c. Pembukaan dimulai dari MC.
  - d. Penyampaian sambutan oleh dosen dan perwakilan masyarakat setempat.
- 3) Penyampaian Materi (13.25-14.25 WITA)

Materi terkait pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dibawakan oleh Rissa Enjelita.
- 4) Sesi Tanya Jawab (14.25-14.50 WITA)

Pemateri seminar menjawab pertanyaan-pertanyaan dari peserta seminar.
- 5) Penutupan dan Dokumentasi (14.50-15.00 WITA)

Acara berakhir dengan dokumentasi dari seluruh partisipan termasuk pemateri seminar, peserta seminar, dan panitia pelaksana.

#### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan seminar yang dibawakan oleh Rissa Enjelita memfokuskan pembahasan tentang bagaimana ia mempromosikan barang jualannya, yaitu buket bunga di media sosial Instagram. Media sosial khususnya Instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Melalui Instagram, informasi yang ingin kita sebar tidak harus berupa tulisan foto bahkan video pun dapat kita sebar kepada konsumen dengan mudah.



Gambar 2. Penyampaian materi oleh Rissa Enjelita

Menurut Ardiansah dan Maharani (2021) media sosial merupakan sebuah sarana atau wadah digunakan untuk mempermudah interaksi diantara sesama pengguna dan mempunyai sifat komunikasi dua arah, media sosial juga sering digunakan untuk membangun citra diri atau profil seseorang, dan juga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai media pemasaran.

Mempromosikan produk jualan di Instagram memiliki beberapa kelebihan untuk dapat memperluas target pasar apalagi di zaman maraknya penggunaan teknologi saat ini. Menurut Rissa Enjelita, penting untuk menggunakan media sosial populer yang digunakan oleh semua orang. Namun, bukan hanya populer, tetapi juga penting untuk mengetahui jenis pengguna dan fitur utama yang dimiliki oleh media sosial. Untuk kedua poin tersebut, maka media sosial Instagram dinilai yang paling relevan untuk dijadikan media promosi perajin ketupat diantara media sosial yang lainnya.

Media sosial Instagram memfokuskan visualisasi dalam berinteraksi ke sesama penggunanya. Selain itu juga, Instagram merupakan aplikasi media sosial terpopuler di berbagai negara saat ini termasuk di Indonesia. Hampir seluruh masyarakat terutama bagi anak muda telah pandai untuk menggunakan aplikasi Instagram.

Rissa Enjelita membagikan tipsnya bagaimana agar meningkatkan interaksi pengguna Instagram untuk dapat melihat produk jualan. Dimulai dari pembuatan *username* Instagram yang jelas. Gunakanlah *username* yang mewakili produk jualan dan hindari penamaan yang berlebihan dan tanda baca yang tidak perlu. Lalu, tuliskan informasi tentang penjual di bagian *bio* seperti cantumkan nomor telepon, alamat *email*, dan alamat penjual, serta informasi-informasi umum yang sekiranya konsumen perlu ketahui. Selanjutnya, unggah foto produk yang cantik. Menurutnya, interaksi pengguna Instagram akan meningkat ketika foto produk yang kita unggah menarik untuk dilihat. Fotolah produk jualan dengan kualitas yang jernih, lalu tonjolkan bentuk dan bahan produk. Hindari proses *editing* foto yang berlebihan. Setelah itu, buatlah *caption* atau keterangan tentang produk dengan jelas. Cantumkan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen seperti nama produk dan harga produk. Tidak lupa tambahkan *hashtag* di setiap unggahan. Penggunaan *hashtag* merupakan salah satu cara jitu agar unggahan dapat tertampil di halaman pengguna Instagram. Gunakan *hashtag* yang relevan dengan unggahan produk.

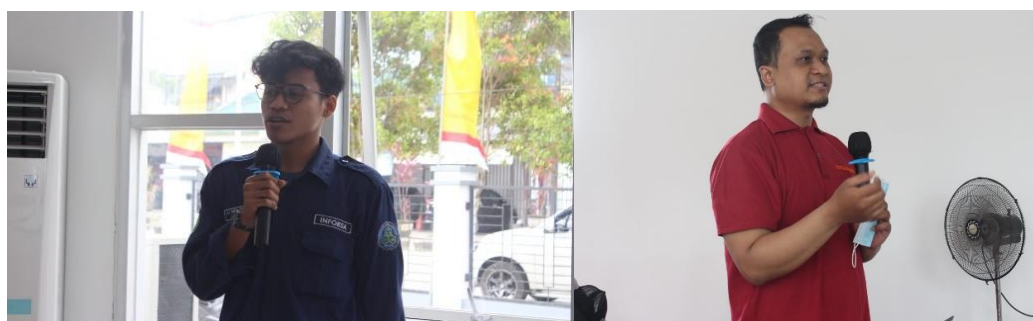
Ketika hal-hal tersebut sudah dipelajari dan dilakukan, maka juga penting untuk konsisten dalam mengunggah produk secara rutin dan berkala. Menurut Rissa Enjelita, pengguna Instagram tidak akan menyukai akun jualan yang sepi unggahannya. Aktif untuk mengunggah produk akan meningkatkan interaksi pengguna Instagram agar akun jualan mendapatkan banyak pengikut dan *likes* di setiap unggahannya. Terakhir, gunakan bahasa yang sopan dan ramah setiap kali konsumen menanyakan produk. Kata Rissa, gunakan emoji untuk membuat komunikasi ke konsumen menjadi lebih interaktif dan emosional dengan menggunakan kalimat-kalimat yang positif.

Selain penggunaan media sosial Instagram, gunakanlah media sosial lainnya untuk mempromosikan produk jualan seperti Facebook, Twitter, dan TikTok. Keahlian penjual dalam bermedia sosial juga harus selalu ditingkatkan untuk dapat beradaptasi dengan berbagai macam

tren di media sosial. Media sosial memiliki kepraktisan, kelebihan lainnya yaitu jumlah penggunaannya yang sangat banyak dan terus meningkat, sehingga memudahkan tersebarnya pesan. Perkembangan media saat ini memberikan berbagai pilihan kepada masyarakat untuk menikmati informasi dengan cara yang beragam. Hal ini pula yang mendorong perkembangan sebuah media baru yang dari tahun ke tahun semakin terasa efeknya. Fungsi dan peran media sosial Instagram ini mengubah cara seseorang berkomunikasi yang semula satu dan dua arah, kini menjadi segala arah.



Gambar 3. Situasi peserta seminar pada saat penyampaian materi.



Gambar 4. Peserta seminar pada sesi tanya jawab.



Gambar 5. Dokumentasi kegiatan pada saat penutupan acara.

Pada kegiatan seminar ini, penyampaian materi dinilai menarik bagi para peserta seminar yang antusias dalam sesi tanya jawab. Pembawaan materi oleh Rissa Enjelita juga direspon dengan baik bagi masyarakat Kampung Ketupat. Beberapa masyarakat mengatakan bahwa ilmu yang didapatkan sangat berguna bagi masyarakat Kampung Ketupat untuk dapat lebih terbuka dalam mempelajari cara bermedia sosial dalam mempromosikan produk jual, mengingat bahwa mayoritas masyarakat Kampung Ketupat merupakan perajin ketupat sehingga dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat memperluas jangkauan konsumen.

#### 4. KESIMPULAN

Seminar Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi dengan Tema “Peranan Akademisi Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Fasilitas dan Wawasan Masyarakat Kampung Ketupat Sebagai Aset Wisata Kota Samarinda” telah menjadi wadah untuk meningkatkan kualitas masyarakat didalam melakukan promosi produk-produk lokal di kawasan Kampung Ketupat Samarinda. Selain itu, dengan seminar ini harapannya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dikawasan kampung ketupat di era digital.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknik Universitas Mulawarman yang telah mendanai seluruh kegiatan pengabdian kepada masyarakat tahun anggaran 2022. Ucapan terima kasih juga diucapkan kepada seluruh pihak yang turut andil dalam menyukkseskan kegiatan ini dari Rekan-rekan mahasiswa, Kepanitiaan hingga mitra Kampung Ketupat yang tanpa kontribusi mereka, kegiatan ini tidak akan mungkin terlaksana dengan baik. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang berarti dalam pengembangan bidang teknologi informasi terkhusus di Kampung Ketupat.

#### 6. DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, L. (n.d.). Retrieved September 7, 2018, from <http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/0k8L1edk-130-juta-penduduk-indonesia-sudah-pakai-medsos>
- Permadi, R. N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Utama Pemasaran Produk UMKM. *Avant Garde*, 10(1), 15. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i1.1695>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Ghassani, Salsabil. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Proses Keputusan Pembelian Happy Go Lucky Bandung. Bandung: Telkom University
- Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan media sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34-44.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Elwani, R. S., & Kurniawan, F. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran sosial bagi remaja. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 64-80.