

**PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL DALAM
PEMASARAN PRODUK
KERAJINAN PADA MASA
PANDEMI COVID-19 OLEH
IBU-IBU PKK DI JAKARTA
UTARA**

Fajarina
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jalan Arjuna Utara No. 9
Tol Tomang, Kebon Jeruk, Jakarta
Barat 11510
fajarina@esaunggul.ac.id

Abstract

The spread of the corona virus in various countries in the world not only has an impact on people's lives, but also has an impact on the life of an organization such as organizations that are empowered by the community in the form of Family Empowerment and Welfare (PKK). One of the PKK programs can be seen in the North Jakarta area. The PKK program run by women in North Jakarta is a program in the sale of handicraft products. However, with the spread of covid-19, the operational and production processes of PKK women in this area experienced obstacles. Especially when there are regulations and government policies to enforce the PSBB program and social distancing. Which with this makes the PKK program in this area experience a decline, both in terms of production, marketing, and sales which will later have an impact on the decline in income earned by PKK women in this area. So that in overcoming this problem, North Jakarta PKK mothers began to switch to using and utilizing social media in marketing the handicraft

products produced by PKK in the North Jakarta area.

Keywords : Utilization, Social Media, Marketing, Covid Pandemic 19

Abstrak

Penyebaran virus corona di berbagai Negara di dunia tidak hanya membawa dampak terhadap kehidupan masyarakat saja, akan tetapi juga berdampak terhadap kehidupan suatu organisasi seperti terhadap organisasi yang diberdayakan masyarakat dalam bentuk Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Salah satu program PKK dapat dilihat pada daerah Jakarta Utara. Program PKK yang dijalankan oleh ibu-ibu di Jakarta Utara adalah program dalam penjualan produk kerajinan. Namun dengan adanya penyebaran covid-19 membuat proses operasional dan produksi ibu-ibu PKK daerah ini mengalami hambatan. Terutama ketika adanya peraturan dan kebijakan pemerintah untuk memberlakukan program PSBB dan social distancing. Yang mana dengan hal ini membuat program PKK di daerah ini mengalami penurunan, baik dari hal produksi, pemasaran, maupun penjualan yang nantinya akan berdampak terhadap turunnya pendapatan yang di peroleh ibu-ibu PKK di daerah ini. Sehingga dalam mengatasi permasalahan ini, ibu-ibu PKK Jakarta Utara mulai beralih menggunakan dan memanfaatkan media sosial dalam melakukan pemasaran terhadap produk kerajinan yang dihasilkan oleh PKK di daerah Jakarta Utara ini.

Kata Kunci : Pemanfaatan, Media Sosial, Pemasaran, Pandemi Covid 19

LATAR BELAKANG

Covid-19 merupakan suatu penyakit yang telah menggemparkan berbagai Negara di belahan dunia yang disebabkan oleh virus *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* atau dapat disingkat dengan SARS-coV-2 yang disebut juga dengan virus corona. Virus corona ini pertama kalinya tersebar di sebuah kota di Negara cina yaitunya kota wuhan. Penyebaran virus corona di kota wuhan untuk pertama kalinya terjadi pada akhir Desember 2019. Setelah itu, penyebaran virus corona dengan sangat cepat menular keberbagai Negara termasuk Indonesia.

Penyebaran virus corona di berbagai Negara di dunia tidak hanya membawa dampak terhadap kehidupan masyarakat saja, akan tetapi juga berdampak terhadap kehidupan suatu organisasi seperti terhadap organisasi yang diberdayakan masyarakat dalam bentuk Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK).

PKK merupakan suatu bentuk gerakan nasional dalam suatu pembangunan yang pertumbuhannya dari bawah, oleh, dan untuk kepentingan masyarakat. Dalam pelaksanaannya gerakan PKK melaksanakan 10 program pokok yang sesuai dengan kondisi, kebutuhan dan kemampuan daerahnya masing-masing berdasarkan visi dan misi yang telah ditetapkan oleh daerah tersebut. Yang mana hasil dari pencapaian program ini dapat dilihat melalui pelaksanaan kegiatan pada setiap pokja yang nantinya akan dilaporkan setiap tahun pada saat yang diperlukan. Program PKK merupakan salah satu program yang penting dikembangkan untuk setiap daerah, karena keberadaan program ini mampu memberikan kemudahan kepada pemerintah dalam melihat potensi dari

setiap daerah dan mampu meningkatkan pendapatan daerah, yang nantinya juga berimbas terhadap pendapatan negara.

Salah satu program PKK dapat dilihat pada daerah Jakarta Utara. Program PKK yang dijalankan oleh ibu-ibu di Jakarta Utara adalah program dalam penjualan produk kerajinan. Kerajinan yang dibuat oleh ibu-ibu PKK di Jakarta Utara adalah kerajinan tangan atau yang biasa disebut dengan *handmade*, berupa kerajinan tangan dari hasil pengolahan kayu yang dibuat sebagai bahan dasar dalam menghasilkan sebuah lukisan.

Namun dengan adanya penyebaran covid-19 membuat proses operasional dan produksi ibu-ibu PKK daerah ini mengalami hambatan. Terutama ketika adanya peraturan dan kebijakan pemerintah untuk memberlakukan program PSBB dan *social distancing*. Yang mana dengan hal ini membuat program PKK di daerah ini mengalami penurunan, baik dari hal produksi, pemasaran, maupun penjualan yang nantinya akan berdampak terhadap turunnya pendapatan yang di peroleh ibu-ibu PKK di daerah ini. Sehingga dalam mengatasi permasalahan ini, ibu-ibu PKK Jakarta Utara mulai beralih menggunakan dan memanfaatkan media sosial dalam melakukan pemasaran terhadap produk kerajinan yang dihasilkan oleh PKK di daerah Jakarta Utara ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah suatu media daring yang memudahkan para penggunanya untuk melakukan interaksi sosial secara online. Di sana mereka bisa berkomunikasi, networking, berbagi, dan banyak

kegiatan lainnya. Media daring yang sering digunakan saat ini adalah Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, dan lain sebagainya..

Media daring ini juga seringkali disebut sebagai sosial media atau sosmed padahal menurut kaidah dan hukum pembentukan istilah bahasa Indonesia itu menganut kaidah DM atau Diterangkan Menerangkan sedangkan bahasa Inggris MD atau Menerangkan Diterangkan.

Contoh, kalau dalam bahasa Inggris istilah “small eyes” dalam bahasa Indonesia berarti mata kecil bukanlah kecil mata. Kalau dalam bahasa Inggris “social media” maka jika diterjemahkan dalam bahasa Indonesia akan menjadi media sosial bukannya sosial media.

Macam-Macam Media Sosial

Macam-macam Media Sosial

- **Layanan blog**
Blog secara ringkas bisa dipahami sebagai jurnal pribadi di internet, untuk berbagi catatan atau pandangan penggunaannya tentang beragam hal. Penggunaannya lazim disebut sebagai narablog (blogger). Contoh: WordPress, Blogger.
Untuk pemasaran, blog bisa digunakan dalam kegiatan Content Marketing, seperti business blogging, mengedukasi sasaran pasar tentang topik tertentu atau keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan, atau memperkuat SEO atau relasi brand dengan topik tertentu.
- **Layanan jejaring sosial (social network)**
Jenis layanan yang fokus pada terbangunnya jejaring di antara penggunaannya untuk saling berbagi pesan, informasi, foto, atau video. Model relasi antar pengguna yang lumrah berbentuk pertemanan

dengan cara saling Add atau Connect. Contoh: Facebook, LinkedIn.

Untuk pemasaran, jejaring sosial bisa digunakan sebagai content channel yang memuat berbagai bentuk informasi dari brand; mulai dari konten edukasi, penawaran promosi, informasi event, hingga membuka topik diskusi dengan pengguna lain pada channel ini.

- **Layanan blog mikro (microblogging)**
Meski kegunaannya serupa, tapi jenis media ini lebih ringkas, hingga memengaruhi alur interaksinya yang jadi lebih cepat dibandingkan blog. Contoh: Twitter.
Pada kegiatan pemasaran, microblogging bisa dioptimalkan sebagai channel untuk berinteraksi cepat dengan audiens yang disasar, hingga berbagi informasi ringkas yang penting diketahui konsumen atau pengguna lain di channel terkait. Contohnya, jadi saluran untuk menangani keluhan atau pertanyaan konsumen atau pelanggan.
- **Layanan berbagi media (media sharing)**
Kalau kita suka menonton YouTube atau mendengar Soundcloud, keduanya tergolong dalam jenis ini; yang fokus utamanya memang untuk berbagi konten media seperti foto, audio, atau video. Contoh lain: Instagram, Flickr.
Pemasar bisa menggunakan jenis ini untuk berbagi konten-konten yang kuat secara visual; seperti foto produk, kegiatan brand, sampai konten seperti infografik atau video.

- **Layanan forum**
Bisa dibilang sebagai jenis media sosial klasik yang sudah dikenal sejak lama. Layanan ini jadi tempat pengguna bisa memperbincangkan hal atau topik spesifik dengan pengguna lain di dalam ruang diskusi. Contoh: Kaskus, Quora. Untuk pemasaran, jenis ini bisa digunakan untuk membangun kredibilitas brand terkait topik tertentu. Misal, brand terlibat dalam diskusi tentang topik yang merupakan segmen atau kategori brand tersebut, dan menunjukkan keahlian atau expertise-nya pada pengguna lain terkait topik tersebut.
- **Layanan kolaborasi**
Seperti namanya, layanan ini memberi kesempatan pengguna untuk berkolaborasi dalam memuat, menyunting, atau mengoreksi konten. Contoh: Wikipedia. Pemasar bisa membangun koneksi dengan para kontributor pada layanan ini, untuk menyajikan data dan informasi yang tepat jika menyangkut brand terkait; khususnya jika konten yang tersaji spesifik mengenai brand tersebut.

Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial

Kelebihan jejaring sosial :

- Bisa menjalin silaturahmi sesama teman kita dimana saja tanpa harus bertatap muka
- Bisa mendapatkan banyak teman dari mana saja
- Terkadang dengan jejaring sosial, kita bisa bertemu dengan teman lama yang sudah lama tidak pernah ketemu.
- Kita bisa menambah ilmu pengetahuan, misalnya (kita bisa

mendesain -- design layout dari jejaring social kita atau bisa membuat aplikasi dan kemudian di share ke teman-teman kalian lewat jejaring social).

- Lebih cepat mendapatkan informasi, terutama apabila anda mempunyai account twitter. karena account tersebut lebih mudah untuk menyampaikan informasi yang sedang in (terbaru).
- Dapat di gunakan ajang promosi bagi band-band atau artis dalam memprosiikan album atau film mereka.

Kekurangan jejaring sosial :

- Sering di salah gunakan oleh oknum-oknum yang tidak benar untuk melakukan tindakan kriminal.(misalnya : di gunakan untuk ajang penipuan berkedok pertemanan , kemudian setelah sudah kemakan hasutan pelaku. orang tersebut bisa di jual jadi PSK atau diculik.
- Banyak sekali account account palsu yang mengaku dirinya seorang artis atau apa gtue. dan terkadang itu bisa di jadikan salah satu objek perusakan nama baik seseorang.

METODE PELAKSANAAN

Waktu dan Tempat

Tempat dilaksanakannya pengabdian terhadap masyarakat ini adalah di kawasan Ibukota Jakarta, yaitu di daerah Jakarta Utara. Yang mana pengamatan yang dilakukan adalah pada kegiatan ibu-ibu PKK di daerah Jakarta utara dalam upaya mereka meningkatkan penjualan dan program kegiatan di masa pandemi melalui media sosial. Kegiatan dilakukan pada hari Minggu tanggal 10 Januari 2021.

Pelaksanaan Program

1. Membuat kerajinan tangan dari kayu berupa lukisan
2. Menjadikan lukisan sebagai produk yang memiliki nilai jual dan nilai guna
3. Pemilihan saluran pemasaran yang efektif dalam pemasaran produk
4. Menetapkan media sosial sebagai saluran pemasaran yang akan dilakukan oleh program ibu-ibu PKK di Jakarta Utara

Hasil Kegiatan

1. Menentukan tujuan jangka pendek dan panjang dan bagaimana agar selaras dengan tujuan usaha. Tujuan jangka pendeknya adalah untuk membantu perekonomian di masa pandemi sedangkan untuk jangka panjang unlimited space dan waktu, biaya pemasaran lebih murah dan, brand awareness akan meningkatkan kepercayaan bagi para pengunjung.
2. Memilih platform untuk menentukan layanan yang sesuai, dengan menggunakan sarana media seperti linktree, youTube, blogspot, shopee, tokopedia dan instagram.
3. Menyusun daftar kontak. Menentukan akun mana yang perlu diikuti dan dijalin percakapannya serta Mengembangkan usaha yang tadinya sistem pemasarannya hanya melalui mulut ke mulut sekarang sistem peamasarannya menjadi lebih luas jangkauannya.
4. Merancang konten apa saja yang akan dishare, termasuk kapan akan dipost, sampai dengan bagaimana cara menanggapi feedback oleh para pelanggan.
5. Apabila sudah siap, maka hubungan sosial dengan pengguna

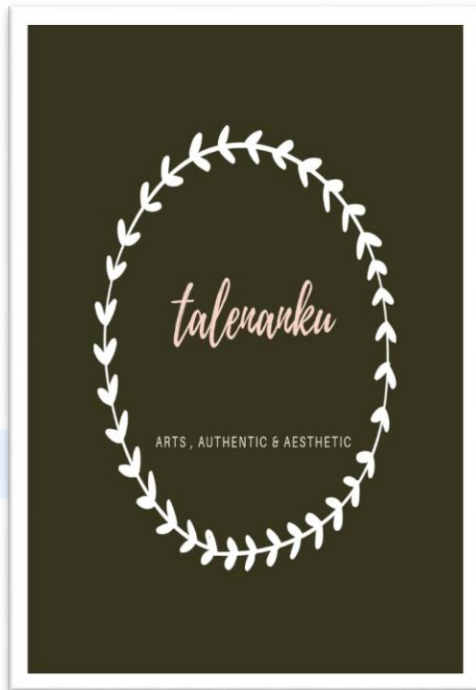
lain bisa serta merta mulai dibangun. Terlibatlah dalam percakapan di platform media sosial yang sudah kita tentukan sebelumnya dengan meninggalkan dan membalas komentar serta menjawab pertanyaan yang terlontar fokus pembinaan pada aspek pemasaran produk desain dan meningkatkan produktivitas melalui pembuatan sarana media pemasaran dengan meningkatkan produksi hingga 2 (dua) kali lipat dibanding proses pengenalan produk sebelumnya, Pengembangan pemasaran dilakukan dengan penyempurnaan sarana promosi berupa sosial media.

Berikut adalah hasil pembuatan media sosial untuk membantu perluasan pemasaran kerajinan Ibu-Ibu PKK tempat pengabdian kepada masyarakat.

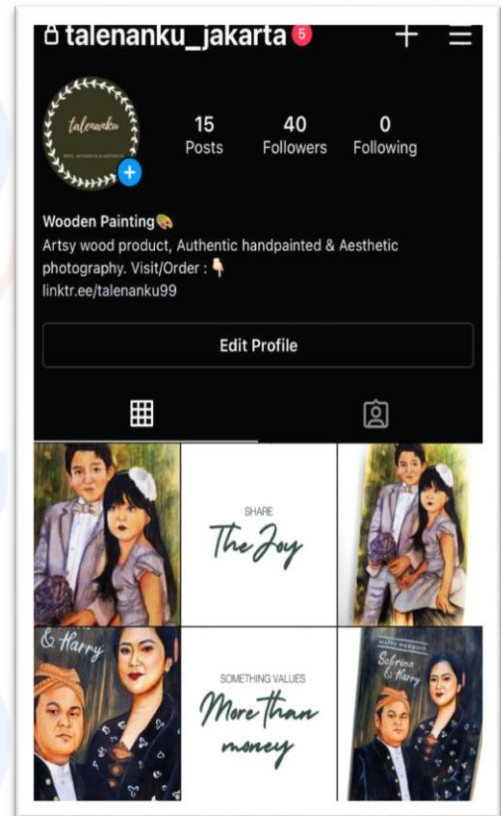
Contoh produk kerajinan tangan (handmade) Ibu-Ibu PKK



(Logo Toko)



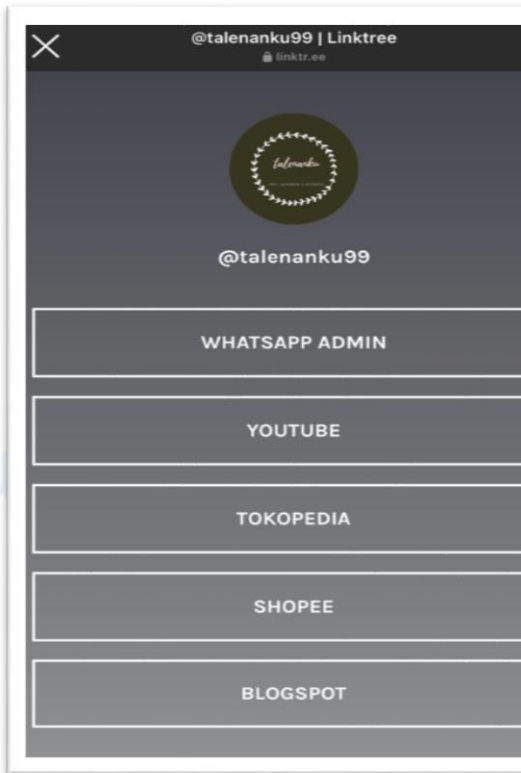
(Instagram)



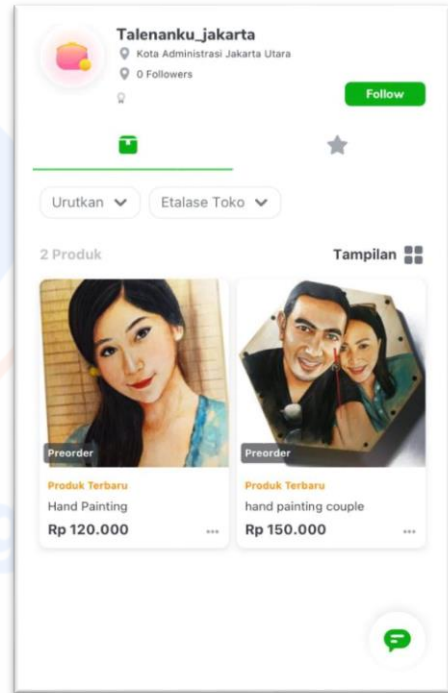
(Blogspot)



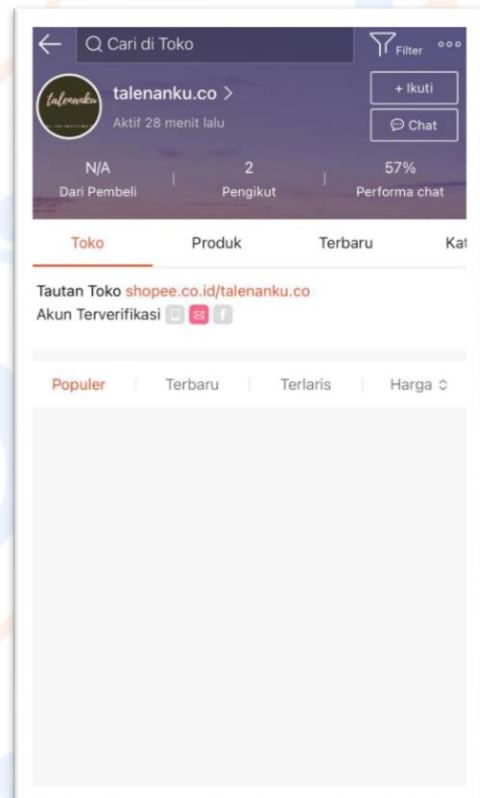
(Linktree)



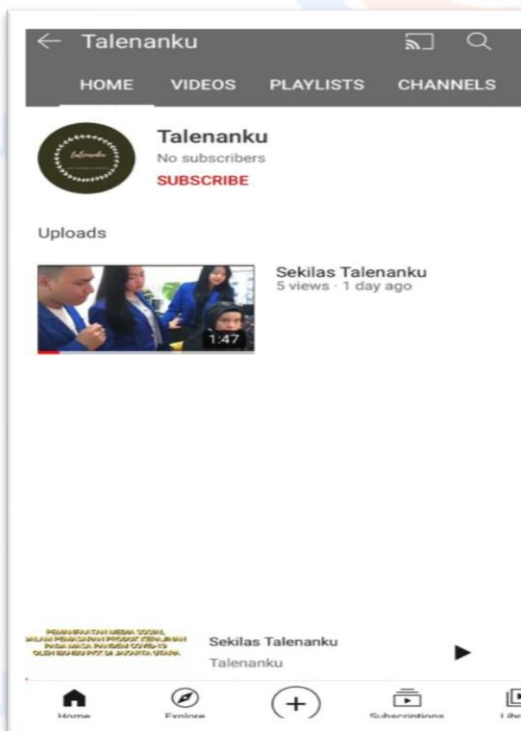
(Tokopedia)



(Shopee)



(Youtube)



KESIMPULAN

Masa pandemi Covid 19 memang membawa dampak besar kepada semua pihak dan sektor kehidupan termasuk terhadap pemasaran atau penjualan kerajinan tangan UMKM Ibu-Ibu PKK di daerah Jakarta Utara. Namun tidak perlu berkecil hati apalagi berputus asa. Tetap semangat melakukan kegiatan bisnis dengan memperluas jaringan pemasaran atau penjualan produk dengan memanfaatkan teknologi saat ini yakni dengan adanya macam-macam media sosial dimana media sosial ini masih banyak yang tidak berbayar atau gratis dan pembuatannya pun cukup mudah sehingga pengabdian masyarakat kali ini selain membuat media sosial bagi perluasan pemasaran produk, juga mensosialisasikan mengenai pemanfaatan macam-macam media sosial yang ada untuk usaha dimana pembuatan media sosial untuk pemasaran produk kerajinan ibu-ibu PKK ini dikerjakan oleh tim abdimas

bersama dengan ibu-ibu PKK Jakarta Utara.

DAFTAR PUSAKA

Anang Prayogo, dkk. 2014. *Desain Pondasi Pompa Untuk Mendapatkan Suction Head Yang Konstan*. Proposal. Universitas Negeri Semarang, Semarang.

Isna Fatimah, dkk. 2013. *“Cucak Rowo” Club Becak Prawirotoman Warga Yogya Sebagai Upaya Branding Becak Wisata di Yogyakarta*. Laporan Akhir. Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta.

Rini Irmayani, dkk. 2018. *Membuat Proyektor sederhana Menggunakan Kardus Untuk Hp Yang Digunakan Dalam Proses Kegiatan Belajar Mengajar Di Jurusan TKJ SMK N 1 Slawi*. URL:

<http://kelompok5xiitkj3smkn1slawi2018.blogspot.com/2018/04/laporan-kerja-proyek-kelompok-5-xii-tkj.html?m=>.