

PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALTERNATIF PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PEREMPUAN DI DESA JENETAESA

Irmah Halimah Bachtiar^{1*}, Ramli Toalib¹,
Supiati², Ambo Paerah², Andi Musfirawati Nur²

¹Akuntansi, Universitas Indonesia Timur

²Manajemen, Universitas Indonesia Timur

*email: *irmahalimah@gmail.com*

Abstract: Technology plays an important role in various sectors of life, including in finding income. Existing technological developments can be seen and felt in every field, such as industry, education, tourism and others with the emergence of various kinds of social media applications. The problem faced by partners is the lack of understanding of the village community regarding the use of information technology which is apparently able to help various kinds of work and increase income. So we see the need to provide socialization and training on the use of social media that can increase income which will have an impact on the welfare of the community, especially women in the village. This activity is carried out by first presenting the material and then providing training to participants on the concepts and benefits of technology through social media. The result of the service is that the village community consisting of PKK and IRT women get additional knowledge about the use of social media. PKM participants understand the material and feel motivated by the material presented by the presenter with training to develop their business through social media

Keywords: Social Media; Women's Welfare

Abstrak: Minimnya pemahaman masyarakat desa khususnya perempuan di desa jenetaesa mengenai pemanfaatan teknologi informasi yang ternyata mampu membantu berbagai macam pekerjaan serta meningkatkan penghasilan. Teknologi sangat berperan penting dalam berbagai sektor kehidupan termasuk dalam mencari penghasilan. Perkembangan teknologi yang ada sudah bisa dilihat dan dirasakan di setiap bidang, seperti industri, pendidikan, pariwisata dan lainnya dengan munculnya berbagai macam aplikasi media sosial. Sehingga kami memandang perlunya pemberian sosialisasi serta pelatihan mengenai pemanfaatan media sosial yang mampu meningkatkan penghasilan yang nantinya akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat terutama kaum perempuan di desa tersebut. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pemaparan materi terlebih dahulu kemudian memberikan pelatihan kepada peserta mengenai konsep serta manfaat dari teknologi melalui media sosial. Hasil pengabdian yaitu masyarakat desa yang terdiri dari ibu PKK dan IRT mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial. Peserta PKM memahami materi dan merasa termotivasi dengan materi yang disampaikan oleh pemateri dengan adanya pelatihan untuk mengembangkan usaha melalui media sosial.

Kata kunci: pelatihan; media sosial; kesejahteraan perempuan



PENDAHULUAN

Desa Jenetaesa merupakan desa yang terletak di Kecamatan Simbang Kabupaten Maros Provinsi Sulawesi Selatan. Kabupaten Maros mendapat julukan sebagai Kupu-Kupu Raja disebabkan karena banyaknya kupu-kupu yang indah dan berukuran besar yang sudah terkenal di dunia internasional. Tidak hanya itu, Kabupaten Maros juga mendapat julukan *The Kingdom of Butterfly*, alasannya adalah kabupaten Maros memiliki banyak kupu-kupu dengan beragam jenis yang sangat indah.

Sebagai kawasan wisata yang terkenal akan Taman Nasional Bantimurung yang sering disebut juga sebagai kerajaan kupu-kupu, tentu Kawasan ini menjadi kebanggaan tersendiri bagi pemerintah dan masyarakatnya. Sehingga tak jarang warga di sana memanfaatkan kupu-kupu yang begitu banyak jumlahnya di mana menjadi fauna khas daerah tersebut sebagai objek mata pencaharian warga Maros.

Teknologi sangat berperan penting dalam berbagai sektor kehidupan termasuk dalam mencari penghasilan. Perkembangan teknologi yang ada sudah bisa dilihat dan dirasakan di setiap bidang, seperti industri, pendidikan, pariwisata dan lainnya yang sudah menjadikan teknologi informasi sebagai dasar dalam menjalankan berbagai kegiatan operasionalnya. Sudah banyak masyarakat yang berusaha mengoptimalkan berbagai aplikasi media sosial dalam mendukung promosi wisata salah satunya objek wisata Geol yang mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung sehingga berdampak pada meningkatnya pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa (Wahyuni et al., 2020). Hal ini menjadi contoh bagi masyarakat Maros yang ingin mem-

perkenalkan kupu-kupu yang menjadi fauna khas di daerah tersebut.

Perkembangan teknologi informasi membawa beberapa perubahan dalam gaya hidup masyarakat. Munculnya pergeseran etika, norma maupun budaya akibat lahirnya media sosial. Hampir semua masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan maupun usia telah mempunyai dan menggunakan media sosial. Mereka berinteraksi, memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik melalui media sosial. Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat (Istiani & Islamy, 2020).

Perkembangan zaman di era globalisasi saat ini mulai banyak bermunculan berbagai macam aplikasi media sosial. Berawal dari Friendster, kemudian Facebook, Twitter, Skype, Foursquare, Line, What's App, Path, Instagram, Tiktok dan masih banyak lainnya. Media sosial di saat sekarang ini telah menjadi kebutuhan pokok. Media sosial bahkan dijadikan ajang eksistensi diri bagi remaja, dan sekarang ini banyak remaja yang hanya eksis di media sosial dan tidak di kehidupan nyata (Nabila & Amri, 2018). Tidak hanya itu, banyaknya kegiatan promosi yang dilakukan di internet melalui beberapa aplikasi membuat jangkauan dan sasaran konsumennya akan semakin luas (Suharsono & Sari, 2019).

Berdasarkan data Januari 2021, jumlah populasi negara Indonesia kurang lebih 278 juta jiwa, ternyata setengah dari populasi tersebut yaitu sekitar 170 juta jiwa adalah pengguna aktif dari media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia melek akan media sosial. Informasi tersebut menunjukkan bahwa tidak hanya orang tua yang menggunakan media sosial tetapi juga kalangan anak-anak. Salah satu media

sosial yang banyak digunakan adalah Instagram, di mana hasil penelitian menunjukkan bahwa Happy Go Lucky house melakukan pemanfaatan Instagram dengan baik dilihat dari kegiatan promosi yang dilakukan sangat beragam dan juga memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Berbicara mengenai kesejahteraan perempuan maka hal ini tidak terlepas dari pemberdayaan perempuan. Adanya upaya untuk meningkatkan kapasitas diri agar perempuan memiliki kepercayaan diri dapat aktif berperan serta untuk menyelesaikan masalah yang ada serta mengembangkan desa. Melalui pemanfaatan media sosial, maka perempuan mampu berkarya dan memperoleh penghasilan sendiri dari bisnis online ataupun offline dan menjadikan media sosial sebagai media promosi. Media pemasaran melalui pemanfaatan marketplace untuk pemasaran hasil pertanian di seluruh wilayah kabupaten Cilacap mampu dijadikan prioritas utama dari solusi permasalahan pemasaran produk (Purwanto et al., 2022).

Saat ini media online merupakan pilihan banyak masyarakat dalam berkomunikasi yang juga berdampak pada meningkatnya keterikatan dengan penggunaan internet (Ekawati, et al., 2021). Pemilihan media pun menjadi jembatan penghubung dari pesan promosi yang akan disampaikan kepada konsumen (Pasaribu, 2020). Promosi produk melalui media sosial pun akan membantu mitra yang telah memiliki usaha mampu meningkatkan daya saing dan daya jual (Fitri & Mansur, 2018). Namun demikian, promosi terkadang bukan faktor penentu dalam pengambilan keputusan pembelian meskipun dipersepsikan tinggi oleh pengguna media sosial (Zharfaningrum et al., 2020)

Dari hasil survei kami, perempuan di Desa Jenetaesa yang kebanyakan terdiri dari Ibu Rumah Tangga ternyata ada yang memiliki usaha atau UMKM. Adanya keinginan untuk meningkatkan omset tentu menjadikan media sosial sebagai alternatif pilihan dalam rangka meningkatkan pemasaran. Permasalahan yang dihadapi terkait pemasaran yaitu minimnya pemahaman masyarakat desa mengenai pemanfaatan teknologi informasi yang ternyata mampu membantu berbagai macam pekerjaan serta meningkatkan penghasilan. Sehingga kami memandang perlunya pemberian sosialisasi serta pelatihan mengenai pemanfaatan media sosial yang mampu meningkatkan penghasilan yang nantinya akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat terutama kaum perempuan di desa tersebut.

Tujuan dilaksanakannya program pengabdian masyarakat adalah memberikan edukasi dan pengetahuan berupa sosialisasi kepada masyarakat yang menjadi peserta PKM dengan memperkenalkan media sosial kepada perempuan khususnya ibu PKK serta memberikan pelatihan sehingga perempuan di desa Jenetaesa mampu menggunakan media sosial secara bijak untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung di Aula kantor Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. Adapun peserta PKM yang sempat hadir berjumlah 21 orang yang terdiri dari Ibu-Ibu PKK serta Ibu Rumah Tangga yang berdomisili di desa Jenetaesa.

Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan melakukan pemaparan materi,

kemudian memberikan pelatihan disertai dengan diskusi maupun tanya jawab. Kegiatan pelaksanaan pengabdian ini dikomunikasikan terlebih dahulu kepada Kepala Desa Jenetaesa terkait dengan pelaksanaan PKM yang akan diadakan dan sasaran masyarakat desa setempat. Pelaksanaan pada awalnya peserta diberikan pemahaman tentang Pemberdayaan perempuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dengan memanfaatkan teknologi yang sedang viral saat ini. Berikutnya, peserta diberikan penjelasan tentang media sosial serta dampak dari penggunaan media sosial kedepannya. Kemudian peserta dilatih untuk memposting produk yang siap dijual melalui media sosial facebook yaitu aplikasi market place. Peserta juga diberi gambaran produk yang cocok dijual sesuai dengan ciri khas daerah Bantimurung Maros seperti asesoris yang terbuat dari kupu-kupu.

PEMBAHASAN

Hasil komunikasi bersama kepala desa dan pendamping desa memberikan kepastian terselenggaranya 1 hari kegiatan yaitu pada tanggal 2 Juli 2022 di Aula Kantor Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. Selama kegiatan pelatihan, peserta PKM diperkenalkan beberapa aplikasi media sosial yang digunakan oleh kebanyakan masyarakat Indonesia saat ini seperti facebook, Instagram, tiktok, youtube dan lain sebagainya. Kemudian peserta PKM diberikan penjelasan tentang teknologi melalui penggunaan media sosial, pentingnya media sosial serta manfaatnya, dampak positif dan negatif media sosial, proses dan tahapan pemasaran produk melalui media sosial, kemudian diadakan praktek di mana peserta diajari membuat

postingan di salah satu media sosial yang bernama market place yang ada di facebook.

Kegiatan pengabdian ini dimulai dengan sambutan Kepala Desa Jenetaesa dan dilanjutkan dengan sepatah kata dari ketua program studi serta sambutan oleh Bapak Camat Simbang Kabupaten Maros. Setelah itu, ketua pelaksana memaparkan materi dengan judul Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alternatif Peningkatan Kesejahteraan Perempuan di Desa Jenetaesa.

Partisipan atau peserta PKM terdiri dari kelompok ibu-ibu PKK desa Jenetaesa sebanyak 21 orang. Kegiatan pelatihan ini dilakukan dengan memberikan materi yang ditampilkan melalui bantuan infocus. Setelah pemaparan materi maka peserta dipersilahkan mengajukan pertanyaan dan langsung dijawab oleh pemateri. Peserta juga aktif melakukan komunikasi dan berdiskusi dengan tim PKM.

Tujuan dari pemberian pelatihan pemanfaatan media sosial terhadap masyarakat desa yakni memberikan edukasi mengenai teknologi melalui pemanfaatan media sosial yang ternyata memiliki banyak dampak positif jika digunakan secara bijak. Kegiatan pengabdian ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan perempuan melalui pemanfaatan media sosial yang mampu menambah penghasilan sehari-hari.

Tingginya antusias peserta PKM terlihat dari semangat peserta yang hadir, mulai dari kedatangan peserta PKM yang tepat waktu, banyaknya yang mengajukan pertanyaan sampai pada diskusi yang terjadi. Berdasarkan hasil diskusi dan tanya jawab, terlihat bahwa perempuan desa yang diwakili oleh ibu PKK yang memiliki usaha UMKM di Desa Jenetaesa masih kurang paham da-

lam penggunaan medsos yang ternyata bisa dijadikan peluang usaha untuk meningkatkan penghasilan dari teknik pemasaran melalui market place ataupun aplikasi lainnya. Kebanyakan dari peserta PKM ingin mengetahui pemasaran yang cepat melalui bantuan media sosial.



Gambar 2. Tanya Jawab dan Diskusi

Adapun materi yang disampaikan kepada peserta PKM adalah mengenai penjelasan tentang teknologi melalui penggunaan media sosial, pentingnya media sosial serta manfaatnya, kemudian dampak positif dan negative dari penggunaan media sosial, serta proses dan tahapan pemasaran produk melalui Media Sosial menggunakan aplikasi market place yang ada di facebook. Peserta juga diberikan beberapa contoh pengguna media sosial yang sudah sukses memanfaatkan beberapa aplikasi untuk memperkaya diri. Selain itu, peserta diberikan gambaran produk apa yang cocok dijual sesuai dengan ciri khas di daerah tersebut. Kendala yang dihadapi tim pengabdian kepada masyarakat adalah masih banyaknya peserta yang malu berbicara bahkan sungkan untuk bertanya padahal ada banyak yang ingin mereka tanyakan. Kami berharap kegiatan ini bisa berlanjut sehingga masyarakat bisa mengimplementasikan ilmu yang tim pengabdian berikan.



Gambar 3. Tim PKM

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang pelatihan pemanfaatan media sosial diharapkan mampu meningkatkan keterampilan serta pengetahuan dalam mengembangkan UMKM serta meningkatkan omzet penjualan produk melalui jualan online. Sehingga perempuan yang ada di desa Jenetaesa mampu diberdayakan serta bersaing dari segi pemasaran produk dengan perempuan yang ada di kota-kota.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan di desa Jenetaesa maka disimpulkan bahwa masyarakat desa yang terdiri dari ibu PKK dan IRT mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial. Peserta PKM memahami materi dan merasa termotivasi dengan materi yang disampaikan oleh pemateri dengan adanya pelatihan untuk mengembangkan usaha melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekawati, N.W., Rahanatha, G.B., & Seminari, N.K. (2021). Pemasaran Online UKM di Bali Pada Era New Normal Covid-19. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Fitri, D. A., & Mansur, M. (2018). Pelatihan Desain Dan Promosi Online Produk Kerupuk Ikan Dan Kerupuk Sagu Di Kuala Alam Kecamatan Bengkalis. *Batoboh*, 3(1), 48. <https://doi.org/10.26887/bt.v3i1.378>
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Nabila, F., & Amri, A. (2018). Fenomena penggunaan media sosial Instagram terhadap gaya hidup remaja. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(2), 135–146. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/7298>
- Pasaribu, R. (2020). Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran Umkm Di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.24167/jkm.v1i1.2848>
- Purwanto, R., Maharrani, R. H., Somantri, O., Wanti, L. P., & Fadillah, F. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Informasi Pemasaran Online Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Petani Hortikultura Cilacap. *Jurnal PkM Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(3), 287-296.
- 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>
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.28>
- Wahyuni, S., Harianto, E., Batubara, S., Pembangunan, U., Budi, P., Sains, F. S., Pembangunan, U., & Budi, P. (2020). OPTIMALISASI APLIKASI MEDIA SOSIAL DALAM MENDUKUNG PENDAHULUAN Desa Petang Serai adalah salah satu Desa yang terdapat di Tanjung Pura . Mayoritas mata pencarian penduduknya adalah bertani , peternak ikan lele , jangkrik . Desa Pematang Serai memiliki Bumd. *Jurdimas Royal*, 3(2), 129–134.
- Zharfaningrum, D., Hidayatullah, S., Khourouh, U., Windhyastiti, I., & Waris, A. (2020). Determinan Keputusan Pembelian Online di Instagram: Perspektif Promosi, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 169–178. <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>