



Pelatihan Pemasaran Digital Melalui Facebook dan Pembuatan Konten Visual untuk IRT Kejuaknisam

Ni Putu Linda Santiari¹, I Putu Ramayasa², I Wayan Kayun Suwastika³, I Wayan Jepriana⁴, I Gede Surya Rahayuda⁵

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali^{1,2,3,4}

Universitas Udayana⁵

<p>Kata kunci: pelatihan, pemasaran digital, facebook</p>	<p>ABSTRAK Industri Rumah Tangga (IRT) Kejuaknisam, yang memproduksi minuman herbal berbahan dasar daun kelor, menghadapi tantangan dalam memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas. Pelatihan pemasaran digital melalui Facebook dan pembuatan konten visual bertujuan untuk meningkatkan kemampuan IRT Kejuaknisam dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Pelatihan ini mencakup pembuatan dan pengelolaan halaman Facebook bisnis, penjadwalan unggahan konten, serta teknik fotografi dan videografi produk untuk menarik perhatian audiens. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta untuk mengelola pemasaran digital secara mandiri, menghasilkan konten visual yang berkualitas, dan melakukan promosi rutin. Halaman Facebook produk berhasil mendapatkan lebih banyak pengikut dan interaksi, sementara konten visual (foto dan video) yang diunggah menunjukkan peningkatan kualitas dan menarik perhatian pelanggan baru. Pelatihan ini membuktikan bahwa dengan keterampilan yang tepat, IRT dapat meningkatkan visibilitas produk mereka secara efisien menggunakan pemasaran digital, khususnya melalui Facebook, yang pada gilirannya berpotensi meningkatkan penjualan produk.</p>
<p>Keywords: training, digital marketing, facebook</p>	<p>ABSTRACT <i>Kejuaknisam Home Industry, which produces herbal drinks made from moringa leaves, faces challenges in introducing their products to a wider market. Digital marketing training through Facebook and visual content creation aims to improve the ability of Kejuaknisam in utilizing social media as an effective promotional tool. This training includes creating and managing a business Facebook page, scheduling content uploads, and product photography and videography techniques to attract audience attention. The results of the training showed a significant increase in the participants' ability to manage digital marketing independently, produce quality visual content, and conduct regular promotions. The product Facebook page managed to gain more followers and interactions, while the visual content (photos and videos) uploaded showed an increase in quality and attracted new customers. This training proves that with the right skills, IRT can efficiently increase the visibility of their products using digital marketing, especially through Facebook, which in turn has the potential to increase product sales.</i></p>

PENDAHULUAN

Industri rumah tangga (IRT) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian lokal di Indonesia. Selain menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, IRT juga berperan dalam melestarikan tradisi dan budaya lokal melalui produk-produk unik yang dihasilkan (Dewi et al., 2023a). Tantangan besar yang sering dihadapi oleh pelaku IRT adalah keterbatasan dalam memasarkan produk secara efektif, terutama di era digital. Transformasi digital dalam bidang pemasaran menjadi kebutuhan mendesak untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk (Lamopia & Sugiharni, 2022).

Produk Kejuaknisam, minuman herbal berbahan dasar daun kelor yang diproduksi oleh IRT Nyoman Restini di Denpasar, Bali, adalah salah satu contoh produk lokal dengan potensi besar. Minuman ini menawarkan berbagai manfaat kesehatan berkat kandungan nutrisi alami dari daun kelor dan rempah-rempah seperti jahe, kunyit, dan kayu manis (Santiari et al., 2024). Kendati demikian,

pemasaran produk ini masih menghadapi keterbatasan, baik dari segi visibilitas maupun pengetahuan masyarakat tentang manfaat dan keunikannya.

Media sosial, terutama Facebook, telah menjadi alat yang sangat efektif untuk mendukung pemasaran produk-produk lokal (Sitanggang et al., 2024). Facebook memberikan kemudahan bagi UMKM dan IRT untuk mempromosikan produk mereka kepada audiens yang lebih luas tanpa memerlukan biaya besar (A. N. Maulana et al., 2024). Melalui halaman marketplace, fitur iklan, dan komunitas daring, Facebook memungkinkan pelaku usaha untuk terhubung langsung dengan pelanggan potensial. Untuk memanfaatkan platform ini secara optimal, pelaku usaha memerlukan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat konten yang menarik, termasuk foto dan video produk yang berkualitas.

Salah satu elemen kunci dari pemasaran digital adalah visualisasi produk yang menarik (Bayhaqi et al., 2024). Foto dan video yang baik mampu menyampaikan pesan produk secara efektif, meningkatkan minat konsumen, dan memperkuat citra merek (Sahrulloh & Supriyoso, 2024). Pelatihan pemasaran digital melalui Facebook yang dipadukan dengan pelatihan fotografi dan videografi untuk konten menjadi strategi penting dalam mendukung transformasi pemasaran digital (Bayhaqi et al., 2024). IRT Kepuaknisam menghadapi beberapa kendala dalam memasarkan produk mereka, di antaranya: minimnya kehadiran digital. Sebelum pelaksanaan pelatihan, produk ini belum memiliki halaman Facebook yang aktif untuk promosi. Permasalahan berikutnya yaitu keterbatasan keterampilan teknis. Pemilik usaha belum memiliki pengetahuan memadai tentang cara membuat konten visual (foto dan video) yang menarik.

Dengan semakin meningkatnya pengguna internet dan media sosial, pelatihan pemasaran digital menjadi kebutuhan utama bagi IRT untuk bersaing di era digital (Erwin et al., 2024). Facebook, sebagai salah satu platform media sosial paling populer di Indonesia, menawarkan peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar (Sitanggang et al., 2024). Keberhasilan pemasaran di platform ini sangat bergantung pada kualitas konten yang diunggah. Foto dan video yang menarik tidak hanya meningkatkan daya tarik visual tetapi juga membantu produk lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen (Ifadhila et al., 2024). Kegiatan pengabdian ini berfokus pada pelatihan pemasaran digital dengan media sosial Facebook dan pelatihan foto dan video untuk konten di media sosial. Dengan pelatihan ini, diharapkan IRT Kepuaknisam dapat mengelola halaman Facebook secara mandiri dan efektif serta meningkatkan keterampilan dalam menciptakan konten visual yang sesuai dengan identitas produk.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dirancang untuk mengevaluasi kemampuan IRT Kepuaknisam dalam melakukan pemasaran digital melalui Facebook setelah mengikuti pelatihan. Metode ini menggunakan pendekatan *participatory training*, di mana peserta terlibat langsung dalam setiap tahap pelatihan dan praktik untuk memastikan mereka mampu mengelola pemasaran secara mandiri (A. Maulana, 2024). Berikut adalah rincian metode yang diterapkan:

1. Tahap Perencanaan

a. Analisis Kebutuhan Awal

Sebelum pelatihan, analisis kebutuhan dilakukan untuk memahami tingkat pemahaman awal peserta tentang pemasaran digital, khususnya melalui Facebook. Langkah-langkah meliputi:

1. Wawancara Awal: Wawancara dengan pemilik usaha untuk menilai:
 - Pengalaman dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran.
 - Hambatan yang dihadapi dalam membuat dan mengelola konten visual.
2. Peninjauan Promosi Produk: Evaluasi terhadap metode promosi yang digunakan sebelumnya, seperti promosi langsung dan interaksi tradisional.
3. Kesiapan Teknologi: Memastikan peserta memiliki akses ke perangkat seperti ponsel pintar dan koneksi internet yang stabil.

b. Penyusunan Modul Pelatihan

Materi pelatihan disusun dengan fokus pada indikator keberhasilan, yaitu kemampuan peserta untuk:

1. Membuat dan mengelola halaman Facebook marketplace.
2. Membuat konten visual (foto dan video).

2. Pelaksanaan Pelatihan

1. Pelatihan Pemasaran Digital dengan Facebook

Pembuatan dan Pengelolaan Halaman :

- Peserta diajarkan cara membuat halaman Facebook dan melakukan penjualan melalui facebook marketplace.
- Mengisi deskripsi halaman dengan informasi lengkap produk (manfaat, kontak, lokasi usaha).

2. Pelatihan Pembuatan Konten Visual

1. Fotografi Produk:

- Teknik pencahayaan sederhana menggunakan cahaya alami.
- Komposisi gambar yang menonjolkan keunikan produk.
- Penggunaan aplikasi sederhana untuk editing foto.

2. Videografi Produk:

- Teknik pengambilan video untuk menampilkan proses produksi atau manfaat produk.
- Editing dasar untuk menambahkan elemen teks, musik, atau efek visual.

3. Praktik Langsung:

- Peserta mengambil foto dan video produk mereka.
- Hasil konten langsung diunggah ke halaman Facebook.

3. Indikator Keberhasilan

Keberhasilan pelatihan diukur berdasarkan:

- a. Kemampuan Mandiri :Peserta mampu membuat dan mengelola halaman Facebook secara mandiri.
- b. Kualitas Konten Visual: Foto dan video yang diunggah peserta sesuai dengan standar promosi produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah pelatihan pemasaran digital melalui Facebook dan pelatihan pembuatan foto serta video konten dapat meningkatkan kemampuan IRT Kepuaknisam dalam melakukan pemasaran secara mandiri dan meningkatkan promosi produk mereka. Hasil yang diperoleh dari pelatihan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengelolaan pemasaran digital oleh peserta, baik dalam hal pengelolaan halaman Facebook dan pembuatan konten visual.

Pelatihan pemasaran digital dimulai dengan pembuatan dan pengelolaan halaman Facebook untuk produk Kepuaknisam. Setelah sesi pelatihan, peserta mampu membuat halaman marketplace secara mandiri, mengisi informasi yang relevan mengenai produk, dan mengelola interaksi dengan audiens. Berikut adalah hasil yang diperoleh dari evaluasi praktik pembuatan halaman Facebook:

4 | Pengabdian

Pelatihan pemasaran digital dengan facebook dilaksanakan pada tanggal 30 April 2024. Pelatihan ini dilaksanakan secara offline bertempat di rumah mitra. Peserta yang mengikuti pelatihan ini yaitu dari tim pelaksana 3 orang dan 2 orang dari mitra. Tim pelaksana terdiri dari Ibu Ni Putu Linda Santiari, I Putu Ramayasa, dan satu orang mahasiswa dilakukan kegiatan pelatihan pemasaran digital dengan facebook. Pelatihan ini diawali dengan instalasi aplikasi facebook di handphone, membuat akun, pengenalan fitur facebook, cara posting dan edit tampilan, dan cara mempromosikan produk melalui marketplace di facebook. Selain pelatihan pemasaran digital dengan facebook, juga dilaksanakan pelatihan pengambilan foto, video dan editing sederhana untuk membuat konten promosi di facebook. Pelatihan foto dan video diberikan oleh mahasiswa dan didampingi oleh dosen. Pelatihan pemasaran digital dengan facebook diharapkan dapat mencakup berbagai aspek untuk membantu bisnis atau individu meningkatkan kehadiran online mitra, menjangkau audiens yang lebih luas, dan meningkatkan konversi penjualan. Hasil pelatihan berupa halaman facebook marketplace dapat dilihat pada Gambar 1 dan dokumentasi pelatihan pembuatan facebook dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 1. Halaman facebook marketplace



Gambar 2. Pelatihan pembuatan media sosial facebook

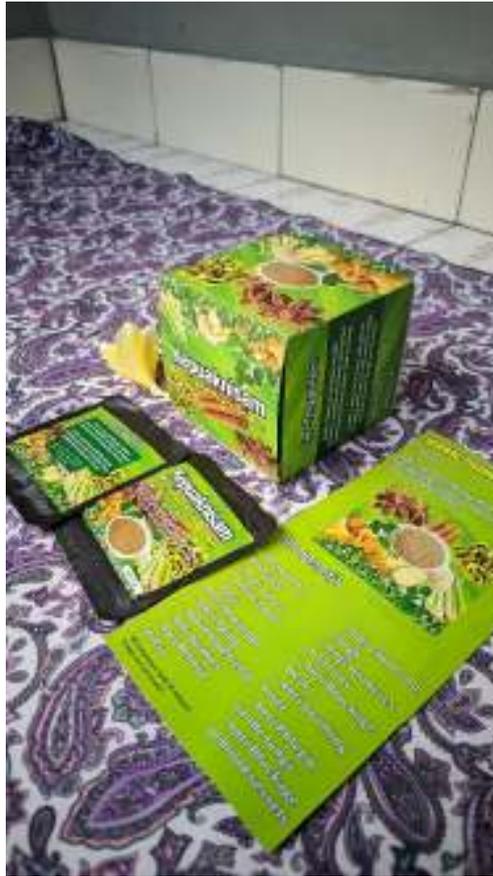
Pelatihan pembuatan konten visual bertujuan untuk meningkatkan kualitas foto dan video produk yang digunakan untuk promosi. Setelah pelatihan, peserta mampu mengaplikasikan teknik-teknik dasar fotografi dan videografi untuk menghasilkan konten yang lebih menarik dan profesional. Dokumentasi kegiatan pelatihan dapat dilihat pada Gambar 3 dan hasil pelatihan dapat dilihat pada Gambar 4. Berikut adalah hasil yang diperoleh:

Fotografi Produk:

- Peserta diajarkan cara menggunakan pencahayaan alami dan pengaturan komposisi gambar untuk memperlihatkan kualitas dan keindahan produk.
- Foto produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih baik, dengan fokus yang jelas dan latar belakang yang mendukung estetika produk. Peserta berhasil menghasilkan lebih dari 10 foto produk berkualitas yang diunggah ke halaman Facebook.



Gambar 3. Pelatihan foto



Gambar 4. Hasil pelatihan foto

Videografi Produk:

Pada pelatihan videografi, kegiatan yang dilakukan yaitu :

- Peserta diajarkan cara membuat video singkat yang menunjukkan cara pembuatan Kejuaknisam, manfaat kesehatan, dan serta konten untuk pemasaran produk.
- Peserta diajarkan mengedit video dengan aplikasi capcut

Kegiatan pelatihan videografi produk dilaksanakan setelah pelatihan fotografi produk. Dokumentasi pelatihan videografi dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Pelatihan video

SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan pemasaran digital melalui Facebook dan pembuatan konten visual terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan IRT Kepuasaan dalam mengelola pemasaran produk secara mandiri. Peserta berhasil mengelola halaman Facebook mereka dan menciptakan konten visual yang berkualitas. Hasilnya, produk Kepuasaan memperoleh peningkatan visibilitas dan keterlibatan pelanggan yang signifikan, yang berpotensi meningkatkan penjualan di masa mendatang. Saran yang dapat digunakan sebagai perbaikan pada pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah adanya pendampingan yang waktunya lebih lama dan dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan pelaksanaan pengabdian masyarakat. Dalam melakukan pemasaran melalui facebook marketplace perlu dilakukan pemasangan iklan secara berkala agar produk bisa mencapai customer.

DAFTAR RUJUKAN

- Bayhaqi, H. N., Sulaiman, S., Darmawan, D., Arifin, S., Rizky, M. C., Munir, M., & Putra, A. R. (2024). Penerapan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan pada usaha mikro Super Baret konveksi di Kampung Topi Punggul Sidoarjo. *Economic Xenization Abdi Masyarakat*, 2(2), 6-12.
- Dewi, L. M., Gentari, R. E., & Sunaryo, D. (2023a). Pelatihan Ibu Rumah Tangga Dalam Kreativitas Pengolahan Labu Kuning Menjadi Kuliner Lokal Berbasis Industri Rumah Tangga Di Desa Tanagara Cadasari Pandeglang. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 249-254.
- Erwin, E., Cindrakasih, R. R. R., Sari, A., Hita, H., Boari, Y., Judijanto, L., & Tadampali, A. C. T. (2024). *Pemasaran Digital: Teori dan Implementasi*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Ifadhila, I., Rukmana, A. Y., Erwin, E., Ratnaningrum, L. P. R. A., Aprilia, M., Setiawan, R., Judijanto, L., & Setiawan, H. (2024). *Pemasaran Digital di Era Society 5.0: Transformasi Bisnis di Dunia Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lamopia, I. W. G., & Sugiharni, G. A. D. (2022). Pengembangan Usaha Marble Cake pada Industri Rumah Tangga “Kari Cake Bali” di Banjar Jelesa, Batuan Sukawati Gianyar. *ADMA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 167-176.
- Maulana, A. (2024). PENGENALAN DAN PELATIHAN MICROSOFT WORD MENGGUNAKAN METODE PARTICIPATORY RESEARCH AND DEVELOPMENT (PR&D) PADA SISWA SMPN SATU ATAP TERPADU DESA NAGROG. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 3(1), 1045-1051.
- Maulana, A. N., Ardiyansyah, A., & Zam, N. (2024). Eksplorasi Pemasaran Digital melalui Facebook oleh UMKM Perdesaan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 16440-16450.
- Sahrulloh, M. D. F., & Supriyoso, P. (2024). PERANAN PROMOSI MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PABRIK TEMPE IBU ELIS. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 1(7), 733-739.
- Santiari, L., Ramayasa, I. P., Suwastika, I. W. K., Jepriana, I. W., & Rahayuda, I. G. S. (2024). Pengemasan dan Peningkatan Desain Kemasan Produk Industri Rumah Tangga Nyoman Restini. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 6(2), 41-46.
- Sitanggang, A. S., Nazhif, D. N., Ar-Razi, M. H., & Buaton, M. A. F. (2024). Efektivitas Strategi Digital Marketing di Media Sosial: Studi Kasus Facebook, Instagram, dan Tiktok Generasi Z. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(3), 233-241.