

**PEMANFAATAN PLATFORM MEDIA SOSIAL DALAM BERWIRAUSAHA  
DI KELURAHAN OMPO KABUPATEN SOPPENG**

**Andi Patappari<sup>1)</sup>, Andi Nurul Aksa<sup>2)</sup>, Irma T<sup>3)</sup>, Renita Sukardi<sup>4)</sup>**

<sup>1</sup> Sistem Informasi, Universitas Lamappapoleonro  
email: andi.patappari@unipol.ac.id

<sup>2</sup> Sistem Informasi, Universitas Lamappapoleonro  
email: andiaksa@unipol.ac.id

<sup>3</sup> Sistem Informasi, Universitas Lamappapoleonro  
email: irma@unipol.ac.id

<sup>4</sup> Sistem Informasi, Universitas Lamappapoleonro  
email: renitasukardi@gmail.com

**Abstrak**

Era digitalisasi baik di dalam kehidupan sehari-hari, maupun dalam lingkup kegiatan bisnis memungkinkan pemanfaatan berbagai perangkat IT dipergunakan secara maksimal. Demikian juga dengan pemanfaatan berbagai akun sosial media untuk berbagai kepentingan personalisasi bisnis para pelaku wirausaha. Jaringan pemerintahan di wilayah Kelurahan Ompo pada umumnya dan pelaku wirausaha pada khususnya telah berkomitmen bersama-sama untuk menggerakkan dan memajukan para pelaku usaha dengan berbagai cara, salah satunya antara lain dengan mengadakan pelatihan-pelatihan ataupun penyuluhan yang terkait dengan kegiatan kewirausahaan berbasis digital. Upaya tersebut ditempuh tentu saja sebagai salah satu cara untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan dan keterampilan masyarakat setempat tentang pemanfaatan berbagai platform media sosial yang begitu pesat perkembangannya. Pemanfaatan berbagai platform tersebut hanya bisa digunakan secara optimal apabila kemampuan penguasaan strategi, fitur-fitur dari akun media sosial yang dipergunakan dalam mengolah konten promosi dan iklan usaha yang menarik minat target pasar para pelaku wirausaha.

**Kata Kunci :** Media Sosial, Wirausaha, Kelurahan Ompo.

**PENDAHULUAN**

Media sosial saat ini telah menjadi trend sebagai media pemasaran. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” (Kaplan & Haenlein, 2010).

Beberapa contoh media sosial yang sedang berkembang saat ini yaitu Instragam, Twitter, Line, Facebook, Youtube, dan lain-lain.

Seseorang pasti memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media sosial. Sekedar untuk berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sesuatu, untuk berbagi informasi maupun untuk mengikuti salah satu yang menjadi trend saat ini yaitu menggunakan media sosial sebagai bentuk eksistensi diri. Orang-orang yang hanya ingin menggunakan media sosial sebagai sarana menjaga silaturahmi biasanya akan memilih media sosial yang bersifat private saja seperti Line, Whatsapp, Path, Telegram, Blackberry Messenger atau yang lainnya .

Meskipun masuk ke media yang terbuka seperti Facebook dan Twitter maka mereka hanya akan menjadi 2 penonton dan pembaca yang baik dan melihat perkembangan terbaru yang ada di media sosial. Sedangkan bagi

orang-orang yang ingin diakui eksistensinya oleh masyarakat luas melalui media sosial biasanya akan menggunakan media sosial yang bersifat terbuka seperti Instagram, Facebook, Line, atau Twitter. Karena disinilah tempat kita bisa secara bebas dan terbuka dalam berinteraksi. Sehingga banyaknya update status serta posting-an yang kita miliki adalah salah satu bentuk jika kita ingin dikenal secara luas.

Kita dikenal sebagai apa dan siapa itu kita yang memutuskan, karena apa yang kita posting melalui media sosial akan menjadi gambaran diri kita bagaimana kita memposisikan diri dimata masyarakat luas. Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia sangat berkembang pesat. Menurut riset Nielsen menunjukkan tingkat pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia mencapai 26%. Orang Indonesia menghabiskan waktu 1,5 jam sehari untuk berinternet. Menurut ICT Watch, saat ini pengguna ponsel di Indonesia mencapai 180 juta orang dari sekitar 220 juta penduduk Indonesia. Pengguna Instagram di Indonesia mencapai 22 juta pengguna aktif menurut dari siaran pers yang diterima CNN Indonesia (Lesmana, 2012).

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kali ini di tujukan bagi para pelaku wirausaha pada wilayah Kelurahan Ompo Kabupaten Soppeng. Memberikan penyuluhan, mengajak pelaku wirausaha agar memanfaatkan berbagai platform sosial media untuk mengelola konten iklan, promosi yang menarik bagi para konsumen.

Tujuan kegiatan ini Untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam memanfaatkan platform media sosial dalam mempromosikan dan memasarkan hasil wirausaha masyarakat dan Untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah konten promosi atau iklan jualan.

Penyuluhan terkait tentang pemanfaatan platform Sosial Media dalam berwirausaha yang berlokasi di Kelurahan Ompo ini ditujukan kepada para warga yang memiliki usaha mikro, kecil dan menengah Kelurahan Ompo.

## **METODE PELAKSANAAN**

Langkah-Langkah Kegiatan Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan tiga tahapan, di mana tahap pertama merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini kelompok pengabdian melakukan suvey pendahuluan untuk melihat kondisi di lapangan, yakni pemanfaatan media sosial yang umum dipergunakan di kelurahan tersebut sebagai media promosi dan pemasaran usaha. Tahap selanjutnya merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian.

Dalam tahap ini pengabdian melakukan kegiatan penyuluhan tentang pemanfaatan berbagai platform media sosial yang baik dan menjanjikan dalam membuat konten promosi dan pemasaran produk atau jasa usaha. Tahap ketiga adalah tahap evaluasi. Pada tahap ini dilakukan proses evaluasi terhadap hasil yang telah dicapai oleh peserta penyuluhan. Masukan, tanggapan-tanggapan masyarakat dan perbaikan lebih lanjut dapat dilakukan pada tahap ini. Evaluasi diberikan dengan praktek pembuatan konten promosi yang menarik. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini dikemas dengan menggunakan pendekatan workshop. Dimana kegiatan yang dilakukan menggunakan metode ceramah, diskusi dan latihan. Adapun langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Peserta penyuluhan diberikan materi tentang beberapa platform sosial media yang bisa dimanfaatkan dalam mempromosikan dan memasarkan produk atau jasa usaha.
2. Peserta diberikan cara membuat memanfaatkan fitur-fitur pembuatan konten promosi yang menarik perhatian para konsumen/ target pasar.
3. Peserta diberi kesempatan untuk berdiskusi dan sharing untuk lebih memperjelas hal-hal yang sifatnya masih menjadi meragukan.
4. Peserta penyuluhan berlatih untuk membuat konten promosi/ iklan usaha dan bisa langsung mengupload ke akun sosial media masing-masing

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil

Kelurahan Ompo merupakan salah satu kelurahan dari 10 ( Sepuluh) Desa / Kelurahan yang ada di kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng, Kelurahan Ompo terdiri atas 2 (dua) Lingkungan yaitu lingkungan ompo Dan lingkungan Lawo. Kelurahan Ompo adalah kelurahan dengan potensi pertanian dan merupakan kawasan wisata, yaitu permandian Ompo dan waduk. Berikut gambaran batas wilayah Kelurahan Ompo yaitu sebelah timur berbatasan dengan Kelurahan Salokaraja, sebelah utara berbatasan dengan Desa Pesse, sebelah barat berbatasan dengan Desa Mattabulu dan sebelah selatan berbatasan dengan Kelurahan Lapajung.

Berdasarkan hasil penyuluhan secara singkat serta proses tanya jawab dan sharing kepada para peserta penyuluhan selama kegiatan berlangsung, maka dapat dianalisa hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai berikut:

1. Bertambahnya pengetahuan dan pemahaman peserta penyuluhan tentang pemanfaatan beberapa platform media sosial untuk promosi dan pemasaran.
2. Meningkatnya keterampilan dan kreativitas peserta penyuluhan dalam membuat tampilan konten promosi usaha.
3. Meningkatnya kemampuan dan pengetahuan peserta penyuluhan terkait dengan tips dan trik membuat konten promosi usaha yang menarik minat target pasar

### B. Proses Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan penyuluhan diawali dengan pembahasan awal mengenai ruang lingkup pemanfaatan platform media sosial dalam berwirausaha. Berbagai platform tersebut bisa dipergunakan seoptimal mungkin guna menunjang dan mendukung kegiatan promosi, iklan dan memasarkan sebuah produk atau jasa bagi para wirausaha, baik itu usaha skala mikro, kecil maupun usaha menengah

Pembuatan tampilan konten promosi atau iklan yang menarik perhatian akan membuat

target pasar/ konsumen tertarik untuk melihat, menanyakan, mengecek produk atau jasa hingga pada akhirnya kemungkinan besar akan berlanjut ke proses transaksi jual-beli.

Semakin banyaknya fitur-fitur dengan pemberian efek-efek tertentu yang bisa dipilih atau penggunaan aplikasi pengeditan foto dan video seperti Canva, Snack video, dan lain-lain yang bisa diintegrasikan ke akun sosial media untuk pembuatan konten promosi dan iklan yang berkelas semakin memberikan peluang strategi pemasaran kepada para pelaku wirausaha.

Demikian juga dengan berbagai skill atau keterampilan penguasaan trik-trik ataupun tips untuk mengolah promosi penjualan produk atau sebuah jasa. Tips dan trik yang dimaksudkan yaitu kunci supaya setiap konten yang telah dibuat sangat memungkinkan untuk dilihat oleh khalayak umum. Salah satu tips dan trik yang belum banyak diketahui oleh masyarakat yaitu share postingan ke umum, tag postingan ke banyak teman atau relasi sosial media.:



Gambar 1. Proses Pemberian Materi

Umpan balik peserta penyuluhan lebih banyak terkait dengan permasalahan pembuatan konten promosi dan iklan usaha, bagaimana agar mendesain konten yang menarik perhatian, memiliki viewer yang tinggi serta masyarakat tergerak untuk membeli produk atau jasa pelaku wirausaha. Masyarakat umum telah mengetahui bahwa usaha yang menempati ranking pertama di Kabupaten Soppeng yaitu usaha aneka ragam kuliner demikian juga di wilayah Kelurahan Ompo khususnya.

Di antara peserta penyuluhan ada yang mengajukan diri meminta untuk diberikan pelatihan penggunaan aplikasi-aplikasi pengedit foto dan video untuk konten promosi atau iklan di masa yang akan datang kepada Tim Abdimas Universitas Lamappapoleonro. Tentunya tim abdimas Unipol merespon dan mengapresiasi harapan peserta tersebut, semoga ke depannya bisa melakukan kegiatan PKM dengan tema seperti yang diharapkan peserta penyuluhan.

### **C. Faktor Pendukung dan Penghambat**

Selama proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat, mulai dari ke lokasi dan silaturahmi bertemu dengan ibu Lurah Ompo, Ibu A. Wirna Risfani, S.Sos hingga terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat, tentunya terdapat faktor yang menjadi penghambat maupun faktor yang sangat mendukung proses kegiatan pengabdian masyarakat. Adapun faktor penghambat tersebut antara lain, yang pertama yaitu waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan yang terbatas, lama kegiatan dengan durasi kurang lebih 3 jam saja karena kegiatan dilakukan di malam hari sehingga tidak dapat menampung aspirasi dari semua peserta.

Faktor pendukung kegiatan PKM, yang sangat utama bahwa para masyarakat peserta penyuluhan khususnya pelaku wirausaha di wilayah tersebut semuanya telah mengaplikasikan pemasaran produk dan jasa yang ada di semua akun sosial media yang mereka pergunakan. Meskipun kebanyakan hanya menerapkan konten biasa-biasa saja ataupun memanfaatkan fitur berupa efek-efek,

lagu dan emoji-emoji yang terdapat pada akun sosial media tersebut.

### **KESIMPULAN**

Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dalam bentuk penyuluhan yang menggunakan metode dengan pendekatan workshop yaitu penyuluhan pemanfaatan platform media sosial, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Peningkatan pengetahuan dan wawasan tentang penggunaan fitur-fitur pada platform media sosial untuk membuat konten promosi iklan yang menarik perhatian para konsumen.
2. Menambah keterampilan akan trik dan tips mengolah konten untuk terus diikuti, dan dibagikan oleh konsumen maupun relasi bisnis.
3. Meningkatkan kreativitas dan ide-ide strategi pemasaran dalam menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pada kesempatan ini kami sebagai pelaksana pengabdian kepada masyarakat ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi atas terselesainya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu kepada yang terhormat :

1. Rektor Universitas Lamappapoleonro.
2. Ketua LPPM Universitas Lamappapoleonro.
3. Kepala Lurah Ompo Kabupaten Soppeng.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada Tim Pelaksana ini mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya kami sebagai pelaksana pengabdian ini berharap semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pihak yang menggunakannya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

<https://eprints.ums.ac.id/52762/3/BAB%20I>  
. Pemanfaatan Media Sosial dalam komunikasi pemasaran.pdf

<https://lalabata.soppeng.go.id/kelurahan-ompo>

Abrar Firdiansyah.

<https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-social-media-marketing/#.YsqRurdBzIU>

<https://seoanaksholeh.com/pemasaran-melalui-media-sosial>

<https://www.hercodigital.id/strategi-pemasaran-online-yang-efektif-untuk-ukm>

<https://maboormedia.com/blog/strategi-pemasaran-paling-efektif>

<https://inmarketing.id/matrik-analisis-digital-marketing-adalah.html> | [inMarketing](#)