

SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENAMBAH INCOME BAGI IBU RUMAH TANGGA DUSUN IV DESA KELAMBIR LIMA KEBUN

Jodi Hendrawan¹, Ika Devi
Perwitasari², Nadya Andhika
Putri³

^{1),2),3)} Sistem Komputer, Universitas
Pembangunan Panca Budi

Article history

Received : diisi oleh editor

Revised : diisi oleh editor

Accepted : diisi oleh editor

*Corresponding author

Email :

ikadeviperwitasari@dosen.pancabudi.a
c.id

Abstrak

Kegiatan sosialisasi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan pendapatan bagi ibu rumah tangga di Dusun IV, Desa Kelambir Lima Kebun adalah sebuah inisiatif yang bertujuan untuk memberdayakan dan mengembangkan potensi bisnis ibu rumah tangga melalui penggunaan media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana ibu rumah tangga aktif terlibat dalam proses sosialisasi. Melalui berbagai kegiatan, seperti pelatihan, lokakarya, dan diskusi kelompok, ibu rumah tangga diberikan pemahaman tentang potensi media sosial sebagai alat promosi dan penjualan produk atau jasa mereka. Hasil kegiatan sosialisasi menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan pengetahuan ibu rumah tangga mengenai manfaat media sosial dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Mereka belajar bagaimana memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk membangun merek, mencapai pasar yang lebih luas, dan menjalin hubungan dengan pelanggan potensial.

Kata Kunci: Media Sosial, Income, Desa Kelambir Lima Kebun

Abstract

The outreach activity on the use of social media to increase income for housewives in Dusun IV, Kelambir Lima Kebun Village is an initiative that aims to empower and develop the business potential of housewives through the use of social media. This study uses a participatory approach, in which housewives are actively involved in the socialization process. Through various activities, such as training, workshops and group discussions, housewives are provided with an understanding of the potential of social media as a means of promoting and selling their products or services. The results of socialization activities show an increase in awareness and knowledge of housewives regarding the benefits of social media in increasing family income. They learn how to leverage various social media platforms to build brands, reach a wider market, and forge relationships with potential customers.

Keywords: Social Media, Income, Kelambir Lima Kebun Village

1. PENDAHULUAN

Dusun IV Desa Kelambir Lima Kebun terletak di Kecamatan Hampan Perak Kabupaten Deli Serdang (Perwitasari et al., 2023). Di desa ini, mayoritas penduduknya adalah ibu rumah tangga yang berperan dalam mengelola rumah tangga sehari-hari. Namun, kesempatan kerja di luar rumah sangat terbatas karena minimnya lapangan pekerjaan di sekitar wilayah tersebut.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi dan akses internet telah mengubah cara berinteraksi dan berbisnis di seluruh dunia (Septiani Rosana, 2010). Namun, dampak teknologi ini belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat di Dusun IV Desa Kelambir Lima Kebun. Terbatasnya pengetahuan tentang teknologi dan media sosial telah menghalangi potensi ekonomi yang dapat dimanfaatkan oleh para ibu rumah tangga di desa tersebut.

Melihat situasi ini, tim pengabdian termasuk pemerintah desa dan kelompok masyarakat, merasa perlu untuk melakukan sosialisasi dan pelatihan tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan bagi ibu rumah tangga di Dusun IV. Tujuan utama dari kegiatan sosialisasi ini adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada ibu rumah tangga dalam memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk berjualan dan mempromosikan produk lokal mereka. Pemanfaatan aplikasi yang paling besar di era internet sekarang adalah pemanfaatan aplikasi media social (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018) .

Media sosial adalah sebuah jembatan komunikasi baik antar personal maupun antar badan atau lembaga dengan menggunakan fasilitas internet (Purawinangun & Yusuf, 2020). Beragam jenis media sosial dan karakteristiknya dapat menjadi alternatif untuk menjalankan bisnis secara online (Tresnawati & Prasetyo, 2022).



Gambar 1. Media Sosial

Media social memiliki pengaruh yang sangat besar untuk kemajuan UMKM di era digital ini. Dalam sebuah penelitian yang berjudul Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga, menunjukkan bahwa penggunaan internet di Indonesia setiap tahunnya meningkat, dan ada 4 media sosial yang sering dikunjungi yaitu facebook, instagram, Tik Tok dan youtube. Dalam pemasaran online, media sosial memiliki beberapa peranan penting diantaranya sebagai branding dan promosi yang efektif (Vernia, 2017).

Dengan memanfaatkan media sosial, diharapkan para ibu rumah tangga dapat menciptakan peluang bisnis baru dan menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini diharapkan akan berdampak positif terhadap perekonomian keluarga, meningkatkan kesejahteraan, dan menciptakan lingkungan yang lebih produktif dan berdaya saing di desa mereka.

Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, telah diadakan program sosialisasi pemanfaatan media sosial yang melibatkan para ahli teknologi. Melalui kegiatan ini, diharapkan para ibu rumah tangga di Dusun IV dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan media sosial, strategi pemasaran online, dan cara mengelola bisnis secara efektif.

Kegiatan sosialisasi ini bukan hanya tentang pengenalan teknologi, tetapi juga merupakan upaya untuk memotivasi dan memberikan dukungan kepada ibu rumah tangga agar dapat lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan dalam dunia bisnis online. Dengan adanya pemahaman dan dukungan ini, diharapkan potensi ekonomi masyarakat di Dusun IV Desa Kelambir Lima Kebun dapat tumbuh dan berkembang, serta menciptakan perubahan positif dalam kehidupan sehari-hari mereka.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial untuk Menambah Income bagi Ibu Rumah Tangga di Dusun IV Desa Kelambir Lima Kebun dapat mencakup langkah-langkah berikut:

Table 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

No.	Kegiatan	Deskripsi Kegiatan
1	Penentuan Tujuan	Tujuan kegiatan sosialisasi adalah untuk meningkatkan pemahaman ibu rumah tangga di dusun IV Desa Kelambir Lima Kebun tentang pemanfaatan media social untuk mengembangkan bisnis dan meningkatkan pendapatan keluarga
2	Identifikasi sasaran	Sasaran kegiatan sosialisasi ini adalah ibu rumah tangga di dusun IV Desa Kelambir Lima Kebun
3	Pembentukan tim pelaksana	Kegiatan pengabdian ini dilakukan oleh dosen program studi Sistem Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi yang terdiri atas enam orang dosen dan satu orang mahasiswa
4	Penyusunan Materi Sosialisasi	Materi sosialisasi berisi tentang pemanfaatan media social seperti Facebook dan Tik Tok
5	Penjadwalan Kegiatan	Kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada bulan Maret 2023
6	Pelaksanaan Sosialisasi	Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dilakukan dengan presentasi, diskusi kelompok, dan sesi tanya jawab. Menggunakan pendekatan interaktif untuk meningkatkan partisipasi dan keterlibatan peserta.
7	Demonstrasi Praktik	Memberikan contoh konkret mengenai bagaimana menggunakan media sosial secara efektif untuk mempromosikan produk atau jasa. Bisa dengan melakukan simulasi atau demonstrasi langsung kepada peserta.
8	Pembinaan Lanjutan	Memberikan dukungan dan pembinaan lanjutan kepada ibu rumah tangga setelah kegiatan sosialisasi selesai. Membuka saluran komunikasi untuk pertanyaan atau bantuan lebih lanjut terkait pemanfaatan media sosial dalam bisnis mereka. Kegiatan pengabdian ini merupakan pengabdian berkelanjutan.

Dengan metode pelaksanaan yang komprehensif dan inklusif, diharapkan kegiatan sosialisasi ini dapat memberikan dampak positif bagi ibu rumah tangga di Dusun IV Desa Kelambir Lima Kebun dalam meningkatkan pemahaman dan pendapatan mereka melalui pemanfaatan media sosial sebagai alat bisnis.

3. HASIL PEMBAHASAN

Sosialisasi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan pendapatan bagi ibu rumah tangga di Dusun IV, Desa Kelambir Lima Kebun merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memberdayakan ibu rumah tangga dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memperoleh tambahan pendapatan. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai respons terhadap perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, yang telah membuka peluang baru dalam dunia bisnis.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah sosialisasi dengan pendekatan partisipatif. Para ibu rumah tangga di Dusun IV aktif terlibat dalam kegiatan ini, melalui sesi presentasi, lokakarya, dan diskusi kelompok, yang

diselenggarakan oleh tim yang terdiri dari pendamping desa, tokoh masyarakat, dan dosen Universitas Pembangunan Panca Budi.

Hasil dari kegiatan sosialisasi pemanfaatan media sosial untuk menambah income bagi ibu rumah tangga di Dusun IV Desa Kelambir Lima Kebun dapat mencakup beberapa hal berikut:

Table 2. Capaian Kegiatan Pengabdian

No.	Capaian	Deskripsi
1	Peningkatan kesadaran	Kegiatan sosialisasi telah berhasil meningkatkan kesadaran ibu rumah tangga tentang potensi pemanfaatan media sosial untuk mengembangkan bisnis. Sebelumnya, sebagian besar dari mereka hanya menggunakan media sosial untuk interaksi sosial, namun setelah sosialisasi, mereka menyadari berbagai manfaat dari media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan produk atau jasa.
2	Peningkatan pengetahuan	Peserta sosialisasi telah mendapatkan pengetahuan baru tentang berbagai platform media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan bisnis mereka. Mereka juga memahami berbagai strategi dan praktik terbaik dalam mengelola akun media sosial dan menarik perhatian pelanggan potensial.
3	Penggunaan media sosial sebagai alat promosi	Hasil pembahasan menunjukkan bahwa setelah mengikuti sosialisasi, sebagian besar ibu rumah tangga telah mulai menggunakan media sosial sebagai alat promosi untuk produk atau jasa mereka. Mereka mengunggah konten kreatif, foto produk, dan berbagai informasi menarik untuk menarik minat pelanggan.
4	Peningkatan pendapatan	Dalam beberapa kasus, kegiatan sosialisasi telah membantu ibu rumah tangga meningkatkan pendapatan keluarga mereka. Dengan menggunakan media sosial, mereka mampu mencapai pasar yang lebih luas, menjangkau pelanggan dari daerah yang lebih jauh, dan menghasilkan penjualan yang lebih baik.
5	Peningkatan Hubungan dengan Pelanggan	Dengan aktif berinteraksi di media sosial, ibu rumah tangga telah berhasil membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan mereka. Interaksi yang positif dan respon yang cepat terhadap pertanyaan atau komentar pelanggan telah meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
6	Membentuk Komunitas dan Kolaborasi	Sosialisasi juga telah membantu membentuk komunitas online bagi ibu rumah tangga yang memiliki bisnis, di mana mereka dapat saling berbagi pengalaman, saran, dan dukungan. Hal ini menciptakan ikatan sosial yang kuat dan membantu mereka memahami lebih banyak tentang dinamika bisnis dalam dunia online.
7	Tantangan dan Dukungan Lanjutan	Meskipun ada hasil positif, sebagian ibu rumah tangga masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan akses ke internet atau kurangnya keterampilan teknologi. Oleh karena itu, dukungan lanjutan dan pembinaan dari pihak terkait sangat penting untuk membantu mereka mengatasi hambatan ini dan terus mengembangkan bisnis mereka.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian

Hasil dari sosialisasi ini menunjukkan bahwa sebagian besar ibu rumah tangga telah memiliki akses ke internet dan media sosial, tetapi belum sepenuhnya memanfaatkannya untuk keperluan bisnis. Dengan bimbingan dan pelatihan yang diberikan, para ibu rumah tangga belajar tentang strategi pemasaran online, manajemen bisnis kecil, penggunaan platform media sosial yang efektif, dan cara menarik minat calon konsumen.

Selama kegiatan berlangsung, terlihat peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan penerapan pengetahuan baru oleh para ibu rumah tangga. Mereka mulai menggunakan media sosial secara aktif untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan, berinteraksi dengan pelanggan potensial, dan menjalankan bisnis kecil secara lebih efisien.

Kegiatan sosialisasi ini merupakan salah satu pendekatan yang efektif dalam memberdayakan ibu rumah tangga di Dusun IV Desa Kelambir Lima Kebun dalam meningkatkan pendapatan keluarga mereka. Peningkatan pendapatan ini berdampak positif pada kesejahteraan keluarga dan memberikan motivasi tambahan bagi ibu rumah tangga untuk terus mengembangkan bisnis mereka melalui media sosial.

4. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, sosialisasi pemanfaatan media sosial telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi ibu rumah tangga di Dusun IV Desa Kelambir Lima Kebun. Peningkatan kesadaran, pengetahuan, dan pemanfaatan media sosial telah membantu mereka meningkatkan pendapatan keluarga dan memberdayakan mereka sebagai pelaku bisnis yang mandiri. Dengan dukungan berkelanjutan, diharapkan inisiatif ini dapat berlanjut dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat sekitar. Meskipun ada hasil positif, beberapa ibu rumah tangga masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses internet dan keterampilan teknologi. Dukungan lanjutan dari pihak terkait diperlukan untuk membantu mereka mengatasi hambatan ini.

Kesimpulannya, kegiatan sosialisasi pemanfaatan media sosial telah membawa manfaat besar bagi ibu rumah tangga di Dusun IV Desa Kelambir Lima Kebun. Namun, penting untuk menciptakan kelanjutan dari kegiatan ini, melalui dukungan dan monitoring yang berkelanjutan dari pihak-pihak terkait, sehingga potensi bisnis dan pendapatan ibu rumah tangga dapat terus tumbuh dan berkelanjutan di masa yang akan datang.

5. REFERENSI

- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). Media Sosial. *Media Sosial*, IX(11).
- Perwitasari, I. D., Hendrawan, J., & Panggabean, F. Y. (2023). STMKu Application Design for Financial Management Transparency in STM Organizations. *Journal of Computer Science, Information Technology and Telecommunication Engineering*, 4(1).
- Purawinangun, I. A., & Yusuf, M. (2020). GERAKAN LITERASI GENERASI MILENIAL MELALUI MEDIA SOSIAL. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 9(1). <https://doi.org/10.31000/lgrm.v9i1.2401>
- Septiani Rosana, A. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Gema Eksos*, Vol. 5(No. 2).
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1). <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.5>
- Vernia, D. M. (2017). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga. *Jurnal Ilmial Pendidikan Dan Ekonomi*, 1(2).