

Pengenalan Media Sosial Untuk Menciptakan Peluang Ekonomi di Karang Taruna Desa Panyirapan, Serang

Shanti Darmastuti*, Mansur Juned, Syarif Ali, Jati Satrio
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
Jl. RS. Fatmawati Raya, Pd. Labu, Kec. Cilandak, Kota Depok, Jawa Barat 12450
**shanti.darmastuti@upnvj.ac.id*

Kata Kunci:
media sosial;
dampak;
manfaat;
ekonomi;
karang taruna

Abstrak Penggunaan media sosial di masyarakat semakin meningkat. Hal itu dilatarbelakangi kebutuhan akan interaksi sosial dan kegiatan lain yang membutuhkan kecepatan maupun efisiensi. Media sosial juga digunakan untuk menunjang kebutuhan usaha dalam pemasaran terpadu. Manfaat ekonomi dari media sosial menjadi penting untuk dipahami sehingga masyarakat dapat secara optimal menggunakan media sosial untuk menciptakan peluang ekonomi. Di samping dampak positif ternyata media sosial juga dapat memberikan dampak negatif. Terkait dengan hal ini, media sosial menjadi topik menarik dalam kegiatan pengabdian masyarakat di Karang Taruna Desa Panyirapan, Kabupaten Serang. Meskipun para anggota Karang Taruna sudah banyak menggunakan media sosial tetapi belum memahami dampak positif maupun dampak negatif dari media sosial secara detail. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat terkait pengenalan media sosial menjadi penting untuk memberikan pemahaman tentang dampak positif dan negatif media sosial serta peluang ekonomi dari media sosial. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi koordinasi awal, pembentukan grup Whatsapp untuk mempermudah komunikasi antara tim dengan peserta, *pretest*, penyuluhan, dan observasi. Penyuluhan yang dilaksanakan dimulai dari definisi, bentuk, dampak, dan peluang ekonomi dari media sosial. Kegiatan penyuluhan berjalan lancar dan para peserta tertarik dengan peluang bisnis yang bisa didapatkan dari penggunaan media sosial. Para peserta kegiatan juga tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang strategi pemanfaatan media sosial dalam menciptakan peluang ekonomi. Dari hasil kegiatan, tim pengabdian berpendapat bahwa pemahaman masyarakat terkait penggunaan dan pemanfaatan media sosial masih berada dalam tahap dasar.

Keywords:
social media;
impact;
benefit;
economy;
youth
organization

Abstract The use of social media is increasing in society. This increase is motivated by the need for social interaction and other activities that require effective and fast paced delivery. Social media is also used to support business needs in integrated marketing. The economic benefits of social media are important to understand so that people can optimally use social media to create economic opportunities. Other than the positive impact, social media can also have negative impacts. In this regard, social media has become an interesting topic in community service activities at the Youth Organizations in Panyirapan Village, Serang Regency. Although Karang Taruna members have used social media a lot, they still have not understood the positive and negative impacts of social media in detail. Therefore, introducing social media to this community is important to provide an understanding of the positive and negative impacts of social media and the economic opportunities of social media. This includes initial coordination, the formation of a Whatsapp group to facilitate communication between the team and participants, *pretest*, counseling, and observation. The community were taught about the definition, form, impact, and economic opportunities of social media. The outreach activities ran smoothly, and the participants were interested in the business opportunities that could be obtained from the use of social media. The participants were also interested in knowing more about strategies in using social media to create further economic opportunities. From the results of the activity, our team thinks that public understanding regarding the use and utilization of social media is still at the basic stage.

PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah pengguna media sosial semakin hari semakin tambah. Hal ini menggambarkan masyarakat membutuhkan media sosial untuk aktivitas sehari-hari. Apakah itu untuk hiburan, pekerjaan, menambah lingkungan pergaulan hingga membantu kegiatan pendidikan. Kebutuhan terhadap media sosial ini telah mengubah tata cara kehidupan masyarakat. Terutama dalam berkomunikasi hingga kegiatan bisnis. Beberapa jenis media sosial yang sering digunakan antara lain *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*.

Sehubungan dengan penggunaan media sosial ini, situs media sosial berisi konten pun dibuat oleh jutaan orang. Media sosial menjadi salah satu sarana yang digunakan banyak orang untuk berinteraksi melalui komputer maupun perangkat seluler dan lain sebagainya. Dengan demikian media sosial diciptakan untuk mempermudah interaksi sosial. Perkembangan media sosial dapat dilihat dari model interaksi yang digunakan tidak hanya melalui gambar maupun video, namun juga bentuk multimedia lainnya. Media sosial telah menciptakan berbagai macam bentuk aplikasi dalam arena sosial komputasi (Zaru, 2016).

Media sosial juga sangat terkait dengan aspek komunikasi. Tiga peranan komunikasi dalam media sosial di berbagai sektor yaitu bisnis atau usaha, politik, dan pembelajaran yang memiliki manfaat tersendiri. Untuk menunjang kebutuhan usaha dalam pemasaran terpadu, media sosial menjadi yang paling murah jika dilihat dari segi harga. Ketertarikan masyarakat dalam media sosial semakin tinggi sehingga banyak pengusaha tetap eksis meskipun hanya memiliki media sosial (Toko Online) (Setiadi, 2016).

Manfaat ekonomi juga dapat diperoleh dari media sosial. Misalnya promosi yang dilakukan melalui *blog*, *facebook*, *twitter*, dan *youtube*. Penggunaan media sosial dinilai lebih cepat dan efisien daripada media konvensional seperti TV maupun media cetak.

Dari hasil penelitian, media sosial juga telah berhasil meningkatkan penjualan dari Unit Usaha Kecil Menengah (UKM) melalui perluasan jaringan konsumen (Muniroh, Hurriyaturohman, & Marlina, 2017).

Media sosial dapat memberikan keuntungan bagi ekuitas merek, loyalitas pelanggan, dan kinerja bisnis. Manfaat bisnis media sosial tidak terbatas pada bidang pemasaran dan ekuitas merek. Efisiensi besar dan peningkatan produktivitas dapat diperoleh dari komunikasi yang lebih cepat dan lebih interaktif—antara perusahaan dan konsumen, di antara konsumen, dan dalam kolaborasi yang didorong oleh media sosial di dalam perusahaan (Funk, 2012). Sehubungan dengan manfaat ini, keterlibatan dalam *web* sosial setidaknya tidak hanya sebagai pemirsa namun juga sebagai peserta aktif dalam web sosial (Evans, Bratton, & McKee, 2010).

Penggunaan media sosial yang bermanfaat menjadi fokus pelatihan yang diberikan ke masyarakat di Kelurahan Tembalang. Masyarakat di Kelurahan Tembalang telah banyak menghasilkan produk makanan sehingga perlu infrastruktur yang dapat memperluas jaringan guna meningkatkan kapasitas produksi dan pemasarannya. Masyarakat Kelurahan Tembalang memiliki kendala pada penggunaan akses media sosial karena ketidaktahuan penggunaan fitur-fitur yang ada pada media sosial. Oleh karena itu pelatihan pemberdayaan terkait media sosial dilakukan kemitraan dengan salah satu perusahaan bisnis untuk melatih 23 orang dalam menggunakan media sosial. Termasuk bagaimana cara membuat akun bisnis, mengunggah foto, dan melakukan edit foto serta berinteraksi dalam media sosial (Werdani, Kurniawati, Sukoco, Windriya, & Iskandar, 2020).

Pelatihan terkait media sosial juga dilakukan kepada UMKM untuk memperkenalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Pemasaran *online* menjadi salah satu substansi dalam pelatihan terhadap UMKM mengenai media sosial.

Cara menampilkan foto yang menarik dalam mempromosikan satu produk menjadi salah satu materi dalam pelatihan terkait media sosial ini (Permatasari & Endriastuti, 2020). Dengan demikian dapat dilihat bahwa dalam rangka pemanfaatan media sosial dilakukan beberapa bentuk pelatihan untuk memberikan manfaat ekonomi pagi para penggunanya.

Di samping dampak positif, media sosial juga dapat memberikan dampak negatif seperti bahaya penipuan maupun kejahatan. Bahkan penggunaan media sosial ini bisa mengakibatkan para remaja tidak menggunakan bahasa yang sopan dalam penggunaannya. Penggunaan media sosial secara berlebihan juga telah mengganggu kehidupan dan komunikasi dengan keluarga (Putri, Nurwati, & Budiarti, 2016).

Oleh karena itu masyarakat perlu bijak dalam menggunakan media sosial. Media sosial dimaksimalkan sesuai kebutuhan dan tidak meninggalkan nilai-nilai yang ada. Pola interaksi baik *online* maupun tidak juga harus diselaraskan sehingga masuknya globalisasi akan meningkatkan dan mengoptimalkan media sosial, bukan meninggalkan nilai-nilai yang ada sebelumnya (Nurritzka, 2016).

Dari beberapa literatur di atas dapat dilihat bahwa media sosial memberikan manfaat begitu banyak bagi pengguna terutama manfaat ekonomi. Di samping dampak positif, ternyata media sosial juga dapat memberikan dampak negatif. Oleh karena itu sejumlah literatur menguraikan bentuk pelatihan terkait media sosial dalam memberikan manfaat bagi pengguna. Sehubungan dengan hal ini, topik mengenai media sosial menjadi topik yang menarik dalam materi pengabdian kepada masyarakat.

Seperti kegiatan yang dilakukan di Karang Taruna Desa Panyirapan, Kabupaten Serang, media sosial menjadi topik yang menarik. Media sosial menjadi menarik sebab meskipun para anggota Karang Taruna sudah banyak menggunakan media sosial namun belum memahami dampak positif maupun dampak negatif dari media sosial secara detail. Selain itu dampak positif ini juga dilihat dari manfaat ekonomi yang tentu saja menjadi

salah satu perhatian anggota Karang Taruna dalam mengembangkan kegiatan ekonomi di dalam organisasinya. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat terkait pengenalan media sosial menjadi penting untuk memberikan pemahaman tentang dampak positif dan negatif media sosial serta peluang ekonomi dari media sosial..

METODE

Metode pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian berupa penyuluhan dan pelatihan pemanfaatan media sosial kepada anggota Karang Taruna sebagai solusi mengatasi persoalan yang dihadapi. Penyuluhan dan pelatihan dilaksanakan secara kombinasi antara kegiatan luring (*offline*) dengan daring (*online*). Kegiatan luring dilakukan secara tatap muka dengan menemui peserta. Sedangkan kegiatan daring dilakukan melalui grup *Whatsapp*. Grup *Whatsapp* digunakan hanya sebagai media penunjang apabila terdapat diskusi dan informasi lebih lanjut yang tidak tersampaikan pada pertemuan luring karena keterbatasan waktu.

Peserta dari program penyuluhan ini merupakan kelompok masyarakat yang menjadi anggota Karang Taruna di Desa Panyirapan, Kecamatan Baros, Kabupaten Serang. Jumlah peserta yang mengikuti penyuluhan sebanyak 12 orang, terdiri dari 6 laki-laki dan 6 perempuan. Sebanyak 11 orang berlatarbelakang mahasiswa dan 1 orang di antaranya wiraswasta. Seluruh peserta memiliki gawai yang berbasis perangkat lunak *Android* atau *iOS*. Selain itu memiliki akun media sosial pribadi.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan sebagai solusi dari permasalahan yang dihadapi anggota Karang Taruna yang belum dapat mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai peluang ekonomi. Secara garis besar, rangkaian kegiatan meliputi persiapan, pelaksanaan, tahap penyusunan laporan, dan publikasi.

Pada tahapan persiapan, tim melakukan koordinasi dengan pejabat setempat terkait kegiatan yang akan dilakukan. Selanjutnya memberikan *pretest* bagi anggota Karang Taruna untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mereka mengenai media sosial dan pemanfaatannya selama ini. Kemudian, tim pengabdian merancang program serta jadwal pelaksanaan kegiatan. Dalam proses diskusi perencanaan program dan jadwal kegiatan, tim pengabdian melakukan koordinasi internal dengan tim guna pembagian tugas dari masing-masing anggota. Tim juga menyusun modul yang digunakan untuk kelengkapan kegiatan penyuluhan dan pelatihan.

Selanjutnya, dalam tahap pelaksanaan, tim melakukan penyuluhan tentang media sosial, ragam jenisnya, dan apa saja pemanfaatannya. Agar penyuluhan dan pelatihan menjadi lebih efektif, tim juga mendatangkan narasumber untuk memberikan pengetahuan teknis terkait penerapan pemanfaatan media sosial untuk peluang ekonomi. Untuk memaksimalkan jalannya kegiatan, tim pengabdian melakukan pendampingan dan pemantauan terhadap peserta agar tujuan kegiatan dapat tercapai. Setelah memberikan penyuluhan, tim pengabdian melakukan observasi terhadap hasil penyuluhan ke Karang Taruna untuk mengetahui hasil dari kegiatan yang sudah diikuti. Observasi yang dilakukan melalui diskusi serta tanya jawab dengan peserta setelah kegiatan penyuluhan.

Melalui metode di atas, maka tim mengetahui secara langsung pemahaman dan bentuk kesulitan peserta dalam mengimplementasikan media sosial untuk mendapatkan peluang ekonomi. Tahap terakhir evaluasi kegiatan untuk menganalisis hasil pencapaian yang diperoleh. Tabel 1 merupakan daftar materi yang diberikan pada saat penyuluhan.

Tabel 1. Daftar materi penyuluhan dan pelatihan bagi karang taruna di desa panyirapan

No.	Tanggal	Materi Penyuluhan	Media
1.	6 Juni 2021	Perkenalan Media Sosial	Tatap Muka dan
2.		Dampak Media Sosial	<i>Whatsapp Group</i>
3.		Media Sosial dan Peluang Ekonomi	

HASIL dan PEMBAHASAN

Kegiatan pertama yang dilakukan yakni koordinasi dengan Karang Taruna di Desa Panyirapan terkait rencana kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian. Sesuai dengan permasalahan yang ada, yaitu masih belum optimalnya penggunaan media sosial di Karang Taruna terutama terkait dengan pemanfaatan media sosial dari sisi ekonomi. Di samping itu wadah komunikasi pada Karang Taruna selama ini masih menggunakan grup *Whatsapp*. Belum memanfaatkan media sosial lainnya seperti *Instagram* dan *Facebook* sebagai sarana komunikasi maupun promosi kegiatan Karang Taruna.

Koordinasi juga menekankan pada bentuk penyuluhan menyangkut pemahaman anggota Karang Taruna terkait metode pengembangan usaha melalui media sosial. Hal ini akan bermanfaat karena pengenalan manfaat media sosial bisa digunakan untuk pengembangan lebih lanjut mengenai potensi yang ada di Desa Panyirapan.

Di samping materi penyuluhan, tim pengabdian juga berkoordinasi mengenai pembentukan grup *Whatsapp* yang melibatkan anggota Karang Taruna dan tim pengabdian. Melalui grup ini maka koordinasi pelaksanaan kegiatan dapat berjalan lebih lancar. Koordinasi dalam grup *Whatsapp* dilakukan secara informal dengan suasana yang lebih cair. Hal ini bertujuan agar peserta yang mengikuti kegiatan penyuluhan menempatkan tim pengabdian sebagai mitra diskusi yang sifatnya setara dan tidak menggurui peserta penyuluhan.

Selain untuk menciptakan suasana yang kondusif, diskusi yang cair dan informal ini juga bertujuan untuk mengobservasi secara langsung sikap dan tindakan peserta. Secara umum peserta cukup antusias dalam mengantisipasi dan mengikuti jalannya penyuluhan. Di samping itu, grup ini juga digunakan untuk membagikan link *pretest* melalui *google form* yang harus diisi peserta penyuluhan.



Gambar 1. Koordinasi tim pengabdian dengan pengurus Karang Taruna

Sebelum kegiatan penyuluhan dimulai, tim pengabdian membagikan *pretest* yang diisi semua peserta. *Pretest* bertujuan untuk mengukur sejauh mana tingkat pemahaman anggota Karang Taruna terkait media sosial dan pemanfaatannya. *Pretest* berbentuk kuesioner yang diisi secara daring melalui *google form*. Jumlah peserta yang mengisi kuesioner sebanyak 12 orang, dengan komposisi 6 pria dan 6 wanita. Dari hasil *pretest*, seluruh peserta mengaku memiliki gawai berupa ponsel pintar (*smartphone*).

Apakah anda mempunyai handphone (gawai)

12 responses

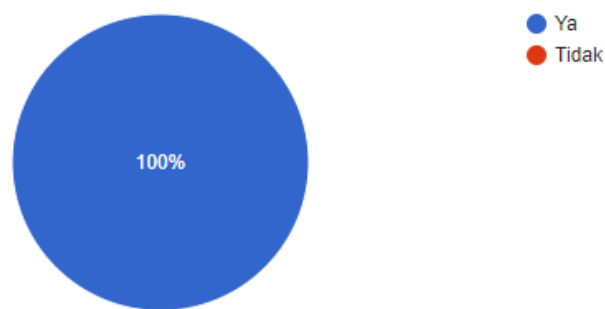


Diagram 1. Tingkat kepemilikan gawai di kalangan anggota Karang Taruna

Sumber Data: data yang diolah, 2021

Dari seluruh peserta, 100% menjawab bahwa gawai pintar yang mereka gunakan didukung perangkat lunak (*software*) berbasis *Android* atau *iOS*. Gawai pintar tersebut juga digunakan seluruh peserta untuk mengakses media sosial. Pernyataan ini dibuktikan

dengan hasil *pretest* yang menunjukkan data bahwa 100% peserta anggota Karang Taruna menggunakan media sosial.

Jika iya, apakah handphone anda berbasis android atau iOS?

12 responses

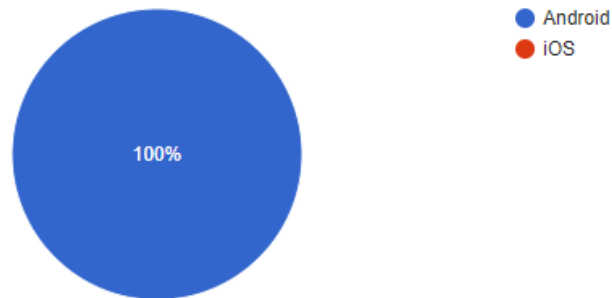


Diagram 2. tingkat kepemilikan gawai pintar berbasis *android* atau *ios*
Sumber Data: data yang diolah, 2021

Hasil lainnya, seluruh peserta juga 100% menjawab bahwa mereka memiliki akun media sosial pribadi yang kerap mereka gunakan sehari-hari bersama dengan gawai pintar.

Apakah Anda memiliki akun media sosial?

12 responses

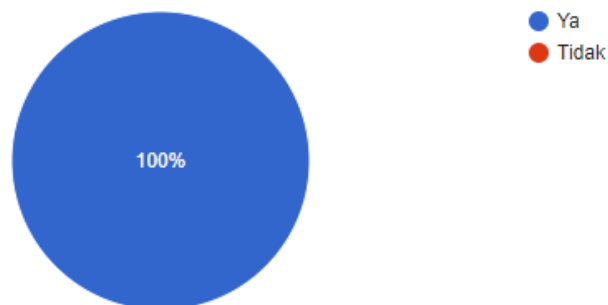


Diagram 3. Tingkat kepemilikan akun media sosial anggota karang taruna
Sumber Data: data yang diolah, 2021

Dari seluruh jenis media sosial yang digunakan peserta, *Facebook* dan *Instagram* merupakan jenis yang paling banyak digunakan. *Facebook* maupun *Instagram* masing-masing digunakan oleh 81,8% peserta anggota Karang Taruna. Selanjutnya *Tiktok* digunakan oleh 18,2 % peserta. Sisanya, 9,1% merupakan pengguna *Twitter*.

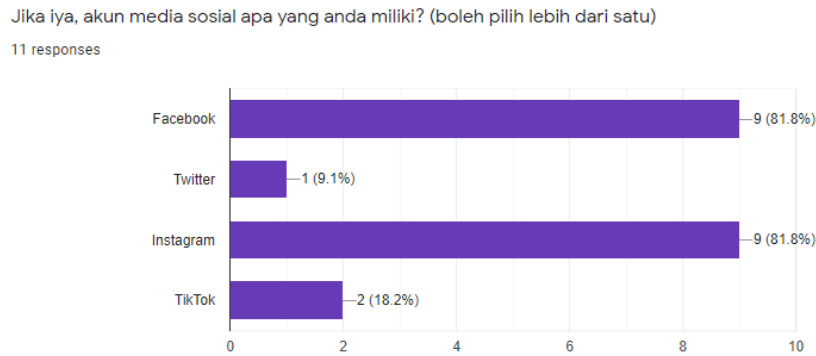


Diagram 4. Jenis media sosial yang digunakan anggota karang taruna
Sumber Data: data yang diolah, 2021

Di antara seluruh jenis media sosial yang dimiliki peserta, frekuensi penggunaan yang paling banyak dalam 3 bulan terakhir yaitu *Instagram* dengan jumlah peserta sebanyak 70%. Media sosial yang paling banyak digunakan peserta selanjutnya yaitu *Facebook* dengan jumlah data 70%.

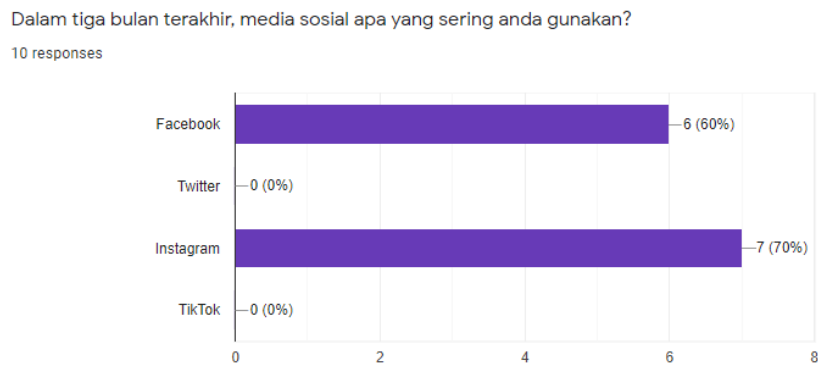


Diagram 5. Jenis media sosial yang paling sering digunakan
Sumber Data: data yang diolah, 2021

Berdasarkan tujuan penggunaannya, sebagian besar peserta yakni 66,7%, memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mendapatkan akses informasi. Tujuan yang paling banyak diharapkan peserta selanjutnya yakni 41,7% menjawab media sosial berguna untuk memperluas pergaulan dan relasi. Sementara itu sebanyak 33,3% menjawab hanya untuk sekadar melihat-lihat atau mengecek (*browsing*) internet. Sebanyak 33,3% lainnya menggunakan media sosial untuk kegiatan bisnis dan 8,3% sisanya memiliki tujuan untuk menjaga adab.

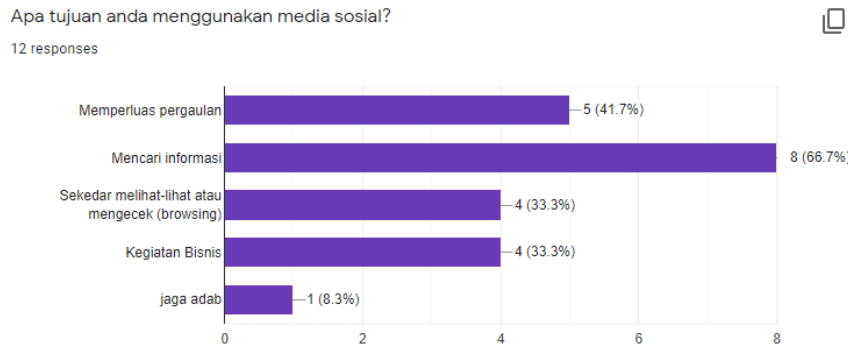


Diagram 6. Tujuan anggota karang taruna menggunakan media sosial
Sumber Data: data yang diolah, 2021

Dari semua peserta, hasil *pretest* menunjukkan sebagian besar sudah menggunakan media sosial untuk kepentingan bisnis, yaitu sebanyak 58,3% peserta. Namun masih banyak juga yang belum yaitu 41,7% peserta. Peserta yang menggunakan media sosial sebagai sarana bisnis, umumnya melakukan kegiatan jual beli secara daring. Ada juga beberapa yang menggunakannya sebagai sarana promosi. Selain itu ada yang memanfaatkan bisnis daring sebagai dukungan untuk kelompok masyarakat tertentu.



Diagram 7. Tingkat penggunaan media sosial untuk bisnis
Sumber Data: data yang diolah, 2021

Dari hasil *pretest*, selanjutnya tim pengabdian materi penyuluhan mengenai pengenalan media sosial yang terbagi dalam tiga bagian, yaitu pengenalan media sosial, dampak media sosial, dan peluang ekonomi dari media sosial. Tabel 2 yang menggambarkan materi penyuluhan serta tujuan dari setiap bagian materi.

Tabel 2. Tujuan dari materi penyuluhan bagi anggota karang taruna di desa panyirapan

Materi Penyuluhan	Tujuan
Perkenalan media sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pengertian mengenai defenisi media sosial. 2. Memberikan penyuluhan mengenai jenis media sosial yang dikategorikan sesuai fungsinya, yaitu: berita sosial, jejaring sosial, <i>media sharing</i>, <i>bookmarking sites</i>, <i>forums</i>, dan <i>microblogging</i>
Dampak media sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan penyuluhan mengenai manfaat media sosial untuk berbagai aktivitas manusia, seperti pendidikan, konektivitas, promosi, bantuan, informasi dan pembaruan, <i>awareness</i> serta meningkatkan reputasi bisnis; 2. Memberikan penyuluhan mengenai media sosial yang memberikan dampak negatif bagi penggunaanya, seperti <i>cyberbullying</i>, peretasan, kecanduan, penipuan, reputasi, <i>cheating and relationship</i>, dan masalah kesehatan
Media sosial dan peluang ekonomi	Memberikan penyuluhan mengenai manfaat lain media sosial yang dapat menjadi peluang bagi aktivitas ekonomi, seperti kegiatan <i>online shop</i> , jasa titip, <i>dropshipper</i> dan <i>reseller</i> , <i>content writer</i> , jasa terjemahan serta administrator sosial media.

Kegiatan penyuluhan mengenai media sosial ini diawali dengan memberikan pemahaman kepada peserta penyuluhan mengenai defenisi media sosial. Dalam memberikan pemahaman ini, tim pengabdian menekankan pada pengertian bahwa media sosial merupakan serangkaian *platform* yang berbasiskan pada *internet*. Media sosial dalam hal ini dilihat melalui konten yang *diposting* di *platform*. Tentu saja isinya sangat bervariasi dan media sosial saat ini menjadi tempat untuk bersosialisasi, bukan hanya sebagai sarana komunikasi. Sebelum media sosial ada sosialisasi dilakukan baik melalui media percakapan pribadi ataupun media penyiaran publik (Miller, et al., 2016).

Jenis-jenis media sosial menjadi penjelasan selanjutnya setelah memberikan pemahaman mengenai pengertian media sosial. Di sini tim pengabdian memberikan contoh-contoh media sosial dari jenis berita sosial, jejaring sosial, *media sharing*, *bookmarking sites*, forum, dan *micro-blogging*.

Melalui penjelasan tentang jenis-jenis media sosial ini, para peserta mendapatkan pemahaman karakteristik dari jenis-jenis media sosial tersebut. Di samping karakteristik, para peserta juga diberikan beberapa contoh aplikasi dari jenis-jenis tersebut. Penjelasan ini menjadi menarik dikarenakan para peserta sebelumnya hanya mengetahui bentuk-bentuk aplikasinya tanpa mengetahui aplikasi tersebut masuk dalam jenis karakteristik media sosial seperti apa.

Beberapa media sosial populer yang sering digunakan meliputi: 1) *blog* yang merupakan platform untuk dialog dan diskusi santai tentang topik atau opini tertentu; 2) *facebook* yang merupakan jejaring sosial terbesar di dunia. Melalui *platform* ini, pengguna membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pembaruan status; 3) *twitter* yang merupakan *platform* jejaring sosial/*micro-blogging* yang memungkinkan kelompok dan individu untuk tetap terhubung melalui pertukaran pesan status singkat.

Selanjutnya 4) *youtube/vimeo* berupa *hosting* video dan situs web menonton; 5) *flickr* merupakan situs web *hosting* gambar dan video dan komunitas *online*; 6) *instagram* merupakan aplikasi untuk berbagi foto dan video gratis yang memungkinkan pengguna menerapkan filter digital, bingkai, dan efek khusus pada foto mereka yang kemudian membagikannya di berbagai situs jejaring sosial; dan 7) *linkedin* merupakan tempat di mana sekelompok profesional dengan bidang minat yang sama dapat berbagi informasi dan berpartisipasi dalam percakapan (Tufts University Relations, n.d.).

Setelah diberikan penjelasan mengenai karakteristik dari jenis-jenis media sosial serta beberapa contohnya, selanjutnya tim pengabdian memberikan penjelasan mengenai manfaat dari media sosial. Penjelasan mengenai manfaat dari media sosial ini dimulai dari manfaat dari aspek pendidikan, konektivitas, promosi, bantuan, informasi, dan pembaruan, *awareness* serta peningkatan reputasi bisnis. Pemahaman mengenai manfaat

atau dampak positif dari keberadaan media sosial, para peserta dilibatkan dalam diskusi kecil dalam penyuluhan terkait manfaat.

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Bahkan kegiatan bisnis menggunakannya untuk mempromosikan merek produk yang dijual, memasarkan, dan terhubung dengan pelanggan mereka. Sementara bagi masyarakat yang tidak menjalankan kegiatan bisnis, mereka menggunakannya untuk mendapatkan berita, terhubung dengan yang lain, dan mendapatkan saran.

Dalam diskusi yang dilakukan dengan para peserta mengetahui manfaat dari media sosial. Hal ini seperti yang digambarkan dari hasil *pretest* bahwa anggota Karang Taruna memiliki akun media sosial. Sebagian besar dari hasil diskusi yang dilakukan, para peserta menggunakan media sosial untuk mencari informasi maupun memperluas pergaulan. Mencari informasi menjadi tujuan utama dari penggunaan media sosial dikarenakan para peserta menjelaskan bahwa keingintahuan terhadap isu terbaru menjadi motivasi para peserta untuk selalu membuka media sosial di gawai yang mereka miliki.

Sementara sama dengan hasil *pretest* yang telah dilakukan, dari hasil diskusi peserta yang menggunakan media sosial untuk kegiatan bisnis masih sedikit. Di samping penjelasan tentang manfaat, tim pengabdian juga memberikan penjelasan terkait dampak negatif dari media sosial. Dalam materi ini, tim pengabdian menjelaskan beberapa contoh dampak negatif dari media sosial. Beberapa bentuk dampak negatif yang ditimbulkan akibat dari media sosial seperti *cyberbullying*, peretasan, dan kecanduan.

Terkait dengan dampak positif dan negatifnya, media sosial berperan dalam membantu pelajar dan mahasiswa dalam mencari informasi, berita, dalam mempermudah kegiatan pendidikan, menambah wawasan, dan bahkan untuk melakukan kontak jarak jauh. Melalui media sosial setiap orang dapat berkomunikasi dan berbagi informasi tentang berita apa pun tanpa memikirkan hambatan seperti biaya, jarak, dan waktu.

Dampak negatif dari media sosial juga menyebabkan adanya kecanduan, sehingga pengguna lupa untuk melakukan hal-hal lain. Dampak lebih lanjut bahwa kecanduan media sosial mempengaruhi interaksi sosial penggunanya (Yohanna, 2020).

Lebih jauh tim pengabdian juga menekankan pentingnya literasi digital bagi peserta penyuluhan untuk menangkal beberapa dampak negatif yang dapat timbul dari penggunaan media sosial. Tim pengabdian menekankan bahwa media sosial hanyalah ruang maya dan bukan representasi dari dunia nyata sehingga para peserta penyuluhan harus meningkatkan kewaspadaan terutama terhadap akun-akun tidak dikenal yang mencoba berinteraksi dengan akun media sosial yang peserta miliki.

Pada sesi terakhir, tim pengabdian memberikan paparan terkait dengan pemanfaatan media sosial untuk peluang ekonomi. Beberapa kegiatan ekonomi yang menjadi fokus pembahasan dalam penyuluhan ini antara lain bisnis jual beli daring, bisnis jasa titip, menjadi *drop shipper*, menjadi penerjemah, menulis konten, dan menjadi admin media sosial.

Tim pengabdian menekankan pentingnya membangun kepercayaan antara produsen dan konsumen dalam semua bidang yang digeluti. Kepercayaan dapat dibangun dengan kejujuran dalam memasarkan suatu produk sehingga pembeli dan pelanggan akan memberikan ulasan yang baik pada bisnis yang sedang dibangun.

Selain itu, tim pengabdian juga menekankan dua hal penting bagi para peserta penyuluhan dalam membangun bisnis melalui media sosial. Pertama, peserta penyuluhan harus selalu melakukan verifikasi terkait data dan konten yang mereka miliki. Tim pengabdian mengakui bahwa produksi berita yang kuat elemen misinformasi dan lemah tingkat akurasinya sangat mudah mendapatkan audiens.

Namun di tengah semakin menjamurnya kesimpangsiuran yang muncul karena produksi misinformasi dan berita yang tidak akurat, tim pengabdian menekankan bahwa

integritas para pembuat konten menjadi semakin mudah dipertanyakan oleh penonton karena penonton juga semakin pintar dalam memilih konten yang dikonsumsi.

Kedua, tim pengabdian berpesan bahwa konten yang diproduksi harus tidak mengandung muatan diskriminatif terhadap satu golongan tertentu. Selain menyakiti golongan tertentu, konten-konten yang diproduksi seharusnya menekankan aspek positif yang mempererat persahabatan dengan kelompok lain.

Kegiatan monitoring dan evaluasi dari kegiatan dilakukan dengan cara observasi terhadap peserta kegiatan selama diskusi berlangsung. Sebelum kegiatan penyuluhan dilakukan, tidak semua peserta kegiatan memahami peluang ekonomi yang bisa dimanfaatkan dari penggunaan media sosial. Setelah kegiatan penyuluhan, para peserta kegiatan mulai menunjukkan minat untuk memanfaatkan media sosial dalam berbisnis. Beberapa bidang yang menjadi minat dari para peserta kegiatan di antaranya bisnis jual beli memanfaatkan platform daring, menjadi *drop shipper* atau *reseller*, dan menjadi pembuat konten profesional.

Kebanyakan dari peserta masih memiliki pemahaman bahwa kegiatan pemasaran hanya bisa dilakukan secara organik. Tidak memanfaatkan alat-alat pemasaran digital seperti *Search Engine Optimization* (SEO) atau menggunakan jasa pendongeng. Pemahaman ini bisa muncul karena para peserta memang belum sepenuhnya memahami rangkaian kegiatan pemasaran digital atau peserta juga terkendala permasalahan biaya yang harus dikeluarkan untuk memanfaatkan alat-alat pemasaran digital.

Dalam menyikapi hal ini, pemateri memberikan pemahaman bahwa kegiatan pemasaran digital merupakan rangkaian strategi yang bersinambungan antara satu tindakan dengan tindakan yang lain. Dalam hal ini para peserta harus membangun strategi yang komprehensif dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukannya. Lebih jauh, pemateri juga memberikan beberapa petunjuk yang dapat digunakan oleh para peserta penyuluhan

untuk membangun audiens awal, misalnya dengan pemanfaatan tagar, berkolaborasi dengan pembuat konten dengan jumlah penonton yang mirip, atau membangun jadwal yang teratur dalam pembuatan konten.

Observasi menunjukkan bahwa pemahaman para peserta kegiatan terkait mekanisme penggunaan media sosial masih berada pada tahap dasar. Para peserta kegiatan dapat mengoperasikan media sosial secara umum, namun belum memahami strategi penggunaan yang lebih mutakhir. Selama observasi, peserta terlihat belum mampu memahami mekanisme hubungan antara pengguna dan platform yang digunakan. Sebagai contoh, peserta masih belum memahami mekanisme untuk terverifikasi oleh *platform YouTube*. Ke depannya kegiatan dapat melakukan kegiatan pelatihan yang bersifat praktikal agar para peserta kegiatan mendapatkan pendekatan langsung terkait strategi atau langkah pemanfaatan media sosial.

Salah satu kendala terkait kegiatan penyuluhan ini yakni luasnya konsep media sosial itu sendiri. Media sosial merupakan konsep yang sangat luas di mana di dalam konsep tersebut terdapat berbagai aplikasi dengan sistem pengoperasian yang berbeda. Sebagai contoh, strategi pengoperasian media sosial dengan basis *media sharing*, seperti *YouTube*, tentu akan berbeda apabila dibandingkan dengan strategi pengoperasian *platform micro-blogging* seperti *Twitter*.

Hal-hal tersebut di atas akan menjadi tantangan tersendiri mengingat penyuluhan dilakukan untuk mengenalkan media sosial secara umum. Apabila kegiatan serupa akan dilakukan kembali dikemudian hari, daripada melaksanakan kegiatan penyuluhan untuk seluruh media sosial, kegiatan akan menjadi lebih fokus apabila pendampingan hanya menasar satu jenis *platform* media sosial.

SIMPULAN

Kegiatan penyuluhan yang dilakukan tim pengabdian masyarakat bertujuan untuk memperkenalkan media sosial ke masyarakat Desa Panyirapan. Dengan semakin mudahnya masyarakat mendapatkan akses internet dan gawai pintar, maka penggunaan media sosial juga akan semakin meningkat. Selain itu, target demografi utama dari penyuluhan ini yaitu para pemuda yang notabene merupakan *digital native* yang sudah mahir mengoperasikan media sosial karena paparan media sosial yang diperoleh sejak usia muda. Tim penyuluh berpendapat bahwa di tengah kemudahan operasionalisasi gawai pintar dan media sosial saat ini, para pengguna media sosial di Indonesia belum sepenuhnya memahami dampak dan peluang yang bisa muncul dari penggunaan media sosial.

Setelah melakukan koordinasi dengan target penyuluhan, tim pengabdian melakukan penyuluhan dengan menekankan tiga hal utama. Pertama, tim pengabdian berfokus pada manfaat media sosial secara umum. Selanjutnya, tim pengabdian menjabarkan dampak negatif yang mungkin bisa terjadi dalam penggunaan media sosial. Terakhir, tim pengabdian menjelaskan peluang ekonomi yang dapat dimanfaatkan dengan perantara *platform* media sosial.

Peluang ekonomi dalam pemanfaatan media sosial ini menjadi poin penting dalam penyuluhan. Sebab saat ini kegiatan ekonomi konvensional, tidak hanya di tempat penyuluhan namun juga di seluruh dunia sedang lesu karena dampak Pandemi COVID-19. Dari pengamatan awal, dapat ditarik kesimpulan bahwa masih sedikit peserta penyuluhan yang memanfaatkan media sosial untuk kegiatan ekonomi. Kegiatan penyuluhan ini diharapkan dapat memantik ide dan urgensi dari para peserta penyuluhan tentang pemanfaatan peluang ekonomi menggunakan media sosial.

Kegiatan penyuluhan berjalan lancar. Selama kegiatan berlangsung, terjadi diskusi antara pemateri dan peserta penyuluhan. Mayoritas peserta penyuluhan sebenarnya tertarik dengan peluang bisnis yang bisa didapatkan dari penggunaan media sosial, namun mereka belum mengetahui teknik atau strategi pemasaran yang harus dilakukan. Para peserta kegiatan juga tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang strategi pemanfaatan media sosial dalam menciptakan peluang ekonomi lebih lanjut.

Tim pengabdian berpendapat bahwa pemahaman masyarakat terkait penggunaan dan pemanfaatan media sosial masih ada dalam tahap dasar. Masyarakat, terutama yang berada di daerah pedesaan masih belum sepenuhnya memahami manfaat dan dampak negatif yang bisa timbul dari penggunaan media sosial. Tim pengabdian menyarankan agar ke depannya penyuluhan atau pelatihan dapat memperkenalkan teknik-teknik atau strategi-strategi dasar dalam pemanfaatan media sosial dalam bidang ekonomi. Teknik atau strategi dasar tersebut dapat berupa pengenalan kata kunci yang ramah terhadap mesin pencari atau pembuatan kalender konten. Hal-hal yang sifatnya dasar tersebut dapat memudahkan masyarakat untuk membangun landasan yang kokoh dalam pemanfaatan media sosial dalam bidang ekonomi ke depannya.

Selain itu, tim pengabdian juga berpendapat bahwa kegiatan serupa dapat dilakukan kembali dengan topik yang lebih spesifik. Misalnya, dengan melakukan penyuluhan terkait pemanfaatan aplikasi *microblogging* atau media *sharing* untuk pemanfaatan ekonomi. Hal ini menjadi penting mengingat sosial media merupakan sebuah konsep yang mencakup banyak hal dengan sistem pengoperasian yang berbeda-beda.

PENGHARGAAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM UPN Veteran Jakarta yang telah memfasilitasi pendanaan internal. Selain itu kepada Perangkat dan Karang Taruna Desa

Panyirapan, Kecamatan Baros, Serang atas dukungan dan bantuannya dalam pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Evans, D., Bratton, S., & McKee, J. (2010). *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. Canada: Wiley Publishing, Inc.
- Funk, T. (2012). *Advanced social media marketing: How to lead, launch, and manage a successful social media program*. New York: Apress.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., . . . Wang, X. (2016). *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press.
- Muniroh, L., Hurriyaturrohman, & Marlina, A. (2017). Manfaat Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Tas Pada Pengrajin Tas Di Ciampea. *Jurnal Ilmiah Inovator Vol 6, No 2* , 58-70.
- Nurriszka, A. F. (2016). Peran Media Sosial di Era Globalisasi Pada Remaja di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja dalam Perspektif Perubahan Sosial . *Jurnal Analisa Sosiologi 5 (1)*, 28-37.
- Permatasari, M. P., & Endriastuti, A. (2020). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Bagi UMKM Di Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Service)*, vol 4 no 1 , 91-99.
- Putri, W. S., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.3 No.1*, 47-51.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. *Cakrawala Vol. 16 No.2*, 1-7.
- Tufts University Relations. (n.d.). *Social Media Overview*. Retrieved from communications.tufts.edu: <https://communications.tufts.edu/marketing-and-branding/social-media-overview/>
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., Sukoco, J. B., Windriya, A., & Iskandar, D. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Volume 4, No. 1* , 1-5.

- Yohanna, A. (2020). The influence of social media on social interactions among students. *Indonesian Journal of Social Sciences Volume 12 No. 02*, 34-48.
- Zaru, A. J. (2016). Effect of Social Media on Society. *International Journal of New Technology and Research (IJNTR) Volume-2, Issue-11*, 39-44.