

SOSIALISASI PENGGUNAAN APLIKASI FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI USAHA KRIPIK UBI DI DESA BELOBATANG

Aprilia Kuth^{1*}, Marianus Diaz Yanto², Urbanus Ola Hurek³

Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, Kota Kupang, Indonesia

*e-mail korespondensi: alya.apriliaakuth@gmail.com

Abstract :

Facebook is a social networking website where users can join communities based on country, hobby, city, work, school and region to communicate. Promotion is an effective form of persuasion to attract consumer attention. Branding and promotion in the modern era are certainly digital using social media as a means for marketing activities. However, in reality, the UMKM activities that are carried out are no longer running because promotional activities are not carried out routinely and products that only reach the local market. Students of Widya Mandira Catholic University Kupang used the results of the study to see how Facebook can be reached to remote areas in marketing activities. This action was carried out by socializing for UMKM actors and PKK mothers in Belobatang village in Lembata Regency, by conveying knowledge and information about initiatives to improve the economy or selling power that can compete with the outside market using social media. The use of Facebook social media as a marketing medium for UMKM cassava chips is the goal of this socialization

Keywords: Socialization; Facebook; Promotion; UMKM; Cassava Chips

Abstrak :

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas berdasarkan negara, hobby, kota, kerja, sekolah dan daerah untuk melakukan komunikasi. Promosi merupakan bentuk persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Branding dan promosi di era modern tentulah serba digital dengan menggunakan media sosial sebagai saran untuk kegiatan pemasaran. Namun dalam kenyataannya, kegiatan UMKM yang dijalankan ternyata tidak lagi berjalan dikarenakan kegiatan promosi yang tidak dijalankan rutin dan produk yang hanya mencapai pasar lokal saja. Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandira Kupang menggunakan hasil studi untuk melihat bagaimana facebook dapat dijangkau hingga ke pelosok dalam kegiatan pemasaran. Tindakan ini dilakukan dengan sosialisasi bagi para pelaku UMKM dan Ibu-ibu PKK desa Belobatang di Kabupaten Lembata, dengan menyampaikan pengetahuan dan informasi tentang inisiatif untuk meningkatkan perekonomian atau daya jual yang mampu bersaing dengan pasar luar menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial facebook sebagai wadah pemasaran produk UMKM keripik ubi menjadi tujuan dari sosialisasi ini.

Kata Kunci: Sosialisasi; Facebook; Promosi; UMKM; Keripik Ubi

Accepted: 2025-07-10

Published: 2025-08-13

PENDAHULUAN

Dalam Perkembangan zaman yang modern saat ini sangat mendorong perubahan zaman baik secara langsung maupun tidak langsung. Di dunia yang semakin modern ini, implementasi teknologi dalam hal meningkatkan bisnis, penjualan dan pembelian produk adalah dengan menggunakan media sosial. Hal ini tentunya digunakan sebagai kesempatan bagi para pebisnis untuk meningkatkan penjualan melalui ragam media sosial yang bermunculan seperti facebook, Instagram, twitter, whatsapp, line dan aplikasi lainnya.

Media sosial menciptakan perubahan pada dunia penjualan dan pemasaran khususnya pada promosi dan periklanan yang mengakibatkan terciptanya tren bisnis online. Facebook menjadi media sosial yang memberikan wadah bagi para penjual online dalam menjual dan memasarkan produknya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram bagi penjual online dan strategi pemasaran seperti apa yang akan berdampak kepada tingkat penjualan produk. (R, 2021)

Ditengah ragam dan banyaknya media sosial yang ada, facebook hingga saat ini masih terus eksis sebagai media atau wadah interaksi dan komunikasi. Pengguna aplikasi facebook hingga saat ini masih banyak, baik dikalangan orang muda mauppun dewasa. Facebook saat ini menjadi media sosial yang diperuntukkan untuk sarana untuk menghasillkan uang. Sebagai salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh Masyarakat Indonesia, maka tidak mengherankan apabila media facebook dapat menjadi peluang bisnis sekaligus alat pemasaran produk

Faceboook adalah website jaringan sosial Dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas berdasarkan negara, hobby, kota, kerja, sekolah dan daerah untuk melakukan komunikasi. Istilah-istilah dalam facebook yakni profile, wall, news feed, photos, video, group, network, komentar, likes, share dan lain-lain. (Yudhanto, 2018). Facebook merupakan salah satu platform yang sukses menarik perhatian Masyarakat untuk menggunakan platform tersebut. Hal ini dikarenakan facebook sangat mudah untuk dioperasikan dan sangat urah untuk berlangganan fitur-fitur tertentu yang menunjang tingkat penjualan produk yang dipasarkan. Facebook juga merupakan platform dengan jangkauan yang luas sampai keseluruhan dunia (M, 2023).

Fitur-fitur yang ada di aplikasi facebook saat ini lebih modern. Melalui konten dan fitur yang dimiliki oleh facebook kita dapat melakukan berbagai kegiatan usaha bisnis secara online seperti mempublikasikan, menginformasikan, hingga mempromosikan prproduk kepada konsumen, dengan cara mengunggah foto-foto produk yang dijual, dengan memuat caption yang bersifat persuasive agar konsumen yang melihat dapat tertarik untuk membeli produk. (Syahrullah, 2021)

Kegiatan jual beli yang dilakukan di media sosial facebook, biasa di sebut dengan online shop ini menjadikan adanya komunikasi bisnis untuk memsarkan produk yang ditawarkan pada Masyarakat. Perkembangan jual beli online ini bergerak sangat pesat secara global, hingga sampai pada pelosok Indonesia. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat yang menggunakan internet dan di aplikasi facebook tersebut dianggap memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan interaksi khususnya kegiatal jual beli atau pemasaran

Penggunaan facebook di pelosok desa Indonesia sudah menjadi hal umum, apalagi dikalangan para ibu-ibu. Bagi mereka, dengan menggunakan aplikasi facebook interaksi dengan mereka yang berada di tempat jauh lebih mudah dan tidak terlalu membuang biaya. Hal ini pun dijadikan sebagai tujuan penjualan adalah dengan melakukan kegiatan jual beli menggunakan aplikasi facebook. Aplikasi facebook yang hadir dengan fitur-fitur baru yang memudahkan para ibu-ibu untuk menggunakan media tersebut.

Salah satu kegiatan promosi yang dilakukan di aplikasi facebook adalah promosi UMKM Keripik ubi yang dilakukan oleh pelaku UMKM dan Ibu-ibu di desa Belobotang, Lembata. Namun seiring berjalannya waktu, produk yang ditawarkan dipasar tidak mendapatkan keuntungan sesuai yang diharapkan. Dengan begini pelaku UMKM dan ibu-ibu di desa belobotang menggunakan media sosial sebagai wadah promosi produk yang dihasilkan. Sebelum masuk pada tahap promosi, tentunya melewati tahap produksi sampai pada branding atau penamaan dri produkk yang dihasilkan.

METODE

Pengelolaan media sosial facebook dalam kegiatan branding dan promosi UMKM adalah dengan metode sosialisasi dan pelatihan dan terjadwal kegiatan sosialisasi pelatihan yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang penggunaan Facebook sebagai wadah untuk promosi UMKM dan pangan lokal.

Kegiatan ini dilaksanakan di Halaman rumah kepala desa belobotang, dengan sasaran khalayak yang dituju adalah pelaku UMKM dan ibu-ibu kelompok PKK. Dalam kegiatan sosialisasi ini mahasiswa unwira Kupang memberikan materi mengenai kegiatan pemasaran yang dilakukan di

secara online menggunakan media sosial facebook sebagai sarana atau wadah pemasaran taua marketing online.

Respon dari masyarakat yang menghadiri kegiatan sosialisasi ini khususnya pelaku UMKM dan Ibu-Ibu Kelompok PKK ini menjadi tolak ukur keberhasilan pelaksanaan kegiatan. Antusias cukup besar dapat dilihat dari audience yang mengajukan pertanyaan dan begitu memperhatikan keseluruhan kegiatan dari awal hingga akhir. Pertanyaan yang diajukan atau interaktif berupa Tanya jawab yang meningkatkan pengetahuan pada masyarakat mengenai oentingnya branding dan promosi bagi UMKM desa sebagai penanda bahwa kegiatan ini dapat mencapai tujuan pelaksanaannya dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi Penggunaan Media adalah suatu usaha untuk memberikan informasi tentang suatu kabar berita menggunakan media sosial. Sosialisasi ini juga dapat disebut sebagai Promosi. Tujuan dari sosialisasi dalam Masyarakat adalah untuk dapat mengetahui nilai-nilai dan norma yang berlaku dalam Masyarakat sebagai ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan serta untuk membentuk pola dan perilaku dan kepriadian individu dalam Masyarakat. Hal lain dari sosialisasi adalah untuk menambah kemaapuan berkomunikasi secara efektif dan efisien.

Media sosial adalah wadah bagi siapa saja yang ingin memberikan atau mencari informasi. Media sosial hadir untuk menjawab berbagai macam pertanyaan masyarakat mengenai isu atau sesuatu yang masih menjadi tanda tanya. Kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat, mengalihkan perhatian Masyarakat yang tadinya senang membaca, mendengar atau menonton dari media konvensional, saat ini banyak orang yang beralih pada penggunaan media sosial. Hal ini tentu tidak berjalan dengan mudah, para generasi 90an tentu ini menjadi sebuah tantangan, dikarenakan tranformasi teknologi yang berlembang lebih modern membuat para orangtua mengalami kesulitan. Hal ini juga di alami oleh para pelaku UMKM dan ibu-ibu PKK yang menjalankan kegiatan jual beli demi kebutuhan perekonomian keluarga.

Namun disatu sisi, dilevel Masyarakat Belobatang upaya untuk meningkatkan ekonomi hanya sampai pada berjualan dipasar lokal yang dapat menghabiskan waktu berjam-jam. Hal ini juga di karenakan akses internet yang cukup lambat, sehingga masyarakat harus membeli voucher untuk dapat mengakses informasi atau masuk pada laman situs tertentu. Para ibu-ibu juga belum dibekali ilmu untuk melakukan branding dan promosi, sehingga menjadi sebuah kendala internal dalam kegiatan jual beli.

Mahasiswa Unwira Kupang desa Belobatang 2025 berupaya untuk mengurangi ketidakpahaman atua masalah ini khususnya desa Belobatang dengan melaksanakan program kerja "Sosialisasi Branding Dan Promosi Dengan Menjadikan Media Massa Dan Media Lokal Sebagai Wadah Penyampaian Informasi". Sosialisasi ini dilakukan di desa Belobatang kecamatan Nubatukan, Kabupaten lembata, tepatnya di halaman rumah Kepala Desa Belobatang pada tanggal 16 Mei 2025. Sasaran umum adalah seluruh masyarakat desa belobatang dan pelaku UMKM. Sedangkan secara khusus sosialisasi ini berfokus pada ibu-ibu kelompok PKK yang menjadi pelaku UMKM desa.

Dalam suatu masyarakat tentunya teknologi dan media ikut berperan andil dalam pertumbuhan dan perkembangan desa. Namun hal ini juga menjadi tantangan bagi desa yang mana perkembangan teknologi semakin maju dan ketersediaan Sumber daya manusia yang mengelola media dan teknologi pun terbatas, sehingga dalam proses pemberian informasi mengenai desa pun terhambat. Pelaksanaan UMKM yang awalnya diperkirakan dapat berjalan dengan baikpun hingga sekarang terhenti karena beberapa faktor yakni, Promosi yang kurang bagus, penggunaan media sosial yang kurang memadai dan faktor keterlambatan akses informasi.

Keterbatasan akses informasi menyebabkan kurangnya keinginan masyarakat untuk mempromosikan UMKM lebih jauh. Hal ini terungkap dalam diskusi bersama dengan para ibu-ibu

kelompok PKK. Mereka mengatakan bahwa sejauh ini mereka masih merasa lebih efektif untuk menggunakan metode berjualan manual yakni dengan kepasar local, karena UMKM yang dijalankan awalnya tidak berlangsung lama dan terhenti karena faktor-faktor yang disebutkan diatas.

a. Promosi UMKM

Dalam kegiatan sosialisasi mempromosikan produk pangan local (keripik ubi), Pelaku UMKM dan Kelompok PKK mengatakan modal untuk pengerjaan produk tersebut cukup besar, karena ketersediaan pangan local didesapun tidak mencukupi sehingga harus membeli ubi atau bahan dasar di pasar local. Selain itu, sumber daya manusia yang kurang untuk mengelola UMKM tersebut, dikarenakan dalam proses produksi di kerjakan oleh ibu—ibu kelompok PKK yang memiliki kerja di kantor desa, sekolah ataupun Posyandu. Hal ini dinilai cukup sulit bagi para ibu-ibu untuk memproduksi produk yang ingin di jual



Gambar 1. Singkong yang akan di olah menjadi Keripik Ubi

Respon dari masyarakat yang menghadiri kegiatan sosialisasi ini khususnya pelaku UMKM dan Kelompok PKK ini menjadi tolak ukur keberhasilan pelaksanaan kegiatan. Antusias cukup besar dapat dilihat dari audience yang mengajukan pertanyaan dan begitu memperhatikan keseluruhan kegiatan dari awal hingga akhir. Pertanyaan yang diajukan atau interaktif berupa Tanya jawab yang meningkatkan pengetahuan pada masyarakat mengenai oentingnya branding dan promosi bagi UMKM desa sebagai penanda bahwa kegiatan ini dapat mencapai tujuan pelaksanaannya dnegan baik.



Gambar 1. Respon Audiens

Tujuan utama dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini untuk meningkatkan ketrampilan mahasiswa Universitas Katolik widya mandira kupang dalam mengajarkan atau memberikan pemahaman mengenai pentingnya branding dan promosi untuk dikelola dengan baik untuk mencegah atau kemacetan dalam produksi UMKM desa khususnya di Belobatang. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini dilakukan satu kali

Proses sosialisasi dapat dilihat pada gambar diatas yang mana dilaksanakan di Halaman rumah Bapak kepala Desa Belobatang, Paschalis Demon Udak S.E. Tahapan Kegiatan ini dilaksanakan pukul 16.00 dan berlangsung hingga pukul 17.30 WITA. Kegiata ini diawali dengan sambutan oleh Kepala Desa Belobatang dan kemudian di pandu oleh Mahasiswa MBKM Unwira Kupang selaku Moderator untuk mengarahkan berjalannya kegiatan sosialisasi

KESIMPULAN

Program sosialisasi mengenai penggunaan aplikasi facebook sebagai wadah untuk promosi dilakukan oleh mahasiswa Unwira Kupang di Desa Belobatang, Lembata. Hal ini merupakan usaha dari mahasiswa untuk menambah wawasan masyarakat khusus untuk pelaku UMK dalam melakukan promosi dari produk yang dihasilkan. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan para pelaku UMKM ataupun masyarakat dapat menjangkau pasar lebih luas sehingga produk yang dihasilkan pun dapat bersaing di pasar. Pemahaman akan penggunaan aplikasi facebook sebagai sarana promosi UMKM serta pengenalan mengenai media diharapkan dapat membawa perkembangan bagi UMKM yang sempat terhenti karena kurang managerial Media promosi dan kurangnya Sumber daya Manusia dalam pengelolaannya. Disarankan kepada masyarakat untuk dalam pengelolaan media dapat digunakan untuk media promosi UMKM yang lebih efektif. Saran untuk desa adalah adanya pelatihan atau pembagian tugas khusus bagi anak muda untuk dapat mengelola media sebagai bentuk promosi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- M, E. M. (2023). Media Sosial Instagram dan Facebook Terhadap promosi Pemasaran. *Journal of Management and Bussines*, 5, 1-10. Retrieved Juli 2025
- R, A. L. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai*, 8920-8928.
- Syahrullah, Y. M. (2021). Penggunaan Facebook dalam Promosi Produk Barang Jadi. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 12(2), 27-38.
- Yudhanto. (2018).