

Edukasi dan Pengembangan Pemasaran Digital Produk Rumah Maggot RW 05, Kelurahan Pasir Endah, Kecamatan Ujungberung

Asri Widyasanti¹, Taufik Hidayatullah, Muhammad Ghausan, Nadine Nuruzzahra, Chandrika Kumara Tungga, Asiella Dhiya Lathifa

Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

*e-mail korespondensi: asri.widyasanti@unpad.ac.id

Abstract

Bandung Raya faces a worsening waste management crisis due to limited landfill capacity. Rumah Maggot RW 05 in Pasir Endah Village serves as an organic waste processing initiative using Black Soldier Fly (BSF) maggots, which not only help reduce waste but also produce economically valuable products. However, public awareness regarding waste segregation and maggot product marketing remains limited. This program was aimed to educate the community on organic waste management and digital marketing through Instagram. The methods used include educational sessions, hands-on maggot cultivation training, and the creation of digital marketing content based on the Business Model Canvas (BMC). The results showed that there was an increase in community awareness of organic waste management and enhanced engagement and reach in marketing maggot products through social media. The sustainability of this program is expected to support Rumah Maggot RW 05's growth as a center for education and environmental-based economic empowerment.

Keywords: waste management; BSF maggot; digital marketing; social media; environmental education

Abstrak

Bandung Raya menghadapi krisis pengelolaan sampah yang semakin memburuk akibat keterbatasan tempat pembuangan akhir. Rumah Maggot RW 05 di Kelurahan Pasir Endah menjadi salah satu inisiatif pengolahan sampah organik berbasis maggot Black Soldier Fly (BSF), yang tidak hanya membantu mengurangi limbah tetapi juga menghasilkan produk bernilai ekonomi. Namun, kesadaran masyarakat terhadap pemilahan sampah serta pemasaran produk maggot masih terbatas. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai pengelolaan sampah organik dan pemasaran digital melalui media sosial Instagram. Metode yang digunakan mencakup penyuluhan, pendampingan praktik budidaya maggot, serta pembuatan konten pemasaran digital berbasis Business Model Canvas (BMC). Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan limbah organik serta peningkatan engagement dan jangkauan pemasaran produk maggot melalui media sosial. Keberlanjutan program ini diharapkan dapat mendukung pertumbuhan Rumah Maggot RW 05 sebagai pusat edukasi dan pemberdayaan ekonomi berbasis lingkungan.

Kata Kunci: pengelolaan sampah; maggot BSF; pemasaran digital; media sosial; edukasi lingkungan

Accepted: 2025-05-30

Published: 2025-10-02

PENDAHULUAN

Wilayah Bandung Raya, khususnya Kota Bandung, sedang menghadapi permasalahan serius terkait pengelolaan sampah yang telah berlangsung selama bertahun-tahun. Dengan jumlah penduduk yang terus meningkat dan aktivitas ekonomi yang berkembang pesat, produksi sampah di Bandung juga semakin tinggi. Krisis sampah di Bandung semakin diperparah oleh keterbatasan tempat pembuangan akhir (TPA). TPA Sarimukti, yang menjadi lokasi utama pembuangan sampah Bandung Raya, mengalami kelebihan kapasitas dan beberapa kali mengalami insiden longsor sampah, sehingga ditutup untuk sementara. Penutupan ini memicu penumpukan sampah di berbagai titik kota, menimbulkan bau tidak sedap, pencemaran, serta risiko penyakit.

Pemerintah mendorong adanya pengelolaan sampah di wilayah masing-masing untuk meminimalkan pembuangan sampah di TPA Sarimukti. Oleh karena itu, diperlukan solusi inovatif dan partisipatif dalam pengelolaan sampah, salah satunya melalui pendekatan budidaya maggot,

yaitu larva dari lalat jenis *Black Soldier Fly* (BSF). Maggot mampu mengolah sampah organik secara cepat dan efektif, sekaligus menghasilkan produk bernilai ekonomi seperti pakan ternak, media tanam, dan pupuk organik.

Salah satu lokasi pengelolaan sampah organik menggunakan maggot adalah Rumah Maggot RW 05 yang terletak di Kelurahan Pasir Endah, Kecamatan Ujung Berung. Tempat pengelolaan sampah sisa organik dapur (SOD) ini dibangun dan dijalankan dengan swadaya masyarakat setempat. Pengelola Rumah Maggot RW 05 menuturkan keinginan agar tempat mereka tidak hanya digunakan untuk mengurangi sampah, tetapi juga dapat menghasilkan uang untuk mendukung kemajuan Rumah Maggot itu sendiri.

Saat ini, kita hidup dalam era di mana perkembangan teknologi berlangsung dengan cepat dan menyeluruh, serta berperan penting dalam berbagai aspek kehidupan seperti sosial, ekonomi, budaya, dan politik. Dunia bisnis menjadi salah satu sektor yang paling terdampak oleh kemajuan teknologi, di mana inovasi dan kreativitas semakin berkembang, jangkauan pasar semakin luas, serta transaksi menjadi lebih mudah tanpa terhalang oleh batasan geografis. Salah satu pemanfaatan teknologi yang umum dalam dunia bisnis, terutama bagi UMKM, adalah penggunaan media sosial. Media sosial merupakan kumpulan aplikasi berbasis internet yang dikembangkan dengan teknologi Web 2.0, memungkinkan pengguna untuk menciptakan serta berbagi konten buatan mereka sendiri (Kaplan & Haenlein, 2010).

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai platform interaksi yang menguntungkan pengguna dalam mencapai tujuan tertentu (Carr & Hayes, 2015). Media sosial juga memungkinkan pengguna untuk menampilkan diri secara selektif, baik secara *real-time* maupun asinkron, kepada audiens luas maupun terbatas, yang memperoleh manfaat dari konten buatan pengguna serta interaksi sosial yang terjadi di dalamnya. Obar & Wildman (2015) mengidentifikasi beberapa karakteristik utama media sosial, antara lain: berbasis teknologi Web 2.0, bergantung pada konten buatan pengguna, memungkinkan individu dan kelompok untuk membuat profil pengguna dalam platform tertentu, serta mendukung pembentukan jaringan sosial *online* dengan menghubungkan profil pengguna dengan individu atau kelompok lain.

Di Indonesia, pemanfaatan media sosial menunjukkan potensi besar bagi dunia usaha, terutama bagi UMKM. Pada tahun 2023, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang (GoodStat, 2023) menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna media sosial terbesar ketiga di dunia. Dengan angka tersebut, media sosial dapat menjadi peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan *brand awareness* serta memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, masih banyak pelaku UMKM di Indonesia yang belum mengoptimalkan media sosial sebagai sarana promosi penjualan. Padahal, media sosial memungkinkan pengurangan biaya promosi sekaligus meningkatkan daya saing usaha. Sayangnya, Kementerian Komunikasi dan Informatika (2017) mengungkapkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang kurang memahami teknologi digital, sehingga pemanfaatannya belum maksimal.

Rumah Maggot RW 05 adalah salah satu contoh yang belum menggunakan teknologi digital untuk menjual produk turunan atau maggot itu sendiri secara maksimal. Padahal, pakan ternak, media tanam, dan pupuk organik dapat menjadi barang yang sangat bernilai di pasaran. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya kesadaran masyarakat dalam memilah sampah yang menyebabkan kurangnya sampah SOD yang masuk, sehingga produk turunan yang dihasilkan juga tidak selalu diproduksi. Selain itu, kurangnya fasilitas produksi dan keterbatasan pemasaran produk juga menjadi tantangan.

Di era digital saat ini, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam membantu mengatasi tantangan tersebut. Melalui media sosial, masyarakat dapat memperoleh edukasi mengenai pentingnya pengelolaan limbah organik, sementara para pelaku usaha budidaya maggot dapat memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya tarik

produk mereka. Dengan strategi digital yang tepat, media sosial dapat menjadi jembatan yang membantu Rumah Maggot RW 05 dalam mengedukasi masyarakat dan memasarkan produk mereka dengan lebih luas.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat tahun 2025 di Kelurahan Pasir Endah Kecamatan Ujung Berung, Kota Bandung memiliki tujuan agar mahasiswa dapat mengimplementasikan kemampuan akademik, berpikir kritis, melakukan analisis terhadap permasalahan yang ada, dan memberikan ide serta solusi yang tepat di masyarakat, serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat RW 05 Kelurahan Pasir Endah tentang pentingnya penggunaan serta pengelolaan media sosial Instagram secara kreatif dan inovatif sebagai sarana promosi yang luas dan efisien, sekaligus membantu pengelola Rumah Maggot dalam memperluas jangkauan konsumen media sosial, terbentuknya pemahaman dan pengetahuan baru tentang strategi pemasaran digital yang berperan dalam meningkatkan nilai ekonomi produk maggot dan turunannya, sekaligus berkontribusi dalam upaya pengurangan sampah organik.

Menurut Sejati (2009), sampah organik atau basah adalah sampah yang berasal dari makhluk hidup, seperti daun-daunan, sampah dapur, sampah restoran, sisa sayuran, sisa buah. Sampah jenis ini dapat terdegradasi (membusuk atau hancur) secara alami.

Black Soldier Fly (BSF), atau *Hermetia illucens*, adalah serangga dari ordo Diptera dan famili Stratiomyidae yang berasal dari Amerika. Serangga ini telah menyebar ke berbagai negara di kawasan tropis dan subtropis. BSF menjalani metamorfosis lengkap, mulai dari telur hingga menjadi maggot dewasa, menjadikannya menarik untuk diteliti. Larva BSF, disebut sebagai maggot, memiliki kemampuan menguraikan bahan organik lebih cepat dibandingkan mikroba yang biasanya digunakan dalam proses pengomposan. Kemampuan ini membuat BSF menjadi teknologi hayati andal dalam pengelolaan sampah organik (Fauzi & Muharram, 2019).

Taprial dan Kanwar (2012), mendefinisikan media sosial sebagai sarana yang memungkinkan seseorang untuk bersosialisasi atau terlibat dalam kehidupan sosial secara daring dengan berbagi konten seperti isi, berita, foto, dan sebagainya kepada orang lain. Media sosial diartikan sebagai suatu proses interaksi di antara individu yang melibatkan penciptaan ide, berbagi dan bertukar informasi, dan modifikasi ide atau gagasan melalui komunikasi virtual atau jaringan. Secara keseluruhan, media sosial dapat menciptakan berbagai bentuk komunikasi dan menyediakan informasi bagi pengguna yang aktif di dalamnya. Penggunaan media sosial juga dianggap memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam berinteraksi secara berkelanjutan di platform tersebut.

Edukasi adalah berbagai usaha yang telah direncanakan untuk mempengaruhi orang lain, baik individu, kelompok, maupun masyarakat, agar mereka dapat melakukan tindakan sesuai dengan harapan pelaku pendidikan (Notoatmodjo, 2003). Edukasi dapat diartikan sebagai proses pembelajaran yang mengubah dari ketidaktahuan menjadi pengetahuan yang lebih mendalam (Sulih, 2002). Melalui edukasi, individu dapat mengembangkan kemampuan berpikir kritis, analitis, dan kreatif, serta memperoleh pengetahuan yang memungkinkan mereka berpartisipasi secara aktif dalam masyarakat.

Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan menemukan kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi singkat yang baik tentang pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dan mendapatkan profit. Menurut Tjiptono dan Diana (2020), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

METODE

Subjek dari kegiatan ini adalah warga RW 05 Kelurahan Pasir Endah, terutama warga setempat yang menjadi pengelola utama Rumah Maggot. Selain itu, target pemasaran meliputi komunitas pecinta lingkungan dan pelaku usaha yang membutuhkan pakan ternak. Lokasi kegiatan dilakukan di Rumah Maggot yang terletak di RW 05 Kelurahan Pasir Endah, Kecamatan Ujung Berung, Kota Bandung. Tempat ini telah menjadi pusat pengelolaan sampah organik dan budidaya maggot yang dikelola oleh warga setempat. Kegiatan ini dilaksanakan dalam rentang 10 Januari hingga 11 Februari 2025.

Metode kegiatan menggunakan pendekatan partisipatori dalam bentuk edukasi dan pendampingan pemasaran digital. Kegiatan ini ditujukan kepada masyarakat RW 05 Kelurahan Pasir Endah, khususnya pengelola Rumah Maggot, agar dapat memahami pentingnya pengelolaan limbah organik serta strategi pemasaran produk maggot dan turunannya melalui media sosial. Dengan pendekatan ini, kami berharap dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap manfaat budidaya maggot serta memperluas jangkauan pasar produk-produk yang dihasilkan.

Edukasi yang kami berikan mencakup pemaparan materi mengenai pentingnya pemilahan dan pengelolaan limbah organik beserta caranya, manfaat maggot sebagai solusi pengolahan sampah yang ramah lingkungan, serta potensi ekonomi dari budidaya maggot. Materi yang kami sampaikan meliputi sejarah Rumah Maggot RW 05, manfaat maggot dalam pengolahan sampah dan sebagai sumber pakan ternak, serta siklus hidup lalat *Black Soldier Fly* (BSF) yang menjadi bagian utama dalam proses budidaya maggot. Kami juga menjelaskan strategi pemasaran Rumah Maggot dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) agar masyarakat dapat lebih memahami cara mengembangkan usaha berbasis lingkungan secara efektif.

Selain itu, kami memberikan pemahaman tentang manfaat sampah sebagai *eco enzyme* beserta tutorial pembuatannya, sehingga masyarakat dapat mengolah limbah rumah tangga menjadi produk yang bermanfaat. Kami juga menekankan pentingnya memilah sampah sebagai langkah awal dalam pengelolaan limbah yang lebih efektif. Tidak hanya itu, kami juga membahas berbagai produk turunan maggot yang memiliki nilai jual tinggi, cara membuat pupuk organik dari hasil budidaya maggot, serta proses pembuatan dan pemberian makan pada maggot. Kami turut menjelaskan proses panen telur maggot agar masyarakat dapat memahami siklus budidaya yang berkelanjutan.

Selain edukasi, kami juga melakukan pendampingan langsung dalam pembuatan konten pemasaran digital. Kami mengunjungi Rumah Maggot untuk melakukan observasi, mendokumentasikan kegiatan pengelolaan maggot, serta mengambil footage yang kemudian diolah menjadi konten promosi. Konten ini dipublikasikan melalui akun Instagram yang baru kami buat, dengan harapan dapat meningkatkan *engagement*, jumlah *followers*, dan eksposur produk maggot ke pasar yang lebih luas.

Melalui kegiatan ini, masyarakat RW 05 Kelurahan Pasir Endah tidak hanya memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan limbah organik, tetapi juga memiliki keterampilan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Dampaknya, dari segi ekonomi, pendapatan masyarakat berpotensi meningkat dengan lebih banyaknya permintaan terhadap produk maggot dan turunannya. Dari segi lingkungan, pengelolaan limbah organik dapat membantu mengurangi volume sampah dan menciptakan lingkungan yang lebih bersih. Dari aspek sosial, kolaborasi antarwarga dalam pengelolaan sampah semakin kuat, sekaligus meningkatkan literasi digital masyarakat dalam memanfaatkan teknologi sebagai alat pemasaran yang efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Uraikan bahwa kegiatan pengabdian telah mampu memberi perubahan bagi individu/masyarakat maupun institusi baik jangka pendek maupun jangka panjang.

1. Penjelasan Kegiatan

Kegiatan berlangsung selama kurang lebih tiga minggu dengan terbagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut. Pada tahap persiapan, dilakukan observasi dan diskusi dengan tim pengelola Rumah Maggot melalui kunjungan langsung. Diskusi ini bertujuan untuk memahami kondisi, situasi, serta permasalahan yang dihadapi dalam operasional rumah maggot. Salah satu temuan utama dari diskusi ini adalah pentingnya edukasi lebih lanjut kepada masyarakat mengenai manfaat budidaya maggot serta pengelolaan sampah organik secara berkelanjutan. Hasil observasi awal Rumah Maggot disajikan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Hasil Observasi Rumah Maggot RW 05

Pada tahap pelaksanaan, tim pengabdian tidak hanya melakukan dokumentasi, tetapi juga turut serta dalam praktik langsung terkait budidaya maggot. Salah satu kegiatan utama yang dilakukan adalah praktik panen telur maggot. Tim pengabdian diberikan kesempatan untuk mengamati serta berpartisipasi dalam proses pemanenan telur (Gambar 2), mulai dari pengambilan telur dari media perkembangbiakan hingga proses pemindahan ke tempat penetasan yang lebih sesuai. Proses ini didokumentasikan dalam bentuk foto dan video untuk menjadi bahan edukasi lebih lanjut.



Gambar 2. Pemanenan telur maggot di Rumah Maggot RW 05

Selain panen telur, tim juga melihat secara langsung bagaimana proses pemberian pakan kepada maggot dilakukan. Tim mengamati jenis sampah organik yang digunakan sebagai sumber makanan, teknik pemberian pakan agar nutrisi tercukupi, serta bagaimana kondisi lingkungan yang optimal bagi pertumbuhan maggot. Untuk memastikan pemahaman yang lebih mendalam, tim pengabdian juga berdiskusi dengan pengelola Rumah Maggot terkait tantangan dan solusi yang mereka hadapi dalam budidaya ini. Tim Pengabdian juga turut serta dalam praktik pembuatan pupuk kompos organik berbasis maggot. Proses ini melibatkan pengolahan limbah organik yang telah dikonsumsi maggot menjadi pupuk yang dapat dimanfaatkan kembali untuk pertanian atau penghijauan. Dengan praktik ini, tim tidak hanya memahami bagaimana maggot berperan dalam pengelolaan sampah organik tetapi juga bagaimana hasil akhirnya dapat digunakan secara produktif.

Tidak hanya berfokus pada maggot, tim Pengabdian juga memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pengelolaan sampah organik secara lebih luas. Edukasi adalah upaya terencana untuk mempengaruhi individu atau masyarakat agar bertindak sesuai tujuan pendidikan (Notoatmodjo, 2003). Proses ini mengubah ketidaktahuan menjadi pemahaman lebih dalam (Suliha, 2002) serta mengembangkan berpikir kritis, analitis, dan kreatif untuk berpartisipasi aktif dalam masyarakat. Salah satu metode yang diterapkan tim kami adalah edukasi berdasarkan pendekatan massa (publik). Menurut Notoatmodjo (2012), Metode pendekatan massa cocok untuk diterapkan kepada masyarakat secara umum, tanpa membedakan berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, status sosial, atau tingkat pengetahuan. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan harus dirancang dengan baik agar dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat.

Bentuk edukasi yang diberikan adalah pemilahan sampah organik dan non-organik sebagai langkah awal dalam menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat. Selain itu, tim juga mengajarkan proses pembuatan *eco enzyme* dari sisa Sampah Organik Dapur (SOD), yang dapat dimanfaatkan sebagai cairan pembersih alami dan ramah lingkungan. Sebagai bagian dari kegiatan edukasi, seluruh hasil praktik dan dokumentasi ini kemudian dikemas dalam berbagai format konten digital yang mudah diakses oleh masyarakat. Dengan demikian, informasi seputar budidaya maggot, pemilahan sampah, dan pembuatan *eco enzyme* tidak hanya disampaikan kepada tim rumah maggot, tetapi juga dapat dijangkau oleh audiens yang lebih luas melalui media sosial.

Dalam meningkatkan visibilitas dan keberlanjutan Rumah Maggot RW 05, tim mengembangkan strategi pemasaran digital melalui akun media sosial Instagram @maggotfarmpe5. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran adalah proses memahami dan memenuhi kebutuhan manusia untuk memperoleh keuntungan. Tjiptono dan Diana (2020) menambahkan bahwa pemasaran mencakup penciptaan, distribusi, promosi, dan penetapan harga guna membangun serta mempertahankan hubungan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan. Penggunaan akun media sosial Instagram @maggotfarmpe5 ini difungsikan sebagai platform edukasi dan promosi yang berkelanjutan, di mana masyarakat dapat memperoleh informasi seputar budidaya maggot dan pengelolaan sampah organik secara praktis.

Strategi pemasaran ini dirancang berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC) guna memastikan efektivitas dan keberlanjutan promosi. Dengan pendekatan ini, tim memastikan bahwa strategi yang diterapkan dapat mendukung pertumbuhan Rumah Maggot RW 05 dalam jangka panjang. Untuk memastikan efektivitas jangkauan akun media sosial ini, tim juga menerapkan strategi interaksi dengan audiens melalui fitur Instagram Story. Kegiatan interaktif seperti kuis dan sesi tanya jawab seputar budidaya maggot dilakukan untuk meningkatkan engagement serta menarik perhatian lebih banyak orang. Selain itu, tim juga mengadakan sesi pelatihan singkat bagi pengelola Rumah Maggot RW 05 agar mereka dapat mengelola akun media sosial secara mandiri setelah program pengabdian berakhir. Sebagai bagian dari strategi pemasaran jangka panjang, tim juga menyusun panduan digital terkait pengelolaan konten media sosial agar informasi mengenai Rumah Maggot RW 05 tetap konsisten dan relevan. Dengan adanya strategi pemasaran

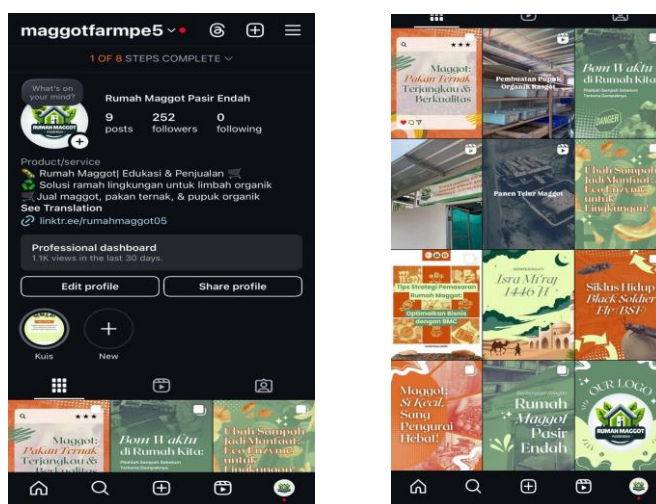
digital yang terstruktur, diharapkan Rumah Maggot RW 05 dapat terus berkembang dan memberikan manfaat edukatif serta lingkungan bagi masyarakat sekitar. Proses penyerahan akun IG kepada pengelola Rumah Maggot RW 05 disajikan di Gambar 3.



Gambar 3. Penyerahan akun Instagram kepada Pengelola Rumah Maggot RW 05

2. Analisis Media Sosial

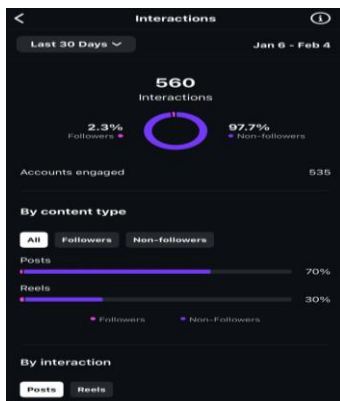
Media sosial telah menjadi platform yang memungkinkan individu untuk berbagi informasi, berkomunikasi, dan membentuk jaringan tanpa batasan fisik. Menurut Widada (2018), media sosial memfasilitasi komunikasi secara daring, sementara Taprial dan Kanwar (2012) menekankan bahwa media sosial memungkinkan interaksi sosial melalui berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, dan video. Selain itu, media sosial juga berperan dalam membangun ikatan sosial, memberikan inspirasi, serta membuka peluang bagi penggunanya untuk meningkatkan kreativitas dan menemukan peluang bisnis. Dengan kemampuannya dalam menyebarkan informasi secara luas dan cepat, media sosial menjadi sarana yang efektif dalam strategi pemasaran digital. Profil dan publikasi konten di akun IG disajikan dalam Gambar 4.



Gambar 4. Profil dan Publikasi Konten @maggotfarmpe5 di Platform Instagram

Adapun hasil analisis media sosial disajikan dalam Gambar 5-7. Dalam konteks pemasaran digital, akun Instagram @maggotfarmpe5 telah menunjukkan efektivitasnya dalam menjangkau audiens baru dan meningkatkan interaksi. Berdasarkan analisis media sosial, lebih dari separuh (56,2%) penonton konten berasal dari *non-followers*, yang menandakan daya tarik konten yang

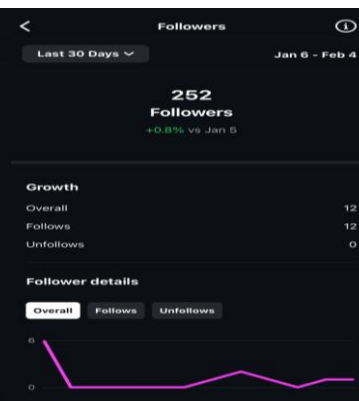
melampaui pengikut tetap akun. Reels terbukti menjadi format konten yang paling efektif dengan kontribusi 70,1% dari total views, jauh lebih tinggi dibandingkan postingan reguler (20,1%) dan Instagram Stories (9,8%). Hal ini menunjukkan bahwa video pendek lebih diminati dan lebih mudah tersebar melalui algoritma Instagram.



Gambar 5. Tangkapan Layar Analisis Interaksi



Gambar 6. Tangkapan Layar Jangkauan



Gambar 7. Tangkapan Layar Pengikut

Dari aspek interaksi, akun mengalami peningkatan engagement yang signifikan dengan total 560 interaksi, di mana 97,7% berasal dari audiens baru. Postingan reguler menjadi penyumbang interaksi terbanyak (70%), diikuti oleh Reels (30%). Meskipun Reels lebih unggul dalam jangkauan, format postingan reguler masih menjadi media utama dalam membangun keterlibatan dengan audiens. Selain itu, akun juga mengalami pertumbuhan pengikut sebesar 0,8%, mencapai total 252 followers tanpa adanya penurunan jumlah pengikut selama periode pemantauan. Stabilitas ini menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan cukup menarik dan mampu mempertahankan audiens. Keberhasilan strategi pemasaran digital ini berdampak positif terhadap peningkatan kesadaran masyarakat mengenai Rumah Maggot RW 05. Akun media sosial yang telah dibangun kini dapat dikelola secara mandiri oleh pengelola sebagai sarana edukasi dan promosi berkelanjutan. Evaluasi terhadap performa konten menunjukkan bahwa optimalisasi Reels dan peningkatan kualitas visual pada postingan reguler dapat menjadi strategi lanjutan untuk meningkatkan *engagement* dan jangkauan di masa mendatang.

3. Dampak Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini memberikan beberapa dampak yang signifikan, terutama dalam aspek edukasi dan pemasaran. Dari sisi edukasi, masyarakat kini memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat budidaya maggot dalam mengelola sampah organik, serta cara pemanfaatan *eco enzyme* sebagai solusi limbah dapur. Sesi interaktif yang dilakukan juga berhasil meningkatkan kesadaran warga mengenai pentingnya memilah sampah sejak dini. Dari aspek pemasaran, keberadaan akun Instagram @maggotfarmpe5 memungkinkan Rumah Maggot RW 05 untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain berfungsi sebagai media promosi produk, akun ini juga menjadi sarana edukatif berkelanjutan bagi masyarakat yang ingin mempelajari lebih lanjut tentang pengelolaan sampah berbasis maggot. Keberhasilan dalam menjangkau *non-followers* juga menunjukkan bahwa konten yang dibuat mampu menarik perhatian audiens baru, berpotensi meningkatkan awareness terhadap budidaya maggot sebagai solusi pengelolaan sampah organik. Hal ini terbukti dari lebih dari hasil analisis media sosial yang menunjukkan 56,2% penonton konten berasal dari *non-followers*, Pada reels terbukti menjadi format konten yang paling efektif dengan 70,1% dari total *views* serta postingan reguler (20,1%) dan Instagram Stories (9,8%).

4. Tantangan dan Hambatan

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim menghadapi beberapa tantangan yang cukup signifikan, terutama terkait partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah. Salah satu kendala utama adalah rendahnya motivasi warga dalam memilah dan mengumpulkan sampah organik di Rumah Maggot RW 05. Meskipun sudah tersedia tempat pengumpulan sampah organik, masih banyak warga yang enggan membawa sampahnya ke sana karena dianggap merepotkan. Kebiasaan membuang sampah secara langsung tanpa dipilah masih dominan, sehingga edukasi mengenai pentingnya pemilahan sampah harus dilakukan secara berulang agar dapat membentuk kebiasaan baru di masyarakat. Di sisi pemasaran digital, keberlanjutan akun Instagram @maggotfarmpe5 juga menjadi tantangan tersendiri. Meskipun konten awal berhasil menjangkau audiens luas, mempertahankan engagement dalam jangka panjang memerlukan strategi yang lebih konsisten. Selain itu, keterbatasan keterampilan pengelola dalam mengelola media sosial menjadi hambatan dalam memastikan akun tetap aktif dan efektif sebagai sarana edukasi serta promosi setelah program pengabdian berakhir.

5. Strategi Keberlanjutan

Untuk memastikan keberlanjutan program ini, berbagai langkah strategis telah dirancang agar Rumah Maggot RW 05 dapat terus beroperasi secara mandiri sebagai pusat edukasi dan pengelolaan sampah organik. Salah satu langkah utama adalah menyerahkan pengelolaan akun Instagram kepada pengelola Rumah Maggot RW 05 agar dapat digunakan sebagai sarana promosi dan edukasi jangka panjang. Selain itu, tim juga memberikan pelatihan mengenai strategi pengelolaan media sosial, pembuatan konten yang menarik, serta teknik peningkatan engagement audiens agar platform digital dapat digunakan secara optimal.

Lebih lanjut, kolaborasi dengan berbagai pihak eksternal sangat diperlukan untuk memperluas jangkauan dan memperkuat dampak program. Beberapa pihak yang dapat diajak bekerja sama antara lain pengelola Rumah Maggot di RW lain, seperti RW 01, RW 04, dan RW 07, yang sebelumnya telah menjalankan program serupa. Dengan membangun jaringan antar-RW, proses pertukaran pengalaman dan best practice dalam pengelolaan sampah organik berbasis maggot dapat terus berkembang. Selain itu, keterlibatan Kelurahan Pasir Endah dan Kecamatan Ujungberung sangat penting untuk memberikan dukungan administratif serta memfasilitasi kegiatan edukasi di tingkat yang lebih luas.

Pemerintah wilayah Ujungberung, termasuk Dinas Lingkungan Hidup setempat, juga dapat berperan dalam memberikan pendampingan teknis, bantuan peralatan, serta penguatan kebijakan terkait pengelolaan sampah berbasis komunitas. Dengan adanya dukungan dari pemerintah, program ini dapat lebih terintegrasi dengan inisiatif kota Bandung dalam pengelolaan sampah, seperti program Kang Pisman (Pisahkan, Manfaatkan, Kelola) dan Kang Empos (Kompos). Selain itu, kerja sama dengan komunitas pecinta lingkungan, akademisi, serta lembaga terkait dapat menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan program. Mengadakan kegiatan rutin seperti workshop budidaya maggot, pelatihan pemanfaatan eco-enzyme, atau kampanye digital mengenai pengelolaan sampah organik juga dapat menjadi strategi efektif untuk mempertahankan keterlibatan masyarakat.

Pengembangan program berbasis komunitas juga dapat diperkuat dengan membentuk kelompok relawan atau kader lingkungan yang bertugas menyebarkan informasi dan mengajak lebih banyak warga untuk berpartisipasi. Dengan dukungan dari berbagai pihak serta penerapan strategi keberlanjutan yang efektif, Rumah Maggot RW 05 diharapkan dapat terus berkembang sebagai pusat edukasi dan pengelolaan sampah organik berbasis komunitas, sekaligus menjadi contoh bagi wilayah lain dalam menciptakan solusi berkelanjutan terhadap permasalahan sampah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari Instagram, kegiatan ini berdampak positif dalam edukasi masyarakat mengenai budidaya maggot, pemilahan sampah, dan pemanfaatan *eco enzyme*. Strategi pemasaran digital yang diterapkan berhasil meningkatkan visibilitas Rumah Maggot RW 05, dengan akun Instagram @maggotfarmpe5 menjadi *platform* utama edukasi dan promosi. Jangkauan konten menunjukkan bahwa lebih dari 56,2% audiens berasal dari *non-followers*, dengan Reels sebagai format paling efektif dalam menarik perhatian. Selain itu, tingkat interaksi yang tinggi (97,7% dari *non-followers*) membuktikan bahwa konten yang dibuat mampu menjangkau audiens baru secara luas.

Pertumbuhan pengikut yang stabil dan engagement yang tinggi menunjukkan efektivitas strategi digital yang telah dijalankan. Untuk meningkatkan dampak lebih lanjut, optimalisasi fitur Instagram seperti Reels, Stories, dan kolaborasi dengan akun lain dapat menjadi strategi lanjutan. Dengan adanya *platform* digital ini, Rumah Maggot RW 05 kini memiliki sarana berkelanjutan untuk mempromosikan produk, mengedukasi masyarakat, dan memperluas interaksi dengan komunitas yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65.
- Čičková, H., Newton, G. L., Lacy, R. C., & Kozánek, M. (2015). The use of fly larvae for organic waste treatment. *Waste management*, 35, 68-80.
- Daryanto. (2011). *Media Pembelajaran. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera*
- Fauzi, M., & Muharram, L. (2019). Karakteristik bioreduksi sampah organik oleh maggot BSF (Black Soldier Fly) pada berbagai level instar. *Journal of Science, Technology and Entrepreneur*, 1(2), 134-139
- Goodstats. (2023, June 21). Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (n.d.). Kementerian Komunikasi dan Informatika. Retrieved February 7, 2024, from https://www.kominfo.go.id/content/detail/9737/aulia-e-marinto-masih-banyak-umkm-belum-melek-teknologi-digital/0/sorotan_media
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited.
- Li, Q., Zheng, L., Qiu, N., Cai, H., Tomberlin, J. K., & Yu, Z. (2011). Bioconversion of dairy manure by black soldier fly (Diptera: Stratiomyidae) for biodiesel and sugar production. *Waste management*, 31(6), 1316-1320.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. PT Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Metode Penelitian Kesehatan*. PT Rineka Cipta.
- Obar, J. A., & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications policy*, 39(9), 745-750.

-
- Sejati, K. (2009). *Pengolahan Sampah Terpadu dengan Sistem Node, Sub Point dan Center Point (Edisi Kelima)*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Suliha, U. (2002). *Pendidikan Kesehatan Dalam Keperawatan*. Jakarta EGC.
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. Bookboon.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi Offset.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271-278.
- Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1). <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>