

**LAPORAN PENGABDIAN MASYARAKAT  
KERJASAMA ILMU PRODI KOMUNIKASI DENGAN DESA WISATA  
JARUM KECAMATAN BAYAT KABUPATEN KLATEN JAWA TENGAH**



**UMY**  
**UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA**

Unggul & Islami

**Sosialisasi Penggunaan dan Optimalisasi Sosial Media  
Sebagai Sarana Pemasaran**

**Oleh :**

**Muhammad Muttaqien, S.Ikom., M.Sn  
(NIK. 19871120201704163164)**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Pengabdian Masyarakat** : “Sosialisasi penggunaan dan optimalisasi sosial media sebagai sarana pemasaran”

1. Mitra Program Pengabdian : Desa Wisata Jarum, Bayat, Klaten
2. Pengusul
  - a. Nama : Muhammad Muttaqien, S.Ikom., M.Sn
  - b. NIP : 19871120201704163164
  - c. Jabatan/Golongan : III-B
  - d. Jurusan/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ISIPOL
  - e. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
  - f. Bidang Keahlian : Animasi, Videografi, Berfikir kreatif
  - g. Alamat kantor : Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul
  - h. Alamat rumah : Sleman III, Triharjo, Sleman
3. Lokasi Kegiatan/Mitra
  - a. Wilayah : Desa Jarum, Kecamatan Bayat
  - b. Kabupaten : Klaten
  - c. Propinsi : Jawa Tengah
4. Luaran yang dihasilkan : Menjadikan media sosial (facebook, instagram) sebagai sarana promosi desa wisata jarum

Yogyakarta, 30 Agustus 2018

Mengetahui

Ketua Prodi IK  
  


Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP,M.Sc  
NIP 19701122199702 163 051

Ketua Pengabdian



Muhammad Muttaqien, S.Ikom.,M.Sn  
NIP 19871120201704163164

## **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi internet saat ini tidak terlepas dari adanya revolusi industri 4.0. Revolusi industri ini sudah merubah pola hidup manusia, yang dimana manusia mulai beralih dari media konvensional seperti tv, cetak ke media internet. Perkembangan teknologi yang cepat menciptakan sistem cyber-psycal, dimana hampir semua berbentuk virtual, konektivitas antara mesin dengan data yang memudahkan mencari sumber informasi. Salah satunya adalah mempengaruhi cara untuk mempromosikan sebuah produk ataupun daerah tertentu, misalnya promosi produk dan sumber daya yang dimiliki oleh Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah.

Desa Jarum memiliki luas daerah yaitu 151,3310 Ha dimana 48,5 Ha dipakai untuk sawah, irigasi tadah hujan se:uas 31,3 Ha, sedangkan sisanya yaitu sekitar 70,8 Ha dipergunakan untuk lahan pemukiman warga.

Desa Jarum terbagi dalam 3 wilayah dusun dan dibagi 10 RW dari 13 dusun, yaitu : Kebon Agung, Pudungrejo, Kalisogo, Sigubet, Tunggul, Jarum, Pendem, Melikan, Karang Gumuk, Karang Namnga, Karang Anom, Karang Ploso dan Tirejan. Mayoritas penduduk desa Jarum secara umum berprofesi di sektor industri rumahan dan wirausaha mikro baik sebagai pengerajin batik, batu cobek, angkringan dan sebagian lagi menjadi buruh harian lepas.

Potensi yang dimiliki Desa Jarum adalah di sektor kerajinan, dikarenakan banyaknya jumlah pengerajin yang dimiliki secara umum, Desa Jarum menjadi salah satu desa wisata batik di Kabupaten Klaten, selain itu juga banyaknya kerajinan batu cobek, perdagangan hingga potensi wisatanya.

Potensi yang dimiliki oleh desa Jarum kurang diketahui oleh kalayak umum karena kurangnya pengetahuan terhadap pentingnya penggunaan media sosial sebagai salah satu sarana yang efektif untuk media promosi. Oleh karena itu, dengan diadakannya penyuluhan "Sosialisasi Penggunaan dan Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Pemasaran", diharapkan masyarakat Desa Jarum lebih mengefektifkan fungsi media social, terutama instagram sebagai alat promosi.

## **B. Permasalahan Mitra**

1. Masih minimnya sarana promosi di desa Batik, terutama melalui media sosial

2. Kurangnya pemahaman warga terhadap pentingnya media sosial dan cara mengelola konten sebagai sarana promosi

### **C. Solusi yang ditawarkan**

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat kali ini berupaya untuk memeberikan pengetahuan kepada masyarakat desa Jarum tentang pentingnya media sosial sebagai salah satu upaya untuk mempromosikan produk-produk yang ada di desa Jarum. Maka program pengabdian pada masyarakat ini mengangkat masalah sebagai berikut :

1. Pembuatan akun instagram untuk desa Jarum
2. Diadakannya penyuluhan untuk membekali remaja dan orang tua dengan pemahaman pentingnya media sosial sebagai sarana promosi
3. Mengedukasi masyarakat agar memahami cara membuat konten yang menarik di media sosial, terutama instagram

### **D. Foto-foto pelatihan**





## E. Identitas Diri

Nama : Muhammad Muttaqien, S.IKom., M.Sn  
NIDN : 0520118701  
NIP/NIK : 19871120201704 163 164  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Status Perkawinan : Belum Menikah  
Agama : Islam  
TTL : Yogyakarta, 20 November 1987  
Golongan/Pangkat : III-B  
Jabatan Fungsional :  
Perguruan Tinggi : UMY  
Alamat : Jl.Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul. YK  
Telp/Fax : +62 274 387656  
Alamat Rumah : Sleman III, rt/rw 002/007, Triharjo, Sleman, YK  
Alamat E-Mail : [muttaqien@umy.ac.id](mailto:muttaqien@umy.ac.id)

|                         | S-1  | S-2                                 |
|-------------------------|--|-------------------------------------|
| Nama Perguruan Tinggi   | Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  | Institut Seni Indonesia Yogyakarta  |
| Bidang Ilmu             | Ilmu Komunikasi  | Penciptaan Videografi               |
| Tahun Masuk-Lulus       | 2005 – 2012  | 2014 - 2016                         |
| Judul Skripsi dan Tesis | Strategi promosi Majalah Digital Bajigur dalam <i>event Design That Change</i> untuk mensukseskan kampanye OBAH ( <i>Fight Blood Disorders</i> ) | “GOLONG-GILIG” Seni Video Instalasi |
| Nama Pembimbing         | Aswad Ishak, S.IP, M.Si  | Drs. M. Suparwoto, M.Sn             |



## F. Materi Sosialisasi

Slide 1.

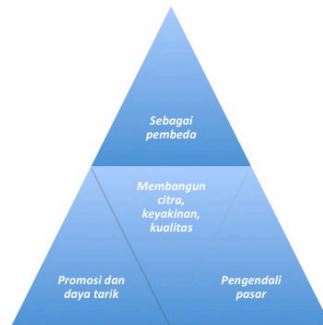


**"Media Sosial Sebagai Sarana Brand Awareness"**

Muhammad Muttaqien, S.Ikom., M.Sn

Slide 2.

**BRAND AWARENESS**  
"Kemampuan konsumen dalam mengenali atau Mengingat sebuah merk, termasuk nama, gambar, logo, dan slogan yang digunakan dalam mempromosikan produk"



Slide 3.



Slide 4.

7 cara meningkatkan brand awarness

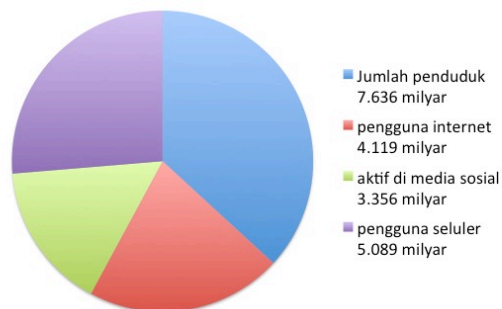
| Bentuk               | Pengertian   | Contoh   |
|----------------------|--|--|
| Social media         | Sebuah merk bisa berinteraksi dengan konsumen secara langsung    | Facebook, instagram, twitter, foursquare, myspace, dll |
| Konten marketing     | Memberi informasi kepada penonton, informatif dan positif        | Membuat keterangan tentang bisnis anda                 |
| Video marketing      | Membuat video berisikan data tentang usaha                       | Video live facebook, instagram, youtube, vlog          |
| Influencer marketing | Menggunakan artis atau orang yang mempunyai pengikut yang banyak | Salebgram, vlogger                                     |
| Event marketing      | Membuat event  | Membuka booth di tempat-tempat acara                   |
| Sponsorship          | Menjadi sponsor di acara yang sama dengan tema bisnis anda       |  |
| Marchandise          | Memberikan produk2 yang ada merek bisnis anda                    | Flashdisk, power bank, bolpoin, dll                    |

Slide 5.



Slide 6.

Data pengguna digital di seluruh dunia (juli 2018)



Sumber : We are social



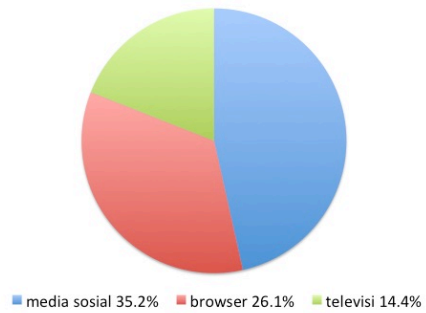
## Slide 7.

Siapakah Audience kita ?

| Generasi                   | Kelahiran | Sifat  | Urusan Uang  | Kinerja  | Pengaruh   |
|----------------------------|-----------|--|--|--|--|
| Traditionalists Generation | 1900-1945 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disiplin</li> <li>• Berdedikasi</li> <li>• Patriotisme tinggi</li> <li>• Kerja keras</li> <li>• Tanggung jawab</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Belanja menggunakan tunai</li> <li>• menabung</li> </ul>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pekerja keras</li> <li>• Mengedepankan perusahaan</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perang dunia II</li> <li>• Perang korea</li> <li>• Depresi besar</li> </ul> |
| Baby Boomers               | 1946-1964 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anti perang</li> <li>• Anti pemerintah</li> <li>• Mau membuat perusahaan</li> </ul>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beli sekarang, bayar belakangan</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sangat rajin</li> <li>• Pekerja keras</li> <li>• kualitas</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perang vietnam</li> <li>• Perang dingin</li> </ul>                          |
| Generation X               | 1965-1976 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Luwes</li> <li>• Individualistik</li> <li>• Harapan yang tinggi terhadap pekerjaan</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konservatif (mempertahankan keadaan)</li> <li>• Menabung</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekerja lebih pintar</li> <li>• Skeptis (meragukan sesuatu)</li> <li>• Mandiri</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Krisis energi</li> <li>• Akhir dari perang dingin</li> </ul>                |

## Slide 8.

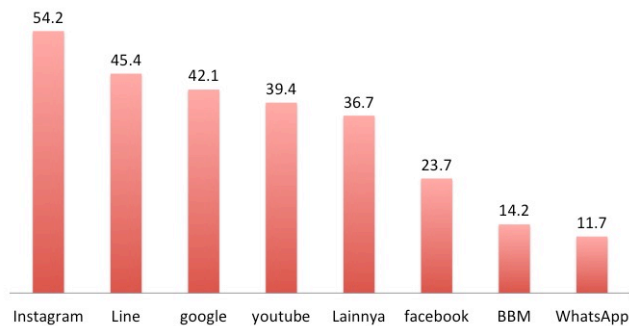
Media yang dipilih GenZ untuk mengakses informasi



## Slide 9.

"89.1 % Gen Z menggunakan handphone untuk akses internet"

Aplikasi pilihan Gen Z



Sumber : tirto.id

Slide 10.

### Unsur yang mempengaruhi merek

| Tangible<br>(terlihat)   | Intangible<br>(tak terlihat)   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Produk</li><li>• Kemasan</li><li>• identitas</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Kualitas produk</li><li>• jasa</li></ul> |

Slide 11.

### 5 Jenis Konten yang Sering di bagi di media sosial

| Jenis                                    | Keterangan   | Contoh   |
|--|--|--|
| 1. List post (daftar post)               | Memberikan daftar point terhadap tema tertentu   | "Daftar dan penjelasan lengkap tentang fakultas yang ada di UMY"           |
| 2. How-to-article (cara membuat sesuatu) | memberikan penjelasan cara melakukan sesuatu secara detail dari awal sampai akhir                                  | "Bagaimana cara bisa lolos seleksi masuk UMY? Ikuti 5 cara dibawah ini!"   |
| 3. What post (posting tentang apa)       | memberikan penjelasan atau penjabaran tentang sebuah topik   | "UMY : kampus penghasil orang-orang muda dan mendunia dengan akreditasi A" |
| 4. Why post                              | Menjelaskan tentang pentingnya sesuatu topik yang kita angkat  | "Mengapa kuliah di UMY sangatlah penting"                                  |
| 5. Video post                            | jenis post yang berupa video (bisa jadi video lucu, kontroversial, atau menjelaskan sesuatu secara baik dan jelas) |  |

Slide 12.

### "Konten Yang Bagus Akan Mendatangkan Revenue (pendapatan)"

1. Buatlah konten yang berkualitas dan sesuai trend
2. Pahami perilaku konsumen
3. Tetapkan tujuan
4. Buat frekuensi jumlah konten yang di upload
5. Manfaatkan kekuatan hastag #
6. Gunakan kata kunci yang mudah dicari
7. Sering update (bisa mengulang konten yang sudah ada)
8. Tag akun yang berkaitan dengan topik
9. Pilih media sosial yang tepat (instagram, facebook, twitter, dll)
10. Gunakan caption (keterangan) yang singkat namun jelas
11. Gunakan foto/video/quote (kutipan) dan data
12. Respon cepat dan jelas terhadap pertanyaan netizen
13. Gunakan logo yang mudah dipahami
14. Konsisten
15. Tata bahasa yang baik
16. **BUATLAH KERAJAAN UNTUK KONTEN ANDA SEKARANG!**

## Slide 13.

| Manfaat media sosial untuk UMKM   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Mengurangi biaya pemasaran</li><li>• Memudahkan pelanggan untuk mencari informasi</li><li>• Bisa menjadi customer service yang baik</li><li>• Dapat memberikan informasi yang baik dan detail</li><li>• Memungkinkan terhubung dengan bisnis lain</li><li>• Bisa berinteraksi dengan konsumen secara 24 jam</li><li>• Bisa mendapatkan “penghargaan” jika pelanggan kita puas</li></ul> |

## Slide 14.

### “Perluakah kita membuat lebih dari satu sosial media?”

1. Apakah Anda mencoba untuk men-target *customer* yang berbeda dengan akun utama?
2. Apakah akun baru Anda akan berbeda dengan akun utama?
3. Bagaimana cara Anda mempromosikan akun baru?
4. Apakah Anda memiliki karyawan yang memadai untuk mengelola akun baru?
5. Bagaimana cara tim media sosial Anda mengurus beberapa akun?
6. Bagaimana cara Anda mengurus semua akun dalam waktu bersamaan?
7. Untuk berapa lama Anda akan menggunakan akun baru ini?

| Kelebihan  | Kekurangan   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Anda bisa men-target customer yang berbeda dengan dengan akun utama</li><li>• Anda tidak perlu memaksa pengguna media sosial pada satu akun utama untuk melihat apa yang tidak mereka butuhkan</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Membutuhkan lebih banyak waktu, tenaga, dan karyawan baru untuk mengurus akun baru. Hal ini justru bisa menjadi penghambat bagi pemilik bisnis kecil.</li><li>• Terlalu banyak akun media sosial akan membuat <i>customer</i> menjadi bingung, terutama jika mereka tidak benar-benar mengetahui bisnis Anda</li></ul> |

Sumber : blog.sribu.com

## Slide 15.

### 3 aturan waktu umum posting di Instagram

2. Melakukan posting di waktu senggang  
Misal : 19.00-21.00 (data dari latergram 2017)  
11.00-13.00 /makan siang (data dari latergram 2018)  
17.00 (pulang kerja)  
02.00 (remaja insomnia)
3. Simpan post penting untuk di upload pada hari biasa  
Misal : hari rabu dan kamis (data dari latergram)

## Slide 16.

| 5 W + 1H        | Keterangan                                 | Contoh                           |
|-----------------|--|----------------------------------|
| What (apa)      | Apa yang terjadi                           | "Banjir"                         |
| Who (siapa)     | Siapa yang terlibat didalamnya             | "warga setempat"                 |
| Where (kapan)   | Menunjukkan tempat kejadian                | "Desa A"                         |
| When (kapan)    | Menunjukkan waktu kejadian                 | "hari minggu"                    |
| Why (mengapa)   | Menjelaskan mengapa kejadian itu terjadi   | "Sungai meluap"                  |
| How (bagaimana) | Menceritakan bagaimana proses kejadian itu | "hujan berhari-hari tanpa henti" |

"hujan berhari-hari tanpa henti membuat aliran sungai meluap dan menyebabkan banjir melanda di desa A pada hari minggu, memaksa warga setempat untuk mengungsi sementara waktu"

## Slide 17.

### Menulis caption/keterangan sebuah gambar

1. Periksa fakta/akurat
2. Hindari penggunaan istilah : "diatas, ditunjukkan, digambarkan, lihatlah"
3. Jika didalam foto ada sosok penting, beri keterangan terlebih dahulu siapa dia
4. Jika menggunakan foto sejarah/orang lain, biasakan diberi sumber dari mana
5. Hindari pernyataan yang menghakimi atau menjelek-jelekan pihak tertentu
6. Hindari menggunakan penulisan caption yang panjang kecuali diperlukan
7. Foto dan caption saling melengkapi
8. Cari referensi, misal National Geographic
9. Gunakan rumus penulisan caption :

" [kata benda] [kata kerja] [objek langsung] saat [kejadian yang sesuai] di [lokasi yang sesuai] di [kota] pada [hari], [tanggal] [bulan] [tahun]. [Mengapa atau bagaimana] "

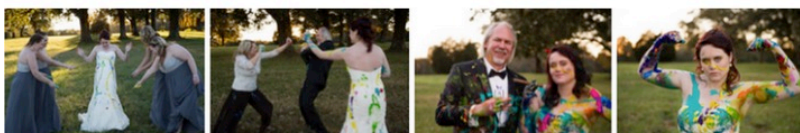
Contoh :

"Pemadam kebakaran Jogja (kata benda) memadamkan (kata kerja) api (objek langsung) di Apartemen A (lokasi yang sesuai) di jalan A (kota) pada Minggu (hari), 1 (tanggal) Juli (bulan) 2090 (tahun)

## Slide 18.

### QUIZ

Bikinlah berita pendek dengan 5w+1h



## G. Lampiran



**UMY**

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

• Advertising • Broadcasting • Public Relation

Terakreditasi "A" SK No. 2016/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

### **SURAT TUGAS**

**No. 073 / A.3 - III / VIII / 2018**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menugaskan kepada :

Nama : Muhammad Muttaqien, S.IKom., M.Sn  
Jabatan : Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIPOL UMY

Untuk melakukan pengabdian masyarakat di Desa Jarum, Kecamatan Bayat,  
Kabupaten Klaten dalam acara "Sosialisasi penggunaan dan optimalisasi  
sosial media sebagai sarana pemasaran". Kegiatan tersebut akan  
dilaksanakan pada

Hari/Tanggal : Senin, 20 Agustus 2018  
Waktu : 08.00 – 11.00  
Tempat : Aula Balai Desa Jarum  
Acara : Sosialisasi Penggunaan dan Optimalisasi Sosial Media  
sebagai Sarana Pemasaran

Demikian surat tugas ini disampaikan, agar dapat dilaksanakan sebagaimana  
mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 13 Agustus 2018

Mengetahui,  


Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP,M.Sc  
NIP 19701122199702 163 051



**PEMERINTAH KABUPATEN KLATEN  
KECAMATAN BAYAT  
DESA JARUM**

*Jln. Kebonagung, Jarum, Bayat, Klaten. Kode Pos : 57462*

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 005/18/IX/2018

1. Yang bertanda tangan di bawah ini
  - a. Nama : Hj. SURATMI
  - b. Jabatan : KEPALA DESA JARUM
  
2. Berdasarkan kegiatan KKN Tematik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta , perihal pemateri kegiatan Sosialisasi Penggunaan dan Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Pemasaran kepada :
  - a. Nama : Bpk. MUHAMMAD MUTTAQIEN, S.IKom., M.Sn;
  - b. NIK : 19871120201704 163 164
  - c. Jabatan : DOSEN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
  
3. Telah menjadi pemateri dalam acara Sosialisasi Penggunaan dan Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Pemasaran yang dilaksanakan oleh Tim KKN Tematik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada hari Senin 20 Agustus 2018 pukul 08.00 WIB – 11.30 WIB di Aula Balai Desa Jarum.

Klaten, 10 September 2018

Kepala Desa Jarum

  
Hj. Suratmi



DAFTAR HADIR TAMU UNDANGAN

| No | Nama          | Pengrajin / Kelompok | Alamat      | Nomor HP         | Tanda Tangan |
|----|---------------|----------------------|-------------|------------------|--------------|
| 1  | SRIlestari    | Batik                | Kebon Agung | 087734005311     | [Signature]  |
| 2  | Juni wiyantza | TELUR ASIN           | KARANGANYAR | 089343645665     | [Signature]  |
| 3  | Las Hafizh    | Pemuda               | KARANGANYAR | 085800500804     | [Signature]  |
| 4  | Siratemi      | BATIK                | Kedunggung  | 08572827281      | [Signature]  |
| 5  | DAlineem      | BATIK                | Junggul     | -                | [Signature]  |
| 6  | Ngatini       | BATIK                | Junggul     | 08572958417      | [Signature]  |
| 7  | Lasiyam       | Batik                | Kalisaga    | 08564324886      | [Signature]  |
| 8  | Sugiyem       | Batik                | -           | 081328244780     | [Signature]  |
| 9  | Siti Rochani  | "                    | "           | 081519174022     | [Signature]  |
| 10 | Dayat         | Dagang               | Ko. Nongko  | 015-356292564109 | [Signature]  |
| 11 | Ski Mulyari   | Dagang               | Ko. Nongko  | 085799238056     | [Signature]  |
| 12 | Sarwidi       | Batik                | kebon agung | 0853280820341    | [Signature]  |
| 13 | Miyono        | Batik                | Pendem      | 08562950979      | [Signature]  |
| 14 | Garry         | Pendopo              | Jarum       | 08584218882      | [Signature]  |
| 15 | Pita          | Pambak               | Kr. Gunung  | 085728236763     | [Signature]  |
| 16 | Dewi          | Batik/Pendopo        | Pd. Rejo    | 085728800302     | [Signature]  |
| 17 | Suharni       | Krasas               | K. Nongko   | -                | [Signature]  |
| 18 | Joni          | Unik Batik           | Kebon Agung | 085747112927     | [Signature]  |
| 20 |               |                      |             |                  |              |
| 21 |               |                      |             |                  |              |
| 22 |               |                      |             |                  |              |
| 23 |               |                      |             |                  |              |
| 24 |               |                      |             |                  |              |
| 25 |               |                      |             |                  |              |
| 26 |               |                      |             |                  |              |
| 27 |               |                      |             |                  |              |
| 28 |               |                      |             |                  |              |
| 29 |               |                      |             |                  |              |
| 30 |               |                      |             |                  |              |