

## SOSIALISASI DIGITAL MARKETING PENJUALAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KEPADA REMAJA YAYASAN YATIM PIATU HIDAYATULLAH

**Muhammad Hilmy Afif<sup>1</sup>, Hanief Aditiawan<sup>2</sup>, Dhiki Andhika<sup>3</sup>, Argo Tri Anggoro<sup>4</sup>, Jhon Wicllif Dakhi<sup>5</sup>, Nurul Syifa Fauzia Paksi<sup>6</sup>, Riki Sanjaya<sup>7</sup>, Safru Rozaky<sup>8</sup>, Sopian Sauri<sup>9</sup>, Teguh Istanto<sup>10</sup>, Tio Andrian, S.T., M.Kom<sup>11</sup>**

<sup>1-11</sup>Universitas Pamulang; Jl. Raya Puspittek No. 46 buaran, serpong, Kota Tangerang Selatan. Provinsi Banten 15310. (021) 741-2566 atau 7470 9855

<sup>1-11</sup>Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang

e-mail: <sup>1</sup>hilmi5160@gmail.com, <sup>2</sup>nayazila123@gmail.com, <sup>3</sup>dhikiandhika29@gmail.com, <sup>4</sup>arghoaje7@gmail.com, <sup>5</sup>jhondakhi@gmail.com, <sup>6</sup>Nrlsyifa29@gmail.com, <sup>7</sup>rikisanjay07@gmail.com, <sup>8</sup>safrurozaky17@gmail.com, <sup>9</sup>fhianguns@gmail.com, <sup>10</sup>Teguhistanto27@gmail.com, <sup>11</sup>dosen02592@unpam.ac.id

---

### *Abstrak*

*Masih kurangnya pemahaman mengenai strategi Digital Marketing melalui media sosial Instagram serta kurangnya minat belajar tentang Instagram. Ditambah dengan kurangnya sarana dan prasarana yang mendukung seperti komputer dan handphone untuk meningkatkan semangat dan minat belajar. Sasaran kegiatan ini adalah remaja Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah dengan mengedukasi melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan membantu menambah wawasan pengetahuan sehingga program pengabdian masyarakat ini dapat disambut baik oleh pihak pengurus dan remaja Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah. Upaya sosialisasi untuk meningkatkan pengetahuan terkait pengertian, fungsi, dan cara menggunakan Instagram sebagai media promosi atau penjualan kepada kalangan remaja, khususnya remaja Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah yang mayoritas belum memanfaatkan media sosial khususnya instagram sebagai media promosi dalam berbisnis. Metode Pelaksanaan yang digunakan untuk Sosialisasi Digital Marketing Penjualan Menggunakan Media Sosial Instagram Kepada Remaja Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah berupa presentasi pada Aula, yang berisi materi, diskusi, tanya jawab dan mendemonstrasikan menggunakan aplikasi Instagram kepada pararemajanya Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah Siswa dan Siswi remaja Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah dapat memahami isi materi yang telah kami sampaikan. diharapkan para siswa dan siswi dapat mengoperasikan dan mengaplikasikan materi yang telah disampaikan dengan baik dan benar*

*Kata kunci: Media Sosial, Teknologi, Pelatihan*

---

### I. PENDAHULUAN

Di era modern ini, dimana jumlah populasi semakin meningkat diseluruh dunia, tingkat perkembangan teknologi, dalam hal ini media sosial pun juga semakin meningkat, tak terkecuali di negara Indonesia. Diindonesia sebanyak 130 juta orang dari 256,4 juta orang atau sekitar 49 persen diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial (Lufthi Anggraeni, 2018)

Jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat sangat beragam. Menurut hasil riset oleh 'We Are Social' diantara banyaknya jenis mediasosial tersebut, media sosial yang diminati orang Indonesia saat ini diantaranya Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter. Berdasarkan informasi yang dimuat dalam wartakota, Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang.

Saat ini instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, selain menjadi media sosial yang banyak diminati, Instagram juga merupakan media sosial yang mempunyaipeluang besar dalam kegiatan bisnis. Country Director Facebook Indonesia, Sri Widowati mengatakan bahwa 80% user Instagram mengikuti setidaknya satu akun bisnis. Berdasarkan data survei dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Badan Pusat Statistik (BPS), sektor ekonomi kreatif menyumbang sebanyak 7,38% dalam bidang perekonomian nasional tahun 2016 dan sektor mode memberi kontribusi sebanyak 18,15%. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin menyadari keberadaan industri fashion dan pentingnya berpenampilan menarik dengan mengikuti trend fashion yang sedang berkembang.

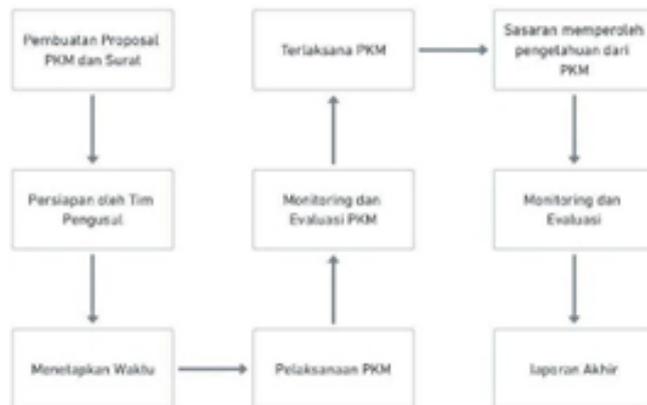
Namun pada kenyataannya, di kalangan remaja banyak yang masih belum menyadari akan pentingnya sosial media yang dimanfaatkan untuk media promosi dalam berbisnis, mayoritas remaja saat ini hanya memanfaatkan sosial media khususnya instagram untuk sarana pemuas kebutuhan hiburan semata, tak terkecuali remaja pada Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah.

Oleh karena itu dibutuhkan upaya sosialisasi untuk meningkatkan pengetahuan terkait pengertian, fungsi, dan cara menggunakan Instagram sebagai media promosi atau penjualan kepada kalangan remaja, khususnya remaja Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah yang mayoritas belum memanfaatkan media sosial khususnya instagram sebagai media promosi dalam berbisnis. Dengan adanya sosialisasi program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diharapkan dapat membantu menambah wawasan pengetahuan remaja Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah dalam mengoperasikan media sosial Instagram sebagai media promosi dalam berbisnis dan memperluas wawasan tentang strategi marketing penjualan. Besar harapan kami untuk kegiatan yang akan dilaksanakan ini nantinya mendapat dukungan dari warga setempat dan berbagai pihak terkait serta dapat memberikan manfaat kepada seluruh masyarakat.

**II. METODE PELAKSANAAN**

Metode Pelaksanaan yang digunakan untuk “SOSIALISASI DIGITAL MARKETING PENJUALAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KEPADA REMAJA YAYASAN YATIM PIATU HIDAYATULLAH” ini akan dilaksanakan di aula Masjid Hidayatullah yang

berlokasi sama dengan Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah. Adapun dibawah ini merupakan serangkaian proses kegiatan yang dilaksanakan secara sistematis dan terencana yang meliputi tahapan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Diagram alur Pelaksanaan PKM

Dari Tahapan-tahapan diatas, dapat dideskripsikan sebagai berikut:

**2.1 Tahap Persiapan**

Pada bagian ini diuraikan beberapa poin dari setiap persiapan sebelum kegiatan dilaksanakan, diantaranya:

1. Tahap Pembuatan Proposal PKM dan Surat  
 Dilaksanakan 1 Bulan sebelum kegiatan, pada tahap ini, tim akan membuat proposal yang terdiri dari 4 Bab, yang akan dikumpulkan ke dosen pembimbing. Serta membuat surat yang akan diberikan ke Yayasan yang dituju. Keterangan dapat dilihat di Tabel 3.1
2. Tahap Persiapan Tim Pengusul  
 Dilaksanakan 2 Minggu sebelum kegiatan. Pada tahap ini tim akan menyiapkan alat-alat perlengkapan seperti transportasi, kamera, konsumsi, media presentasi seperti ppt sebagai panduan materi yang akan dijelaskan.
3. Tahap Menetapkan waktu  
 Dilaksanakan maksimal 1 Minggu sebelum kegiatan, Tim pelaksana bernegosiasi dengan pihak Yayasan untuk menggelar kegiatan PKM.

**2.2 Tahap Pelaksanaan**

Pada bagian ini diuraikan secara jelas teknik, cara atau tahapan pekerjaan dalam menyelesaikan permasalahan dan sekaligus pencapaian tujuan program.

1. Tahap Pelaksana PKM  
 Tahap ini dilaksanakan setelah mendapat perizinan dari pihak Yayasan, dan dilanjutkan mentransfer pengetahuan dari tim kepada kelompok sasaran.

2. Penjelasan Materi  
Pada metode penjelasan materi, setiap pemateri menyampaikan materi tentang penggunaan digital marketing menggunakan media social Instagram yang mencakup pengertian, fungsi, manfaat, dan cara menggunakan Instagram sebagai media promosi atau penjualan.
3. Diskusi (Tanya Jawab)  
Lalu pada metode diskusi ini akan dilakukan sesi tanya jawab. Ini dilakukan agar target dapat memahami materi yang disampaikan dan bertanya jika masih kurang mengerti dari materi yang disampaikan.
4. Praktek  
Setelah itu akan diadakan kegiatan praktek dimana target akan diarahkan untuk mempraktikkan apa yang telah disampaikan sebelumnya oleh pemateri.
5. Tahap Monitoring dan Evaluasi  
Tahap ini merupakan tahap pemantauan kegiatan dengan tujuan memberikan gambaran kepada tim pengusul tentang keberhasilan program yang sudah dilakukan. Evaluasi yaitu tersampainya materi yang dibawa tim kepada kelompok sasaran.
6. Tahap Laporan Akhir  
Tahap penyusunan laporan kegiatan.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan yang diidentifikasi dimana Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah ini lebih difokuskan pada ilmu keagamaan, maka dari itu, masih banyak anak asuh yayasan yang belum mengetahui dan memanfaatkan penggunaan aplikasi social media Instagram dengan baik. Kurangnya pengetahuan tentang fitur – fitur di dalam Instagram, dan juga kurangnya cara memanfaatkan aplikasi sosial media tersebut untuk berbisnis yang nantinya setelah mereka lulus bisa digunakan oleh anak asuh Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah yang kesulitan. Oleh karena itu dibutuhkan upaya sosialisasi untuk meningkatkan pengetahuan terkait pengertian, fungsi, dan cara menggunakan Instagram sebagai media promosi atau penjualan kepada kalangan remaja, khususnya remaja Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah yang mayoritas belum memanfaatkan media sosial khususnya instagram sebagai media promosi dalam berbisnis. Dengan adanya sosialisasi program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diharapkan dapat membantu menambah wawasan pengetahuan remaja Yayasan

Yatim Piatu Hidayatullah dalam mengoperasikan media sosial Instagram sebagai media promosi dalam berbisnis dan memperluas wawasan tentang strategi marketing penjualan. Hal tersebut dapat dilihat dari dokumentasi di bawah ini.



Gambar 3. 1 Proses Pemaparan Materi



Gambar 3. 2 Pelaksanaan Praktek



Gambar 3. 3 Pelaksanaan Praktek dari Materi

Proses selanjutnya setelah dilakukan edukasi pengetahuan tentang Sosialisasi Digital Marketing Penjualan Menggunakan Media Sosial Instagram Kepada Remaja Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah dengan hal ini kita memberikan pelatihan dasar,

mengenai Peralihan akun dari pribadi Menjadi Akun bisnis melalui pemberian materi yang kami sediakan, yang dipandu oleh tim mahasiswa dimulai dari pengenalan instagram pribadi, dengan instagram bisnis membuat design atau template, input text, dan sampai berhasil Menguplod ke social media instagram

Mengingat hal tersebut merupakan pengalaman pertama kali bagi masyarakat khususnya siswa-siswi, sehingga pada saat proses pendampingan pembuatan design dan template para siswa-siswi masih mengalami kesulitan dan kendala setiap prosesnya. Meskipun demikian, para siswa-siswi sangat antusias dalam mengikuti pelatihan yang kami berikan sehingga proses tersebut bisa berjalan sesuai keinginan. Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Siswa dan Siswi remaja Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah dapat memahami isi materi yang telah kami sampaikan. diharapkan para siswa dan siswi dapat mengoperasikan dan mengaplikasikan materi yang telah disampaikan dengan baik dan benar. Selain memberikan edukasi dan pelatihan kami juga memberikan Kenang-kenangan untuk yayasan dan memberikan piagam penghargaan atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Hal tersebut dapat dilihat dari dokumentasi dibawah ini.



Gambar 3. 4 Pemberian Kenang-kenangan



Gambar 3. 5 Foto Bersama Peserta PKM

## IV. SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik setelah pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) oleh mahasiswa-mahasiswa Program Studi Teknik Informatika UNPAM. Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Siswa dan Siswi remaja Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah dapat memahami isi materi yang telah kami sampaikan. Kami sebagai mahasiswa/i sangat senang dapat melaksanakan kegiatan PKM di Yayasan Yatim Piatu Hidayatullah, dan diharapkan para siswa dan siswi dapat mengoperasikan dan mengaplikasikan materi yang telah disampaikan dengan baik dan benar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Puspitarini, Dinda. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. Bandung: Telkom University (Jurnal)
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. (Jurnal Manajemen Komunikasi)
- Permatasari, G. (2016). Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian Yogurt Cimory. Institut Pertanian Bogor.
- Gumilang, Risa Ratna. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. STIE Sebelas April Sumedang (Jurnal)
- Untari1, Dewi , & Fajariana, Dewi Endah. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). Bandung: Universitas Winaya (Jurnal)