



## Pelatihan Manajemen Konten Sosial Media Untuk Promosi Rental Perlengkapan Bayi "Teman Bayiku"

**Bhanu Sri Nugraha<sup>1</sup>, Lukman<sup>2\*</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Amikom Yogyakarta, Jl. Padjajaran, Ring Road Utara, Kel. Condongcatur, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia

### Keywords:

marketing,  
social media,  
internet,  
technology,  
promotion

### Article history:

Received  
15 June 2023  
Revised  
2 July 2023  
Accepted  
15 July 2023  
Published  
20 July 2023

### Kata Kunci:

pemasaran,  
media sosial,  
internet,  
teknologi,  
promosi

### ABSTRACT

"Teman Bayiku" is a home-based business (UKM) which is engaged in the rental and sale of baby equipment. During running the business there are problems in marketing, namely the lack of marketing outreach. The proposer provides a solution for utilizing and using social media, which is one way to expand marketing reach and educate potential consumers that they still carry out health procedures before and after borrowing equipment according to health protocol standards.

Therefore, this proposed community service activity aims to provide basic knowledge about marketing techniques using the internet. It is hoped that the results of the training utilizing promotion on social media will be used optimally by the rental so that it can socialize the implementation of health protocols and promote variants of its business equipment. As an output is the provision of an operational tool to be able to access social media, and social media knowledge that can be used to assist marketing activities and business information. The number of Instagram social media posts increased to 264 with 1395 followers.

### ABSTRAK

Teman Bayiku merupakan usaha rumahan (UKM) yang bergerak dalam bidang jasa penyewaan dan jual beli perlengkapan bayi. Selama menjalankan usahanya terdapat masalah dalam pemasaran yaitu kurangnya jangkauan pemasaran. Pengusul memberikan solusi pemanfaatan dan penggunaan sosial media, yang mana merupakan salah satu cara untuk memperluas jangkauan pemasaran dan memberi edukasi kepada calon konsumen bahwa tetap melaksanakan prosedur kesehatan sebelum dan sesudah meminjam alat sesuai standar protokol kesehatan.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dasar tentang teknik pemasaran dengan menggunakan internet. Hasil pelatihan memanfaatkan promosi di sosial media diharapkan akan digunakan secara maksimal oleh rental tersebut agar dapat mensosialisasikan penerapan protokol kesehatan dan mempromosikan varian-varian peralatan usahanya. Sebagai luarannya adalah pemberian sebuah perangkat operasional untuk bisa akses ke media sosial, dan ilmu pengetahuan mengenai media sosial yang dapat digunakan untuk membantu kegiatan pemasaran dan informasi usaha. Jumlah postingan sosial media Instagram meningkat menjadi 264 dengan pengikut 1395 follower.

\*Corresponding author: [masman@amikom.ac.id](mailto:masman@amikom.ac.id)

Peer review under responsibility of Lembaga Penelitian & Pengabdian Masyarakat Univ. Amikom Yogyakarta.

© 2023 Hosting by Universitas Amikom Yogyakarta. All rights reserved.

<http://dx.doi.org/10.24076/swagati.2023v1i2.1143>

## 1. Pendahuluan

Internet menurut Oetomo di tahun 2002, merupakan singkatan dari International Network. Dapat juga diartikan sebagai jaringan komputer yang super besar, karena jaringan komputer itu sendiri terdiri dari beberapa jaringan kecil yang terhubung satu dengan yang lainnya (Nugroho, Sarwo, 2014). Sedangkan menurut Onno W. Purbo di tahun 2005, Internet adalah suatu metode yang dimanfaatkan untuk menyederhanakan proses komunikasi. Komunikasi tersebut terhubung melalui berbagai aplikasi antara lain website, VoIP, dan email (Oetomo, 2002). Internet itu sendiri dapat dimanfaatkan untuk menerima dan menampilkan layanan pendidikan, bisnis, dan hiburan secara langsung ke semua orang di penjuru dunia.

Adapun promosi memiliki pengaruh yang besar terhadap upaya sebuah perusahaan untuk mencapai target volume penjualan yang maksimal. (Suharsono, Riyanto Setiawan, Sari Rini Purnama, 2019)

Meskipun produk yang ditawarkan relatif murah dan mudah, untuk mempertahankan tingkat penjualan tanpa promosi yang baik tidak akan cukup. Di antara semua hal yang diharapkan dari kampanye, penting untuk mempertimbangkan bahwa biaya kegiatan promosi dapat berdampak besar pada peningkatan penjualan serta sampai mana kampanye dapat memengaruhi pelanggan untuk memakai atau membeli produk yang ditawarkan (Priambada, Swasta, 2015).

Temuan menunjukkan bahwa media pemasaran yang paling banyak digunakan adalah website, Facebook dan email. Sebagian besar pelaku bisnis dapat menggunakan media sosial untuk terlibat dengan konsumen secara pribadi, mempromosikan dan mengiklankan, mendokumentasikan kebutuhan konsumen, dan mengomunikasikan tanggapan kepada konsumen. Media sosial juga menjadi media informasi dan komunikasi yang efektif bagi UKM, meningkatkan pangsa pasar dan membantu pengambilan keputusan bisnis. Menggunakan media sosial dapat meningkatkan penjualan hingga lebih dari 100% jika digunakan secara konsisten dan diperbarui setiap hari. Kesimpulan dari penelitian ini adalah media sosial berpotensi kuat meningkatkan pangsa pasar serta penjualan, sehingga perlu dioptimalkan dan digunakan secara kontinyu (Onno w dan Wahyudi, 2001)

Rental Perlengkapan Bayi "Teman Bayiku" (Mitra) adalah sebuah usaha rumahan yang didirikan pada tahun 2010 dan berlokasi di Jl. tulip RT.01 RW. 40, Blotan, Wedomartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584. Mitra saat ini memiliki usaha rental peralatan bayi. Contoh produk yang bisa disewa adalah stroller, keranjang bayi, dan ayunan anak-anak.

Mitra dalam menjalankan bisnisnya selama ini tidak pernah melakukan iklan promosi secara terstruktur. Banyak

permintaan sewa yang diterima merupakan kenalan, keluarga, teman serta tetangga sekitar rental. Mitra melakukan promosi dengan membuat akun instagram yang memiliki 1368 follower dan 201 jumlah post (data hingga 22 okt 2022).

Alat komunikasi bisnis yang digunakan oleh mitra selama ini menggunakan smartphone Android seri lama dengan kemampuan kamera yang resolusinya rendah serta kurang bagus hasilnya untuk pengambilan gambar indoor. Perangkat tersebut juga dipergunakan untuk upload gambar ke instagram dan berkomunikasi melalui aplikasi Whatsapp. Pada Gambar 1 terlihat beberapa perlengkapan bayi yang disewakan.



Gambar 1. Suasana rental di lokasi mitra

Dalam melakukan proses pengamatan, pengusul mengidentifikasi masalah yang terjadi pada mitra yaitu:

1. Mitra dalam pemasarannya tidak memaksimalkan akun sosial media untuk mengiklankan usahanya.
2. Mitra tidak memiliki pengetahuan tentang periklanan di sosial media.
3. Tidak memiliki perangkat operasional khusus untuk operasional Mitra. Terlebih mengingat gadget yang ada juga digunakan untuk keperluan pribadi, dan keluarga.

Setelah mengamati dan menganalisis subjek, penulis mengevaluasi informasi yang penulis peroleh. Dalam hal hasil evaluasi singkat dapat disimpulkan bahwa, mitra memerlukan hal-hal berikut:

1. Mitra dirasa perlu membuat akun media sosial (Instagram Business) untuk mempromosikan bisnisnya.
2. Mitra perlu dilatih dan dibimbing dalam operasi periklanan media sosial untuk mengiklankan dan mempromosikan kegiatan bisnis mereka.
3. Perlu menyediakan alat khusus kepada mitra untuk operasi promosi dan catatan aktivitas komersial.

## 2. Metode

Dalam melaksanakan kegiatan ini, penulis menghasilkan Tabel 1 untuk menggambarkan masalah mitra dan solusi yang diusulkan. Mitra memiliki masalah di bidang pemasaran.

Tabel. 1 Permasalahan mitra dan solusi

No	Permasalahan Mitra	Solusi pengusul
1	Mitra saat ini tidak memiliki akun sosial media untuk mempromosikan bisnisnya.	Mitra dibuatkan akun Bisnis sosial media Instagram untuk mempromosikan usahanya.
2	Mitra belum dapat mempublikasikan hasil pekerjaannya dalam bentuk promosi iklan.	Diberikan pelatihan mengenal serta menggunakan periklanan di sosmed Instagram untuk mempublikasikan hasil pekerjaannya.
3	Tidak adanya perangkat khusus untuk operasional Mitra.	Diberikan hibah perangkat khusus untuk operasional Mitra, berupa smartphone.

Bentuk kegiatan yang dilakukan serta peran dari mitra dapat dilihat dalam tabel 2 berikut ini.

Tabel. 2 Alur kegiatan dan partisipasi mitra

No	Kegiatan	Partisipasi Mitra
1	Mempersiapkan alat bahan dan sarana pendukungnya	Berpartisipasi secara pasif dengan mengalokasikan waktu bersama untuk persiapan kegiatan dan acara.
2	Membuat akun sosial media Instagram untuk Bisnis	Berpartisipasi secara pro aktif dengan meluangkan waktu berdiskusi membuat nama akun Instagram.
3	Pelatihan pengenalan dan Penggunaan Kampanye Iklan di media sosial Instagram.	Berpartisipasi aktif dengan mengikuti pelatihan.
4	Memberikan hibah perangkat khusus untuk operasional pemasaran Mitra	Berpartisipasi aktif dengan mengikuti kegiatan.
5	Menyusun Laporan	Bersama mitra mendukung seluruh kegiatan dokumentasi, dan proses administrasi selama membuat laporan.

6	Monitoring dan Evaluasi	Mitra membantu pengusul untuk menyediakan data yang diperlukan.
---	-------------------------	---

Untuk keperluan monitoring dan evaluasi, maka setelah implementasi program ini terdapat beberapa hal yang dapat ditunjukkan sebagai bukti kegiatan. Instrumen evaluasinya adalah berikut ini:

1. Laporan kinerja dari iklan akun Instagram berupa screenshot Instagram Insight.
2. Dokumentasi foto kegiatan dan bahan ajar materi pelatihan.
3. Dokumentasi foto kegiatan pemberian hibah perangkat khusus untuk operasional Mitra

## 3. Hasil dan Pembahasan

Dalam melaksanakan kegiatan, penulis serta mitra menggunakan alur kegiatan seperti pada gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Alur kegiatan Abdimas

Pada tahap pertama, kegiatan diawali dengan pengumpulan data tentang mitra, selanjutnya membuat akun Bisnis di Instagram.

Mitra mengunduh aplikasi Instagram dari toko aplikasi yang sesuai dengan perangkat. Instal aplikasi Instagram di perangkat Mitra. Selanjutnya membuka aplikasi Instagram dan ketuk "Daftar" untuk membuat akun baru. Mitra mendaftar menggunakan alamat email atau nomor telepon. Jika Mitra ingin menggunakan profil bisnis yang terpisah dari akun pribadi, pastikan untuk membuat akun baru.

Memilih nama pengguna yang unik yang akan digunakan untuk akun Bisnis. Penulis dan mitra menggunakan nama yang terkait dengan bisnis agar mudah diingat dan dikenali oleh pengguna. Buat kata sandi yang kuat untuk melindungi akun Instagram. Setelah mendaftar, Instagram akan meminta untuk mengisi profil akun. Pilih "Bisnis" saat diminta untuk memilih jenis akun. Memasukkan informasi bisnis yang relevan, seperti nama bisnis, alamat, dan kontak.



Gambar 3. Akun IG teman bayiku

Jika bisnis memiliki halaman Facebook, kaitkan dengan akun Instagram Bisnis Ini akan memungkinkan untuk mengelola kedua platform dengan lebih efisien dan memanfaatkan fitur-fitur seperti iklan terintegrasi dan insight pengguna. Mengunggah gambar profil yang representatif untuk bisnis. Mitra menggunakan logo bisnis atau gambar yang mencerminkan identitas dan merek bisnis. Penulis memastikan gambar memiliki resolusi yang baik dan mudah dikenali dalam ukuran kecil.

Setelah profil selesai, Instagram akan menawarkan opsi untuk menghubungkan dengan teman-teman di daftar kontak atau akun media sosial lainnya. Mitra juga dapat melewati langkah ini dan menemukan pengguna baru atau mengikuti akun bisnis lainnya di kemudian waktu. Setelah langkah-langkah ini, Mitra akan memiliki akun Bisnis yang siap untuk digunakan di Instagram. Konsistensi merek dan interaksi secara aktif dengan pengikut harus dijaga dengan memposting konten berkualitas, menggunakan fitur-fitur bisnis seperti analitik, dan mengoptimalkan penggunaan Instagram untuk keperluan promosi dan pemasaran bisnis.

Untuk menggunakan periklanan di media sosial Instagram, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah membuat akun Bisnis di Instagram jika belum dimiliki. Setelah itu, Mitra perlu mengaitkan akun Bisnis Instagram dengan halaman Facebook jika Mitra memiliki halaman bisnis di platform tersebut. Setelah akun Bisnis diatur, langkah berikutnya adalah mengakses Pengelola Iklan Facebook.

Melalui Pengelola Iklan, Mitra dapat membuat kampanye iklan dengan memilih tujuan yang sesuai dengan kebutuhan bisnis Mitra, seperti meningkatkan kesadaran merek atau mengarahkan lalu lintas ke situs web Mitra. Selanjutnya, Mitra akan dapat menentukan target audiens yang tepat untuk kampanye Mitra, dengan menggunakan kriteria

demografis, minat, dan perilaku yang relevan. Setelah itu, Mitra dapat memilih format iklan yang paling sesuai untuk mencapai tujuan kampanye Mitra, seperti gambar, video, karusel, atau iklan Stories.



Gambar 4. Iklan melalui story IG

Mitra juga dapat mengatur anggaran dan jadwal tampilan iklan sesuai dengan kebutuhan Mitra. Setelah semua pengaturan dilakukan, Mitra dapat membuat konten iklan yang menarik dan relevan, dengan memperhatikan tata letak, pesan, dan elemen visual yang menarik. Setelah kampanye dimulai, Mitra dapat memantau kinerja iklan melalui Pengelola Iklan Facebook dan melakukan optimasi jika diperlukan untuk memaksimalkan hasil kampanye.

Penting untuk terus mengevaluasi dan menganalisis metrik kampanye agar Mitra dapat mengukur keberhasilan dan memperbaiki strategi pemasaran di masa depan.

Pada tahapan promosi dilakukan pendampingan dan pelatihan terkait bagaimana memposting promosi rental perlengkapan bayi di Instagram, Mitra dapat mengikuti langkah-langkah berikut. Pertama, persiapkan konten promosi yang menarik dan informatif, menggunakan foto atau video berkualitas tinggi dari perlengkapan bayi yang disewakan. Setelah itu, buka aplikasi Instagram dan pastikan sudah masuk ke akun Bisnis.



Gambar 5. Promosi melalui IG

Pilih jenis postingan yang ingin dibagikan, seperti foto, video, atau karusel dengan beberapa gambar. Selanjutnya, pilih konten promosi yang sudah disiapkan dan lakukan edit jika diperlukan. Mitra dapat memotong foto atau video, menambahkan filter, dan menyesuaikan pencahayaan atau kontras. Selain itu, tambahkan deskripsi menarik yang memperkenalkan promosi dan memberikan informasi penting, seperti harga, durasi sewa, dan keuntungan menggunakan rental perlengkapan bayi Mitra.

Gunakan juga tagar yang relevan untuk meningkatkan jangkauan postingan. Jika Mitra memiliki lokasi fisik atau toko, tandai lokasi pada postingan untuk memudahkan pengguna menemukan Mitra. Mitra juga dapat menambahkan tautan atau menggunakan tombol aksi (CTA) untuk mengarahkan pengguna ke situs web atau halaman produk yang ditawarkan.

Setelah semua pengaturan selesai, periksa kembali konten, deskripsi, dan pengaturan postingan. Jika sudah siap, Mitra dapat mempublikasikan promosi rental perlengkapan bayi dengan menekan tombol "Posting". Penting untuk memantau aktivitas dan interaksi yang terjadi setelah postingan dipublikasikan, serta merespons komentar, pesan, dan interaksi pengguna dengan proaktif.

Dengan konsistensi dalam membagikan promosi dan berinteraksi dengan audiens, Mitra dapat membangun hubungan yang baik dan meningkatkan kepercayaan dalam layanan rental perlengkapan bayi yang ditawarkan. Setelah mitra melakukan kegiatan promosi secara terstruktur menggunakan akun bisnis, terjadi kenaikan jumlah postingan dari semula 201 menjadi sebesar 264. Sedangkan jumlah pengikut di awal program pengabdian masyarakat adalah 1.368 pengikut menjadi sebanyak 1.395 akun pengikut. (data hingga 22 Juni 2023).

Penambahan perangkat khusus untuk operasional Mitra juga berpengaruh terhadap kinerja mitra dalam layanan komunikasi peminjaman, booking dan transaksi usaha rental.

#### 4. Kesimpulan

Dalam studi kasus ini, kami melakukan penelitian untuk menganalisis efektivitas promosi rental perlengkapan bayi "Teman Bayiku" melalui media sosial Instagram. Dengan mengikuti langkah-langkah penggunaan periklanan di Instagram, Mitra dapat membuat postingan promosi yang menarik dan informatif, menggunakan konten berkualitas tinggi, dan menyampaikan informasi penting kepada target audiens.

Melalui penggunaan tagar yang relevan dan tautan yang disertakan, promosi dapat mencapai jangkauan yang lebih luas dan mengarahkan pengguna ke halaman produk atau situs web yang dituju. Dalam mempublikasikan postingan, Mitra perlu memperhatikan konsistensi, interaksi dengan pengguna, serta pemantauan dan analisis kinerja kampanye.

Hasil dari kegiatan ini terjadi peningkatan jumlah post sebanyak 63 postingan dan juga jumlah pengikut meningkat sebesar 27 akun. Adanya penambahan perangkat khusus manajemen akun media sosial juga menjadikan kegiatan operasional rental tidak terganggu.

Dalam keseluruhan penelitian ini, kami menyimpulkan bahwa penggunaan periklanan di Instagram dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan rental perlengkapan bayi dan meningkatkan kesadaran merek "Teman Bayiku" di kalangan target audiens.

#### Acknowledgements

Ucapan terima kasih dan apresiasi diberikan kepada Universitas Amikom Yogyakarta sebagai institusi pemberi dana hibah pengabdian serta "Teman Bayiku" sebagai mitra pengabdian yang telah turut serta dalam membantu terlaksananya program pengabdian ini.

#### Referensi

- Nugroho, Sarwo. (2014). Teknik Dasar Videografi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Oetomo (2002). 225). Perencanaan dan Pembangunan Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Priambada, Swasta. (2015) Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia (SESINDO), Volume: 2015, Departemen Sistem Informasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember
- Purbo, Onno W dan Wahyudi, Aang Arif. (2001). Mengenal E-Commerce. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Situmorang James R., (2010). Metrik Pemasaran Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran Perusahaan (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel) Jurnal Administrasi Bisnis (2010), Vol.6, No.2: hal. 114–131, (ISSN:0216–1249), Center for Business Studies. FISIP – Unpar.
- Suharsono, Riyanto Setiawan, Sari Rini Purnama, (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo), E-ISSN (Online) : 2621 – 3230 Volume 1, Nomor 2, Februari 2019, Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis.

