

## Optimalisasi Media Sosial Instagram Untuk Promosi Produk Hasil Daur Ulang Pada Bank Sampah Sakura

Malahayati<sup>1\*</sup>, Lailatur Rahmi<sup>2</sup>, Ega Asoka<sup>3</sup>, Ferizka Tiara Devani<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Politeknik Negeri Sriwijaya

<sup>1</sup>Malahayati@polsri.ac.id, <sup>2</sup>Lailaturrahmi@polsri.ac.id, <sup>3</sup>eggaasoka@polsri.ac.id,

<sup>4</sup>Ferizkatiaradevani@polsri.ac.id

\*Corresponding author

E-mail: malahayati@polsri.ac.id (Malahayati)\*

### Article History:

Received: 11 Februari 2023

Revised: 18 Mei 2023

Accepted: 24 Mei 2023

**Abstract:** *Sosial media merupakan sebuah media informasi elektronik yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi secara efektif dan menarik. Melalui media soaial ini maka semua informasi dapat dengan mudah dicerna oleh masyarakat apalagi hal tersebut menyangkut dengan kegiatan promosi. Promosi terhadap bank sampah Sakura dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial instagram yang merupakan alat bantu publikasi online yang tujuannya adalah untuk mendapatkan insight dari publik agar dapat mengenal produk hasil daur ulang pada bank sampah sakura. Pelatihan ini ditujukan untuk seluruh pekerja relawan sampah yang ada di Bank Sampah Sakura Palembang agar nantinya secara mandiri relawan tersebut dapat mengoptimalkan pemakaian media sosial instagram untuk mengembangkan promosi produk Bank Sampah Sakura.*

### Keywords:

*Media sosial, Instagram, Promosi produk.*

## Pendahuluan

Pemanfaatan media social merupakan saah salah satu sarana bagi pelaku usaha untuk terjun ke dalam pasar. Dengan ada nya perluasan di pasar digital sehingga dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan jumlah penjualan pada masa pandemic di karenakan pelanggan dapat mengetahui produk serta dapat melakukan pembelian secara online. Media sosial yang dapat digunakan untuk pemasaran antara lain adalah Instagram. Melalui Instagram pemasaran dapat dilakukan secara interaktif seehingga membantu menjalin hubungan yang positif antara pelaku usaha dan pelanggan, juga dapat meningkatkan brand-awareness pelanggan terhadap produk yang ada (Hartoyo & Sitorus, 2021).

Indika dalam penelitiannya terkait penggunaan instagram dalam melakukan promosi pada kawasan wisata, menyimpulkan bahwa penggunaan instagram dengan menggunakan foto yang di buat menarik denga berbagai kreasi merupakan salah satu factor yang sangat penting dalam mempromosikan objrk wisata sehingga dapat



menjadi pilihan atau daya Tarik konsumen dalam memilih tempat tujuan wisata. Penggunaan Instagram yang menarik dengan berbagai foto dan gambar telah terbukti memiliki korelasi yang kuat dalam mempengaruhi minat beli konsumen (Indika & Jovita, 2017).

Peningkatan pemasaran melalui media sosial dimulai sejak beberapa tahun terakhir khususnya ketika teknologi informasi internet dikenal berbagai kalangan masyarakat. Sehingga konsumen dapat mengetahui produk yang mereka butuhkan melalui dunia maya tersebut. Salah satu teknologi informasi media sosial yang digunakan adalah media sosial instagram. Satu kasus yang paling menarik, media sosial instagram merupakan salah satu kunci efektif bagi berbagai produk untuk dipromosikan karena memungkinkan penjual berkomunikasi secara langsung dengan konsumen mereka, memiliki peluang yang efektif untuk memasarkan produk dari usaha (Diyatma, 2017), selain itu media ini juga dapat mempromosikan berbagai kegiatan dan membangun kesadaran merek.

Instagram dapat menyampaikan produk dan merek dagang melalui tulisan, selain itu dapat menyampaikan pesan dari suatu brand dalam bentuk foto atau video (Henni, O., & Sari, 2018). Oleh karena itu sangat penting bagi Relawan Bank Sampah Sakura dalam memanfaatkan teknologi informasi instagram untuk meningkatkan pemasaran produk Bank Sampah Sakura. Melalui optimalisasi media sosial Instagram ini relawan bank sampah tersebut dapat menyampaikan ide atau pemikirannya kepada banyak orang dengan efektif dan respektif. Selain itu dengan memiliki kemampuan penggunaan teknologi informasi media sosial instagram, penjual memiliki kesempatan luas untuk mengaktualisasikan segala potensinya dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu, penting untuk memahami teknik dalam optimalisasi media sosial instagram dan cara melakukan pemasaran yang baik, serta bagaimana sebagai seorang penjual memberikan informasi melalui media yang kini dapat menjangkau berbagai pelosok daerah baik lokal, nasional bahkan internasional. Sesuai dengan tujuannya, pemasaran dengan menggunakan media sosial oleh para pelaku usaha antara lain untuk membangun hubungan, membangun merek, promosi serta riset pasar (Gunelius, 2011).

Kemampuan mengoptimalkan media sosial instagram menjadi suatu nilai tambah tersendiri yang berpengaruh besar bagi kalangan usaha. Sehingga konsumen akan lebih memilih untuk menggunakan kegiatan bermedia sosial dengan permasalahan yang mereka sampaikan. Berbeda dengan instagram, yang lebih menonjolkan gambar dan video maka bentuk instagram yang demikian memudahkan pengguna melihat berbagai gambar atau video dengan cepat. Hal tersebut meminimalisir kemungkinan terjadinya distraksi oleh pengguna instagram. Selain itu, tidak hanya foto, display atau tampilan sederhana yang menjadi karakteristik dari instagram, tetapi juga adanya hashtag yang mempermudah pencarian di instagram (Verawati, 2016)

Kondisi tersebut memungkinkan teknologi informasi instagram dapat menjadi

media promosi dan pemasaran yang efektif dalam dunia industri baik industri kecil, menengah maupun besar. Dengan memiliki kemampuan optimalisasi media sosial instagram yang baik, relawan bank sampah dapat meningkatkan promosinya. Oleh karena itu, sangat penting untuk memberikan pemahaman dan pengenalan mengenai optimalisasi media sosial instagram sesegera mungkin. Adanya pengenalan dan pemahaman optimalisasi media sosial instagram membantu untuk mempersiapkan para relawan bank sampah untuk menghadapi tantangan di dunia industri pada saat ini, dan memiliki kesempatan memasarkan produknya dalam berbagai cara. Optimalisasi media sosial juga diperlukan sehingga membentuk brand awareness bagi konsumen Bank Sampah Sakura. Dan Yacub dan Mustajab (2020) menyebutkan digital marketing menggunakan Instagram dan Facebook memiliki pengaruh signifikan terhadap brand awareness.

Pertimbangan paling utama dalam mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah memandang urgensinya kegiatan ini dalam memberikan pemahaman dan pengenalan pada pengoptimalan manfaat teknologi informasi media instagram ini merupakan sarana untuk meningkatkan pemasaran produk hasil dari daur ulang bank sampah Sakura, mengerti arti bagaimana pentingnya penggunaan teknologi informasi dalam melakukan promosi sehingga dapat berkembang dengan lebih baik.

## **Metode**

Lingkup pengabdian yang dilaksanakan berlokasi di Bank Sampah Sakura yang berada di kawasan Perumnas Talang Kelapa (Belakang SMAN 22 Palembang), Kel. Talang Kelapa, Kec Alang-Alang Lebar, Kota Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia. Kegiatan pengabdian dilakukan selama satu hari, yaitu tanggal 16 November 2022, pukul 08.00 sampai dengan pukul 16.00 WIB.

Metode pelaksanaan untuk program pengabdian masyarakat ini, yaitu dengan pengenalan dan pendampingan serta optimalisasi penggunaan teknologi informasi instagram dalam meningkatkan promosi produk. Berikut merupakan tahapan dalam pelaksanaan program pemanfaatan teknologi informasi Instagram untuk relawan Bank Sampah Sakura dalam optimalisasi promosi produk hasil daur ulang Bank Sampah Sakura:

1. Persiapan, pada tahapan ini dilakukan setelah adanya persetujuan untuk kegiatan ini direalisasikan yang menyangkut: tempat, waktu dan keperluan yang dibutuhkan.
2. Pelaksanaan kegiatan Program pemanfaatan teknologi informasi instagram dalam meningkatkan promosi produk daur ulang Bank Sampah Sakura pada relawan Bank Sampah Sakura. Tahap ini kegiatan utama berupa penjelasan materi, diskusi, serta pendampingan program pemanfaatan teknologi informasi instagram dalam meningkatkan promosi produk Bank Sampah Sakura

khususnya tentang beberapa aspek di dalamnya seperti cara penggunaan aplikasi, penggunaan fitur-fitur dalam teknologi informasi instagram, penggunaan terkait informasi, *picture*, *step* dan keterangan lainnya yang dapat digunakan dalam program optimalisasi media sosial instagram yang berguna untuk meningkatkan promosi produk hasil daur ulang Bank Sampah Sakura.

3. Evaluasi Kegiatan, tahap terakhir ini merupakan rangkaian kegiatan pelaksanaan evaluasi terhadap kegiatan pada tahap kedua.

## Hasil

Kegiatan optimalisasi penggunaan sosial media instagram untuk promosi produk daur ulang bank sampah sakura dihadiri oleh empat orang dalam satu tim pengabdian dan enam orang relawan sampah. Kegiatan bermula dengan pengenalan anggota pengabdian dan juga relawan sampah. Setelah itu berlanjut untuk penyampaian materi beserta ucapan terimakasih atas waktu yang telah diberikan.

Hasil yang sudah didapat dalam Pengabdian kepada masyarakat optimalisasi media sosial Instagram promosi produk hasil daur ulang, di Bank Sampah Sakura adalah:

- a. Melaksanakan kegiatan survey yang dilanjutkan dengan koordinasi. Pertama-tama dilakukan pemetaan masalah pada relawan Bank Sampah Sakura, yang selanjutnya didapatkan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh beberapa banyak anggota relawan Bank Sampah Sakura, belum dilakukan secara optimal dalam penggunaan sosial medinya karena masih mengandalkan promosi testimoni dan dari pameran ke pameran. berdasarkan pemetaan masalah tersebut mengerucut pada kurang terjangkaunya informasi mengenai pengoptimalan media sosial instagram yang sekarang banyak digunakan saat pelaksanaan pemasaran.
- b. Dari 6 Anggota relawan sampah 4 orang anggota sudah menggunakan instagram, namun kurang maksimal dalam menggunakan instagram, tidak menyelesaikan menginformasikan produk. Selebihnya belum menggunakan media sosial instagram, karena belum mengerti cara penggunaannya.
- c. Berdasarkan pada beberapa hal yang dikemukakan oleh ketua relawan sampah, disepakati untuk memberi pendampingan optimalisasi media sosial instagram relawan Bank Sampah Sakura, agar anggota relawan lebih mengenal media sosial instagram dan mampu memanfaatkannya untuk meningkatkan promosi, selanjutnya melakukan koordinasi untuk ikut mendukung kegiatan tersebut.
- d. Hasil koordinasi dengan Ketua Relawan Bank Sampah Sakura, disepakati bahwa pelaksanaan kegiatan di workshop yang sering digunakan untuk pertemuan dan pelatihan relawan Bank Sampah Sakura. Dengan fasilitas Laptop serta perangkat internet yang dianggap sesuai dengan stardar untuk melaksanakan pelatihan.



Gambar 1. Pemaparan Materi Kegiatan



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian



- e. Persiapan perangkat untuk presentasi dan materi yang disiapkan dari tim pelaksanaan dengan memperhatikan usulan ketua relawan sampah yaitu sesuai dengan apa yang membutuhkan anggotanya. Selain penyiapan materi, tim pengabdian juga melakukan pembekalan kepada tim pendamping untuk mempermudah pelaksanaan pendampingan. Materi yang diberikan dalam kegiatan pendampingan ini adalah: *slide* instagram dan fitur-fitur instagram,



contoh pembuatan tata letak gambar dan contoh foto yang menarik minat konsumen, serta pesan-pesan efektif yang mudah dipahami oleh pelanggan dan mudah diakses.

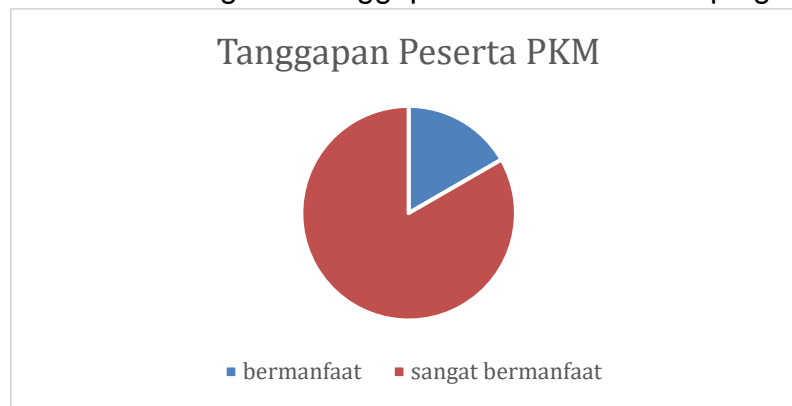
Dari hasil wawancara, diperoleh informasi bahwa Bank Sampah Sakura telah memiliki Instagram yang telah di manfaatkan untuk melakukan media promosi dan menguploadkan kegiatan kegiatan yang ada di bank sampah Sakura namun belum maksimal dalam penggunaannya. Ditandai dengan kurang banyaknya *followers* yang didapatkan oleh bank sampah Sakura. Oleh sebab itu, tim memutuskan untuk melakukan kegiatan pengabdian dengan tema Optimalisasi Media Sosial Instagram Untuk Promosi Produk Hasil Daur Ulang Pada Bank Sampah Sakura Dengan harapan dapat membantu Bank Sampah Sakura membuat Instagramnya memiliki tampilan yang lebih menarik sehingga banyak para pembeli tertarik untuk mengunjungi Instagram yang pada akhirnya akan berimbas pada meningkatkan penjualan produk daur ulang di bank sampah Sakura.

## Diskusi

Pada kegiatan PKM di Bank Sampah Sakura, materi yang disampaikan berfokus pada optimalisasi media sosial instagram yang selama ini digunakan. Terlihat dari akun instagram Bank Sampah Sakura, tampilan dan susunan foto dari setiap produk ataupun kegiatan bank sampah belum tertata dengan cukup baik. Oleh sebab itu, pengelola Bank Sampah Sakura diberikan arahan terkait cara menyusun tampilan foto produk atau kegiatan di Bank Sampah Sakura dengan menggunakan aplikasi grid foto. Dengan demikian, tampilan yang tersaji di instagram menjadi lebih menarik dan harapannya bisa meningkatkan *brand awareness* konsumen terhadap Banki Sampah Sakura.

Dalam kegiatan PKM optimalisasi media sosial instagram pada Bank Sampah Sakura melakukan pengawasan kepada peserta dan mengajukan pertanyaan mengenai pemahaman dan pengetahuan terhadap materi yang telah diberikan dan pemanfaatan media sosial instagram. Menurut hasil kuesioner ditemukan 1 peserta relawan Bank Sampah Sakura mengatakan kegiatan ini bermanfaat, 5 orang menyatakan sangat bermanfaat, serta ada sejumlah 6 peserta merasa memperoleh informasi baru dan terbantu dalam mempromosikan produk mereka. Materi yang diberikan sangat dibutuhkan dalam promosi produk Bank Sampah Sakura. Hasil kuesioner reponden peserta seperti tampak pada gambar 2.

Gambar 2. Diagram Tanggapan Peserta Pendampingan



Secara umum, berdasarkan hasil reponden dari segi pemanfaatan media sosial, para peserta program pemanfaatan media sosial instagram, ada 5 orang mengatakan menginstal dan memanfaatkan, serta 1 orang mengatakan akan mempelajarinya.

Kemudian, untuk peserta yang sudah menginstall instagram yakni sejumlah 6 peserta, 2 peserta menjawab sudah melakukan optimalisasi pemanfaatan media instagram dalam pemasaran produk mereka, sedangkan 4 orang yang telah menginstal instagram menjawab akan mengoptimalkan pemanfaat media sosial instagram.

Tahapan pelaksanaan pengabdian yang sudah dilakukan sampai saat ini adalah sudah pada pendampingan untuk optimalisasi media sosial instagram dalam promosi produk Bank Sampah Sakura. Dimana dari optimalisasi media sosial instagram dapat menghasilkan statistik berdasarkan jumlah foto diunggah, pada suka dan jumlah komentar yang diterima (Dwi & Kurniawati, 2017). Rencana selanjutnya adalah menyempurnakan pendampingan kepada anggota relawan secara keseluruhan agar dapat lebih mengoptimalkan *content creative* media sosial instagram sehingga membantu relawan Bank Sampah Sakura. Serta dapat memanfaatkan media sosial instagram pada relawan Bank Sampah di tempat lain baik di kota maupun di bagian wilayah Indonesia.

## Kesimpulan

Kegiatan pengabdian PKM optimalisasi media sosial instagram untuk promosi produk hasil daur ulang sudah dilakukan berupa pengenalan dan pendampingan pemanfaatan media sosial instagram. Pendampingan diawali dengan memberikan materi dan pengenalan mengenai media social instagram dan fitur-fitur yang terdapat pada instagram untuk dimanfaatkan pada pemasaran produk Bank Sampah Sakura. Pendampingan juga dilakukan dengan memberi pelatihan pada penggunaan media social instagram, mengenai gambar dan foto-foto yang dapat menarik minat pelanggan, serta pesan-pesan efektif yang ingin diketahui konsumen. Selain itu, Pendampingan dilakukan dengan memperbanyak follower agar lebih banyak lagi orang terterpa oleh pesan yang disampaikan. Menghasilkan statistik berdasarkan jumlah foto diunggah, pada suka dan jumlah komentar yang diterima pada media





sosial yang digunakan.

## Pengakuan/Acknowledgements

Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan perwujudan salah satu Tri Dharma Perguruan tinggi yang dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat Politeknik Negeri Sriwijaya. Laporan akhir pengabdian kepada masyarakat ini memuat bagaimana proses kegiatan yang dilakukan, dimulai dari proses kegiatan kepada mitra, identifikasi kebutuhan mitra, hingga luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Kami menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak sehingga kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan dengan baik sebagaimana mestinya, yakni Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Negeri Sriwijaya, Bank Sampah Sakura, serta pihak lainnya baik yang secara langsung maupun tidak langsung membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini.

## Daftar Referensi

- Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar the Influence of Product Promotion Through Social Media Instagram Towards Purchasing Decision in Saka Bistro & Bar. *Universitas Telkom*, 4(1), 175–179.
- Dwi, W., & Kurniawati, N. (2017). *Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan*. 127–143.
- Gunelius, S. (2011). *30- Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies*.
- Hartoyo, Y. R., & Sitorus, F. (2021). Utilization Instagram as a Marketing Communication Media in the Covid-19 Pandemic A Case Study: Oppa Akademi Korean Language Course Institute. *Proceedings of the 1st Annual International Conference on Natural and Social Science Education (ICNSSE 2020)*, 547(Icnsse 2020), 194–198.
- Henni, O., & Sari, A. (2018). *Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Respon Konsumen Di Bandar Lampung*.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Verawati, N. (2016). *PERGESERAN PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA BISNIS ONLINE (Studi Kasus pada Akun @Schonehazzle)*.