

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program – Program yang di laksanakan

Selama berlangsungnya kegiatan PKPM di kelurahan Margorejo kecamatan Metro Selatan kota Metro lampung, program dan kegiatan penunjang yang telah berjalan Yaitu sebagai berikut:

2.1.1 Penerapan Strategi Manajemen Media Sosial untuk UMKM

Strategi manajemen media sosial adalah rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dalam penggunaan media sosial oleh individu atau organisasi. Ini mencakup berbagai aspek, seperti bagaimana konten akan dibuat dan dibagikan, target audiens, platform yang akan digunakan, frekuensi posting, serta bagaimana kinerja akan diukur dan dioptimalkan. Komponen yang digunakan dalam strategi manajemen sosial di UMKM Khazanah Food Metro meliputi pembuatan akun media sosial berupa Instagram dan Tiktok, konten kalender, konten planner, dan buyer persona. Hal- hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar usaha yang telah dijalankan dapat lebih maju dan berkembang.

2.1.2 Kunjungan Ke UMKM Khazanah Food Metro

Dalam rangka pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), kami melakukan kunjungan ke UMKM Khazanah Food Metro untuk menjalin hubungan dan memahami lebih dalam tentang kegiatan serta produk yang mereka tawarkan. Kunjungan ini bertujuan untuk:

1. Mengamati dan mempelajari proses produksi Khazanah Food Metro, termasuk teknik dan prosedur yang mereka gunakan untuk memastikan kualitas produk.
2. Mengidentifikasi kebutuhan serta tantangan yang dihadapi oleh UMKM Khazanah Food Metro.
3. Berdasarkan hasil kunjungan dengan pengelola UMKM diketahui bahwa untuk mengelola media sosial, UMKM hanya memiliki satu akun

media sosial yaitu Facebook pemilik UMKM dan hanya sesekali mengunggah foto atau video di akun Facebook tersebut.

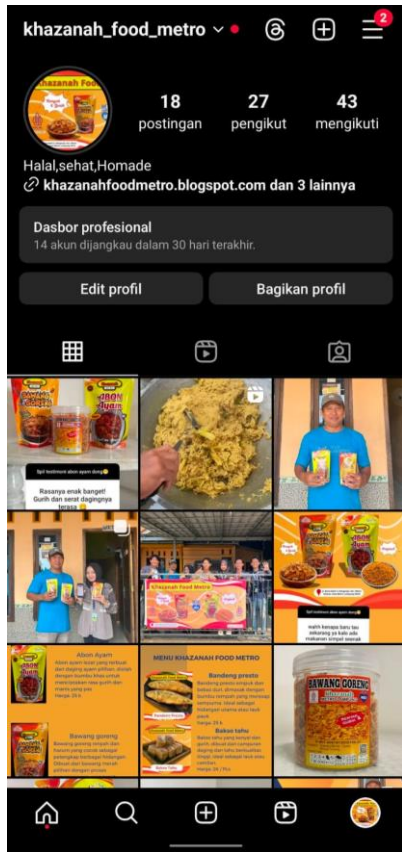
4. Membangun hubungan yang baik antara mahasiswa PKPM dengan UMKM.



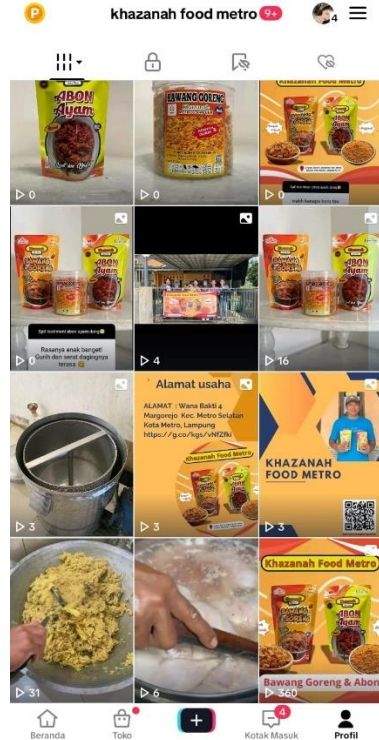
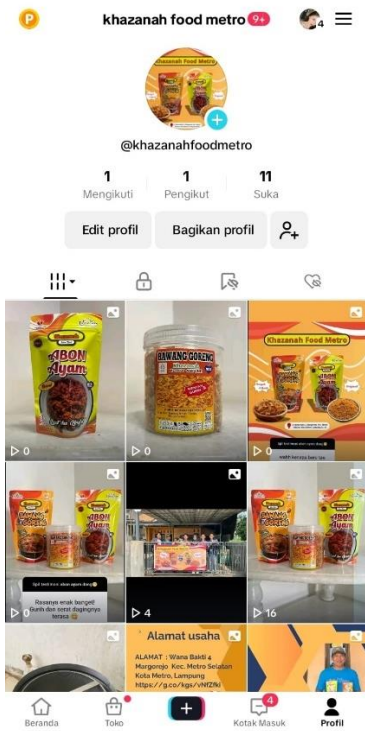
Gambar 2 | Kunjungan Ke UMKM Khazanah Food Metro

2.1.3 Pembuatan sosial media Instagram dan Tiktok untuk UMKM Khazanah Food Metro

Pembuatan akun media social Instagram bertujuan untuk mempromosikan produk UMKM Khazanah Food Metro, dengan adanya akun media social ini diharapkan penjualan akan mengalami peningkatan dan UMKM lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dengan adanya akun instagram pemilik UMKM akan mendapatkan keuntungan diantaranya: jangkauan pasarnya lebih luas sehingga minat beli semakin tinggi, memanage pesan lebih mudah dan cepat, dan sebagai tempat menaikkan branding produk agar lebih baik lagi.



Gambar 2 2 Akun Instagram Khazanah Food Metro



Gambar 2 3 Akun Tiktok Khazanah Food Metro

2.1.4 Penetapan Buyer Persona

Buyer persona adalah representasi pelanggan ideal yang dapat mempermudah bisnis memahami calon pelanggan. Dari pemahaman tersebut, bisnis dapat meningkatkan pelayanan sesuai dengan keinginan dan karakter target konsumen. Berikut ini adalah tabel buyer persona UMKM Khazanah Food Metro

Tabel 2. 1 Tabel buyer persona

| DEMOGRAFIS | PSIKOGRAFIS |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Usia :18-40• Jenis kelamin : laki- laki dan perempuan• Pekerjaan : pelajar, mahasiswa, pekerja kantoran, ibu rumah tangga• Pendapatan: Menengah ke atas• Lokasi: Metro | <ul style="list-style-type: none">• Gaya hidup: Sibuk, tidak punya waktu untuk memasak, mementingkan efisiensi waktu dan kenikmatan dalam menyantap makanan.• Kepedulian terhadap kesehatan: kualitas makanan yang terjamin bersih dan bergizi dengan harga yang terjangkau |

2.1.5 Pembuatan Content Calendar UMKM Khazanah Food Metro

Content calendar, atau kalender konten, adalah alat perencanaan yang digunakan untuk mengorganisir dan mengatur konten yang akan dipublikasikan, terutama di media sosial dan platform digital lainnya. Dengan menggunakan content calendar, tim pemasaran dapat merencanakan, mengatur jadwal publikasi, dan mengkoordinasikan konten secara efektif, sehingga memastikan bahwa konten yang disampaikan konsisten dan sesuai dengan rencana strategis bisnis. Berikut adalah content calendar UMKM Khazanah Food Metro:

| TT : promo loyalty | | | | | | | | | | |
|--------------------|------------------------------|--|-----------------------------|---|------------------------------------|---------------------------------------|---|--|--------------|------------------|
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K |
| | MINGGU | SENIN | SELASA | RABU | KAMIS | JUMAT | SABTU | Keterangan | Pilar Konten | |
| | | | | | 1 | 2 | 3 | | | |
| | | | | | IG : Review menu dan harga | IG :Review menu dan harga | IG Edukasi | Tiktok : Mengikuti Trend tiap hari yang berubah-ubah | | Entertain/lucuz |
| | | | | | tt 1:Promo Awal Agustus | TT : Menu | TT : Menu | | | Tutorial/Edukasi |
| | | | | | | | | | | Katalog Produk |
| | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | | | |
| | IG : live cooking show | IG : abon challenge | IG : nutrisi abon | IG : Menu | IG : New Stock | IG : Jumat berkah | IG : Poster promo dengan tampilan menarik | | | |
| | TT : testimoni pelanggan | TT : review kemasan | TT : Mukbang abon dan bagor | TT : tutorial masak | TT : loyalty program | TT : fakta menarik produk | FB : review menu dan harga | | | |
| | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | | | |
| | IG : polling and quiz | ig : Menu | IG : Colleb Influencer | IG : story kegiatan | IG : polling menu favorite | IG : pengumuman polling menu favorite | IG : Voucher belanja gratis untuk setiap pembelian di atas Rp.50000 | | | |
| | TT : info event | tt : highlight kebersihan dapur | tt : promo loyalty | TT : Makan Topping Abon dan bagor | tt : review outlet | tt : Jumat berkah | tt : informasi lokasi outlet | | | |
| | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | | | |
| | ig :memperingati kemerdekaan | IG : flash sale | IG : flash sale | tt : info opening | ig : kreatifitas cara memakan abon | tt : Jumat berkah | IG : informasi tenant | | | |
| | tt : testimoni pelanggan | tt : highlight kebersihan dapur | tt : promo buy 2 get 1 | IG : Cerita (Story) di Instagram tentang aktivitas harian | tt : challenge | TT : Menu | TT : promo pelajar | | | |
| | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | |
| | tt : bincang bersama owner | IG : Colleb UMKM | IG : menu | IG : promo loyalty | ig : testimoni pelanggan | IG : kandungan abon | IG : promo loyalty | | | |
| | ig : testimoni pelanggan | tt : informasi kualitas abon dan bagor | TT : review kegiatan | TT : nutrisi abon | TT : promo loyalty | TT : promo loyalty | TT :Bagikan cuplikan di balik layar kegiatan di dapur | | | |

<https://docs.google.com/file/d/1ufxW9BndFAF4sl7GYkCh7vjQcdHWHZws/edit?filetype=msexcel>

Gambar 2 4Content Calendar UMKM Khazanah Food Metro

2.1.6 Pembuatan Content Planning UMKM Khazanah Food Metro

Content Plan adalah instrumen penting dalam pelaksanaan content marketing, membantu tim digital marketing untuk menyusun apa konten yang akan diposting, melalui platform apa, target audiens dan kapan waktunya. Tujuan Dibuatnya Content Plan dapat membantu memastikan bahwa semua konten yang dibuat dan dipublikasikan sesuai dengan strategi pemasaran yang telah ditentukan. Dengan adanya panduan ini, tim konten dapat fokus pada tujuan-tujuan spesifik yang ingin dicapai. Dengan perencanaan yang baik, content plan membantu mengelola waktu dan sumber daya secara efisien. Ini memungkinkan tim untuk bekerja lebih efektif dan mengurangi risiko duplikasi usaha atau pembuatan konten yang tidak relevan. Content plan juga membantu menjaga konsistensi dalam publikasi konten. Konsistensi ini penting untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens dan menjaga mereka tetap terlibat dengan brand. Content plan memastikan bahwa setiap konten yang dibuat sesuai dengan kebutuhan dan preferensi target audiens. Hal ini penting untuk meningkatkan relevansi dan dampak konten terhadap audiens.

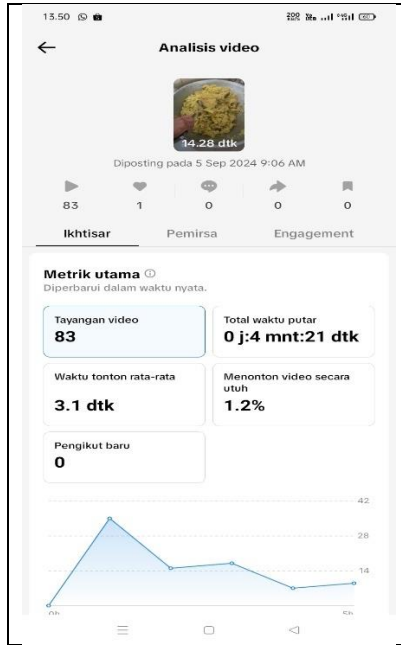
| Week | No | Headline | Content Pillar | Tipe Konten | Softselling | CTA | Status | Status | Caption |
|------|----|---|------------------------------|-----------------|-------------|---------|-------------|-----------|---|
| 1 | 1 | "Apa Itu Abon? Semua yang Perlu Kamu Tahu!" | edukasi | Video Reels | Yes | Share | On Progress | Scheduled | "Penasaran bagaimana abon dibuat? Simak proses selengkapnya dari bahan hingga siap disantap! #Abon #FoodFacts #BehindTheScenes" |
| | 2 | "Apa Kata Pelanggan Tentang Abon Kami?" | Testimoni Pelanggan | Video Tiktok | Yes | Follow | On Progress | Scheduled | "Testimoni langsung dari pelanggan kami tentang kenikmatan abon kami! Terima kasih atas dukungannya! #Testimoni #HappyCustomer" |
| 2 | 3 | "5 Hidangan dengan Bawang Goreng yang Bikin Nagih!" | Inspirasi Hidangan | Video Reels | Yes | Share | On Progress | Scheduled | "Temukan inspirasi hidangan dengan bawang goreng yang bikin nagih! Coba ide-ide ini di dapur kamu. #BawangGoreng #FoodInspiration #Yummy" |
| | 4 | "Kolaborasi Seru: Abon & Influencer!" | Kolaborasi | Video Tiktok | Yes | Follow | On Progress | Scheduled | "Kami berkolaborasi dengan Influencer untuk resep spesial dengan abon kami! Jangan lewatkan! #Kolaborasi #Influencer #Abon" |
| 3 | 5 | "Diskon Spesial Agustus: Dapatkan 20% Off!" | Promosi dan Penawaran Khusus | Story Instagram | Yes | Comment | On Progress | Scheduled | "Nikmati diskon 20% untuk semua produk kami sepanjang bulan Agustus! Gunakan kode: AUG20 #Diskon #PromoAbon #BawangGoreng" |
| | 6 | "Hari dalam Kehidupan di Kazanah Food Metro" | Centa di Balik Layar | Video Tiktok | Yes | Comment | On Progress | Scheduled | "Ikuti kami dalam hari biasa di Kazanah Food Metro dan lihat bagaimana produk kami dibuat dengan penuh cinta! #BehindTheScenes #FoodBusiness #DayInTheLife" |
| 4 | 7 | "Ulasan Produk: Apa Kata Kami Tentang Abon?" | Ulasan Produk | Single Post | Yes | Comment | On Progress | Scheduled | "Kami berbagi pendapat kami tentang abon yang kami buat sendiri. Yuk, simak ulasannya! #UlasanProduk #AbonKami #FoodReview" |
| | 8 | "Bagikan Kreasi Kamu dengan Abon dan Menangkan Hadiah!" | Engagement dengan Pengikut | Video Tiktok | Yes | Comment | On Progress | Scheduled | "Tunjukkan kreasi kamu dengan abon dan menangkan hadiah menarik! Ikuti kontes kami dengan tag @NamaAkun dan gunakan hashtag #KreasiAbon." |

https://docs.google.com/file/d/1oxREazUth0dnLAI4ppff0ul_e_QTK-A/edit?filetype=msexcel

Gambar 2.5. Conten Plan UMKM Khazanah Food Metro

2.1.7 Analisis kinerja

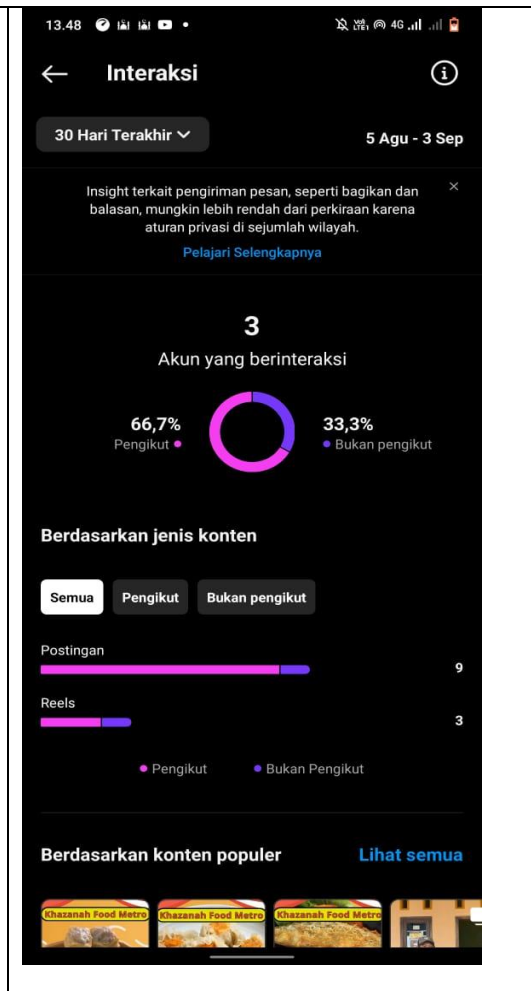
Dalam laporan ini, kami menganalisis kinerja akun media sosial di Instagram dan TikTok untuk mengevaluasi pencapaian tujuan strategis serta memberikan wawasan berharga untuk perbaikan di masa depan. Di Instagram, jumlah pengikut saat ini mencapai 27, dengan total postingan sebanyak 18. Sementara itu, di TikTok, akun kami telah mengumpulkan 7 pengikut, dengan 9 video yang diposting. Rata-rata keterlibatan per video, termasuk like, komentar, dan share, menunjukkan 20 like, 5 komentar dan 7 share, dengan total views mencapai 83. Konten yang paling populer mencakup proses pembuatan abon. Tren dan hashtags seperti #fyp #abonlezat #bawang telah berkontribusi pada peningkatan visibilitas. Secara keseluruhan, temuan dari analisis ini menunjukkan bahwa strategi konten di kedua platform cukup efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens dan mencapai sasaran yang ditetapkan.



Gambar 2 6 Analisis Tiktok



Gambar 2 7 Jangkauan akun instagram



Gambar 2 8 Interaksi akun instagram

2.2 Waktu Pelaksanaan

Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ini dimulai pada 30 Juli 2024 sampai 29 Agustus 2024. Yang berupa kegiatan inti dari program kerja yang dilaksanakan dan kegiatan pendukung lainnya. Kegiatan pendukung PKPM adalah berbagai aktivitas yang dilakukan untuk mendukung pelaksanaan dan kesuksesan program pkpm di lapangan. Kegiatan ini penting untuk memastikan bahwa program pkpm berjalan efektif dan memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat yang menjadi sasaran. Berikut beberapa jenis kegiatan pendukung pkpm :

- 1) Gotong Royong
- 2) Mengikuti acara senam rutin lansia / Gebyar Mini
- 3) Berpartisipasi dalam kegiatan lomba 17 an
- 4) Ikut serta dalam kegiatan yang ada di Kelurahan Margorejo
- 5) Ikut serta dalam kegiatan UMKM yang ada di Kelurahan Margorejo
- 6) Ikut sertadalam kegiatan masyarakat sekitar

Berikut waktu dan kegiatan yang dilakukan

Tabel 2. 2 Waktu Kegiatan Program Kerja Inti

| NO | TANGGAL | KEGIATAN | KET |
|----|--------------------------|---|-----------------|
| 1 | Jumat, 2 Agustus 2024 | 1. Pembuatan akun media sosial Instagram dan Tiktok | Rumah pak Catur |
| 2 | Rabu, 7 Agustus 2024 | 1. Penetapan buyer persona | Posko PKPM |
| 3 | Selasa , 13 Agustus 2024 | 1. Pembuatan content calendar 2. Pembuatan content planner | Posko PKPM |

Tabel 2. 3 Waktu Kegiatan Keseluruhan

| No | TANGGAL | KEGIATAN | KET |
|----|--------------|---|------------|
| 1 | 30 Juli 2024 | <ul style="list-style-type: none">• Penyerahan peserta PKPM dikantor Walikota• Penyerahan peserta PKPM dikelurahan Margorejo | Terlaksana |

| | | | |
|----|-----------------|--|------------|
| 2 | 31 Juli 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Pertemuan dengan Camat Metro Selatan | Terlaksana |
| 3 | 01 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Yasinan rutin malam jumat di rt 23 | Terlaksana |
| 4 | 02 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan rutin jumat sehat di Margorejo • Pertemuan agenda forum diskusi (FGD) Metro Selatan | Terlaksana |
| 5 | 03 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Kunjungan ke-2 UMKM Khazanah Food Metro • Pertemuan bersama karang taruna KTM | Terlaksana |
| 6 | 04 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Pertemuan kelompok PKPM Metro Selatan tentang perencanaan acara | Terlaksana |
| 7 | 05 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Apel rutin di kecamatan Metro Selatan • Rapat bersama Lurah Margorejo mengenai acara festival UMKM se Metro Selatan • Kunjungan UMKM Stik Keju | Terlaksana |
| 8 | 06 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Kunjungan ke-3 UMKM Khazanah Food Metro | Terlaksana |
| 9 | 07 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Kunjungan ke UMKM Tempe dan praktik produksi • Rapat bersama karang taruna dan tokoh masyarakat KTM untuk agenda 17 agustus | Terlaksana |
| 10 | 08 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Sosialisasi kampung pancasila bersama | Terlaksana |

| | | | |
|----|-----------------|--|------------|
| | | <p>bhabinkamtibmas dan bhabinsa kelurahan Margorejo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kunjungan ke UMKMM Khazanah Food Metro bersama Lurah Margorejo | |
| 11 | 09 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan senam rutin di Kelurahan Sumber Sari • Pengajian rutin ibu-ibu di masjid Al-Falah • Rapat bersama karang taruna KTM untuk persiapan lomba kemerdekaan | Terlaksana |
| 12 | 10 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Mendekorasi tempat perlombaan akan dilaksanakan | Terlaksana |
| 13 | 11 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Menjadi panitia lomba kemerdekaan tingkat anak-anak | Terlaksana |
| 14 | 12 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Apel rutin di kecamatan Metro Selatan • Menghadiri dan membantiacara launching UMKM Cabe Jawa Lampung | Terlaksana |
| 15 | 13 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Kunjungan ke-2 UMKM Stik Keju Dapur Ibu • Serah terima banner dan sticker | Terlaksana |
| 16 | 14 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Presentasi progres program kerja di UMKM Khazanah Food Metro | Terlaksana |

| | | | |
|----|-----------------|--|------------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Serah terima dan pemasangan banner UMKM Khazanah Food Metro | |
| 17 | 15 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Kumpulan panitia 17 agustus mengisi kupon jalan sehat • Yasinan rutin malam jumat | Terlaksana |
| 18 | 16 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Kumpulan panitia menjelang perlombaan • Menjadi panitia lomba ibu-ibu memperingati HUT RI | Terlaksana |
| 19 | 17 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Menjadi panitia lomba bapak-bapak memperingati HUT RI | Terlaksana |
| 20 | 18 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Panitia jalan sehat KTM • Menghadiri pembukaan laga sepak bola di lapangan Margorejo | Terlaksana |
| 21 | 19 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Apel rutin di kecamatan Metro Selatan • Rapat bersama aparat di kelurahan untuk membahas lomba kemerdekaan • Menghadiri pertandingan lanjutan sepak bola di lapangan Margorejo | Terlaksana |
| 22 | 20 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Kunjungan ke kelurahan bersama DPL • Persiapan lomba kemerdekaan di kelurahan | Terlaksana |

| | | | |
|----|-----------------|--|------------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Menghadiri pawai budaya kelurahan Margodadi | |
| 23 | 21 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Senam pagi lansia di kelurahan Margorejo • Lomba kemerdekaan di kelurahan Margorejo | Terlaksana |
| 24 | 23 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • • Menghadiri acara puncak dan reog ponorogo di kelurahan Tejosari • | Terlaksana |
| 25 | 26 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Apel rutin di kecamatan Metro Selatan | Terlaksana |
| 26 | 27 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Rapat bersama lurah mengenai pelepasan mahasiswa PKPM | Terlaksana |
| 27 | 28 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • • Pemaparan hasil progrm kerja di kelurahan Margorejo | Terlaksana |
| 28 | 29 Agustus 2024 | <ul style="list-style-type: none"> • Pelepasan mahasiswa PKPM di kecamatan Metro Selatan | Terlaksana |

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

2.3.1 Kunjungan Ke UMKM Stik Keju Dapur Ibu

Kunjungan ke UMKM Stik Keju Dapur Ibu dan bersilahturahmi kepada Ibu Yani selaku pemilik usaha guna meminta bantuan dan support supaya program kerja dapat berjalan dengan baik dan lancar. Adapun dibawah adalah dokumentasi penulis.



Gambar 2 9 Kunjungan ke UMKM Stik Keju Dapur Ibu

2.3.2 Kunjungan Ke UMKM Tempe Lek Man

Kunjungan ke UMKM Tempe Lek Man dan bersilaturahmi kepada Pak Diman selaku pemilik usaha guna meminta bantuan dan support supaya program kerja dapat berjalan dengan baik dan lancar. Adapun dibawah adalah dokumentasi penulis.



Gambar 2 10 Kunjungan ke UMKM Tempe Lek Man

2.3.3 Pembuatan Peta Kelurahan Margorejo

Dalam rangka pengabdian kepada masyarakat, peta kecamatan dibuat untuk memetakan wilayah secara detail, untuk memudahkan identifikasi infrastruktur, sumber daya lokal, dan kebutuhan masyarakat lokal, sehingga dapat mendukung perencanaan masyarakat yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan kualitas pelayanan publik layanan.di tingkat lokal. Serta

pembuatan peta kelurahan ini juga membantu kelurahan untuk memperbarui peta lama yang sudah lama tidak di update.



Gambar 2 11Peta kelurahan Margorejo

2.4 Dampak Kegiatan

Dari program kerja yang dilaksanakan terdapat beberapa dampak positif yang diberikan penulis kepada pemilik usaha, yaitu :

- A. Telah terjadinya peningkatan brand awareness setelah pembuatan media sosial dan membuat perencanaan konten dengan bertambahnya followers pada akun Instagram dan tiktok.
- B. Setelah dibuatnya konten kalender UMKM lebih terarah dalam membuat konten.