

## **BAB II**

### **PELAKSANAAN PROGRAM**

#### **2.1. Program yang dilaksanakan**

Selama melakukan Kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) terdapat program kerja yang dilakukan dengan berfokus pada Peningkatan Ekonomi Desa Menuju Masyarakat yang Unggul dan Tangguh Berbasis Digital.

Adapun program yang dilaksanakan adalah pembuatan dan pengelolaan akun sosial media Instagram serta copywriting yang efektif untuk membangun Branding usaha. Dengan menerapkan program tersebut dikarenakan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Labany susu kambing adalah kurangnya pemahaman akan strategi pemasaran digital, seperti pembuatan akun media sosial Instagram dan cara mengelola akun-akun tersebut

Dengan adanya pemanfaatan sosial media Instagram dengan copywriting yang efektif maka branding dari usaha labany susu kambing berdampak untuk membangun citra produk.

#### **2.2 Hasil Kegiatan Penerapan Sosial Media dan Dokumentasi**

Perkembangan teknologi memiliki dampak pada persaingan bisnis, yang dimana perusahaan harus mengelola antara kualitas produk yang ditawarkan dan strategi pemasaran yang efektif.

Saat ini Media sosial merupakan sebuah media promosi atau iklan yang dapat dijangkau audiens dengan jangkauan yang lebih luas, seperti salah satunya Instagram. Di Indonesia sendiri pengguna Instagram mencapai 106 juta terhitung pada April 2023. Maka dari itu dengan memasarkan produk usaha menggunakan media sosial menjadi salah satu strategi pemasaran yang terbilang simple dan efektif, mengingat saat ini besarnya pengaruh internet sebagai pengumpulan informasi, Dikarenakan keberadaan informasi yang jelas dan akurat tentang suatu brand pada media sosial dapat membantu pengguna mengenal brand tersebut sekaligus membantu perusahaan dalam membangun branding (Jatiro Feshago, Siti Muslikhah, Tri Lestari, 2024 ).

Dengan menerapkan sosial media Instagram dalam upaya peningkatan branding memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM, seperti meningkatkan kesadaran merk, memperkuat citra merk dengan mengunggah konten yang sesuai dengan identitas merk, dan memenuhi kriteria visibilitas (Rosalinda Manullang dan Syifah Syariah, 2023). Menurut salah satu konsep utama branding oleh Montoya, dalam rangka memenuhi kriteria visibilitas, membangun branding harus menyiarkan pesannya secara berulang ulang dan konsisten hingga branding yang dibangun dapat dikenal dan tersimpan dibenak audiens (Nelly Apriani dan Ofi Hidayat, 2023). Branding bertujuan untuk menciptakan persepsi yang positif, membedakan merk dari pesaing, dan membangun hubungan emosional dengan konsumen (Rosalinda Manullang dan Syifah Syariah, 2023) Penerapan branding yang konsisten membantu UMKM membangun kepercayaan serta meningkatkan interaksi dengan konsumen yang akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan. Dengan branding yang kuat dan konsisten di Instagram, maka akan meningkatkan penjualan melalui promosi yang efektif diikuti dengan memberikan wawasan seputar produk kepada para audiens.

Dalam membangun branding melalui Instagram juga memiliki langkah penting yang harus disiapkan identitas dari brand Labany yang terdiri dari logo, warna, dan gaya komunikasi pada setiap postingan. Pada profil Instagram dibuat menarik dengan logo bisnis, bio yang informatif dengan menambahkan kontak maupun link ke website, dan link yang relevan. Konten yang berkualitas menjadi penunjang utama dalam menerapkan branding yang kuat dengan memiliki jadwal posting teratur, serta tambahkan copywriting yang berisikan storytelling untuk menghubungkan produk dengan para audiens. Terakhir, interaksi dengan audiens dan penggunaan hastag khusus yang menjadi ciri khas UMKM Labany misalnya seperti #SehatdenganLabany atau # SusuKambingLabany.

Pada Kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang dilaksanakan, Program kerja yang saya lakukan dapat terealisasi dan akan diterapkan guna meningkatkan Branding produk melalui penerapan Sosial Media Instagram. Berikut beberapa hasil kegiatan dan dokumentasi terkait :

### **1. Pembuatan Akun Instagram UMKM Labany susu kambing**

Dalam pembuatan akun sosial media Instagram bisnis khusus UMKM Labany, UMKM dapat muncul di hasil pencarian Instagram, sehingga lebih memudahkan para pelanggan mencari informasi terkait produk serta dapat sekaligus mempromosikan produk tersebut. Berikut merupakan tahapan tahapan dalam menjalankan program terkait:

### **A. Perencanaan Program kerja**

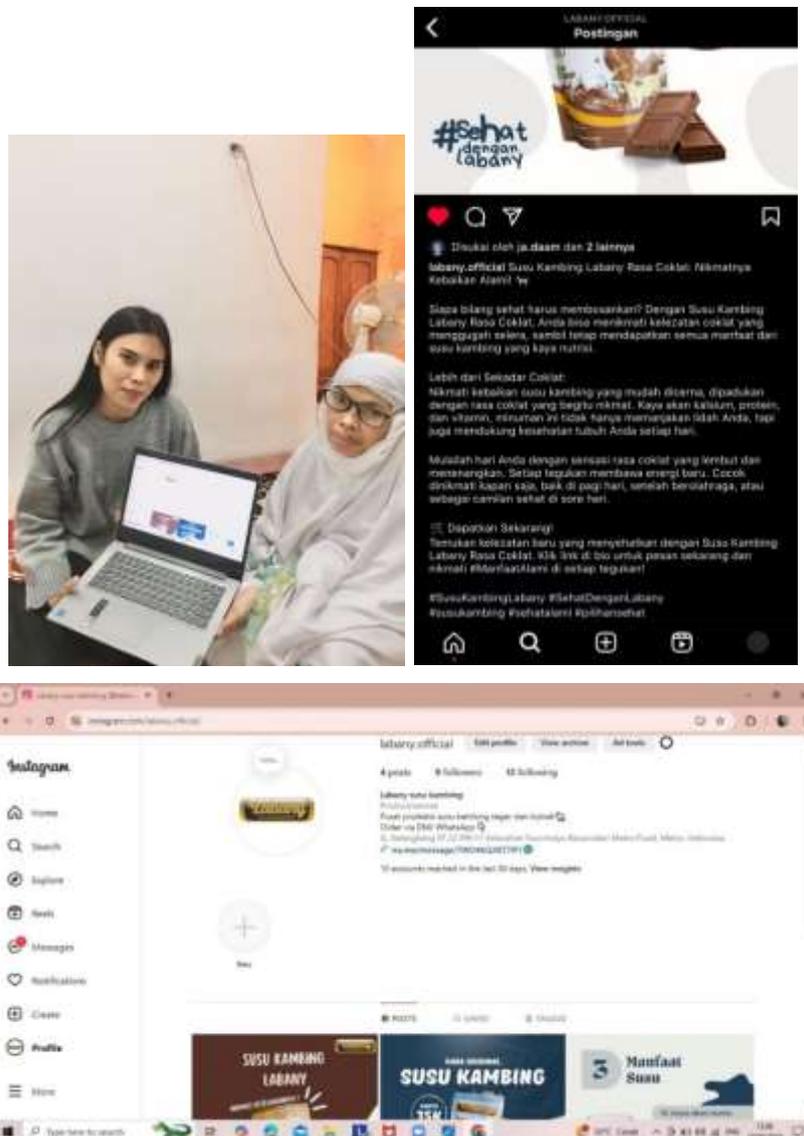
Dalam tahapan pertama yaitu perencanaan Program kerja yang dimana dilakukan pengenalan sosial media Instagram dan peran branding dalam dunia bisnis. Setelah itu melakukan analisis lebih dalam terkait audiens target, kompetitor, serta tujuan dari kehadiran produk. Tahapan ini mencakup pemilihan jenis konten yang akan diposting nantinya, misalnya informasi produk, edukasi manfaat produk, atau bahkan testimoni. Perencanaan terakhir dalam tahapan ini adalah membuat dan menetapkan strategi hastag khusus Labany.



**Gambar 2.1 Dokumentasi Perancangan Program Kerja**

## B. Pembuatan Akun Instagram beserta copywriting

Pada tahapan kedua ini, mulai melakukan pembuatan akun Instagram khusus Labany susu kambing. Profil disusun dengan sedemikian rupa yang singkat, namun mampu menjelaskan secara keseluruhan seperti produk unggulan dan tautan ke website atau kontak resmi UMKM. Tidak lupa foto profil yang mencerminkan brand Labany misalnya logo atau gambar produk.



Gambar 2.2 Dokumentasi Pembuatan Akun Instagram

### **C. Pelatihan Hasil Program Kerja**

Setelah selesai pembuatan akun, maka selanjutnya melatih pelaku UMKM seputar penggunaan dan pengelolaan akun Instagram, pembuatan konten, dan dasar dasar pembuatan copywriting. Dalam tahapan ini juga mencakup pelatihan mengambil foto produk, mendesign konten menggunakan aplikasi canva, pembuatan caption yang efisien disertai hastag khusus labany, hingga cara menggunakan berbagai fitur Instagram seperti stories, reels, dan instagram Live untuk meningkatkan engagement.



**Gambar 2.3 Dokumentasi Pekatihan Pengelolaan Instagram**

### **D. Penjelasan Terkait Modul**

Sampai di tahapan terakhir dari pembuatan program kerja yaitu menjelaskan terkait buku panduan yang telah disusun yang dimana buku panduan berisi pengelolaan akun Instagram Labany. Buku panduan dilengkapi dengan strategi konten, waktu posting terbaik, cara berinteraksi dengan audiens, serta Teknik penulisan copywriting.



**Gambar 2.4 Dokumentasi Penjelasan Modul**

### **2.2.1 Hasil Kegiatan Kelompok**

#### **1. Kunjungan ke UMKM di Yosomulyo**

Kegiatan Kunjungan seluruh UMKM di Yosomulyo merupakan kegiatan kelompok pertama yang bertujuan untuk mengetahui UMKM di kelurahan Yosomulyo yang belum memiliki potensi untuk mengembangkan bisnis. Dalam kegiatan ini kelompok akan memilah UMKM akan difokuskan untuk dibantu mengembangkan usaha yang nantinya menjadi bagian dari program kerja.





**Gambar 2.5 Kegiatan kunjungan UMKM di Yosomulyo**

## **2. Penginputan data penduduk di Apk Sitanduk BPS Metro**

Pada kegiatan penginputan data penduduk di aplikasi Sitanduk BPS Kota Metro ini dilakukan untuk membantu Kelurahan Yosomulyo mendaftarkan data pribadi penduduk yang ada di Yosomulyo. Pada kegiatan ini kami membantu penginputan data penduduk sekitar kurang lebih 3.272 kartu keluarga.



**Gambar 2.6 Kegiatan penginputan data penduduk**

### 3. Kegiatan sosialisasi di SDN 8 Metro Pusat

Kegiatan sosialisasi di SDN 8 Metro Pusat yang dilakukan pada tanggal 12- 13 Agustus 2024 dengan adanya materi yang dibawakan yaitu “Stop Bullying” dan “Edukasi Bijak Bermedia Sosial Media” yang dimana kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan serta menanamkan nilai dan norma bertingkah laku yang diperlukan dalam kehidupan ditengah masyarakat.

Kegiatan ini merupakan kegiatan penting diberikan kepada siswa siswi sekolah dasar mengingat tujuan menanamkan nilai dan norma bertingkah laku yang baik dan benar harus ditanamkan sejak dini. Selain itu kegiatan tersebut juga mungkin dapat dilakukan secara rutin, melihat rasa antusias para siswa siswi berbagi pengalaman pribadi yang dimana hal tersebut membentuk kepercayaan diri.



**Gambar 2.7** Kegiatan sosialisasi di SDN 08 Metro Pusat

#### **4. Kegiatan panitia HUT RI ke 79 di RW 09**

Acara HUT RI untuk memperingati hari Kemerdekaan Bangsa Indonesia. Perayaan HUT RI ke 79 di Kelurahan Yosomulyo dilakukan mulai tanggal 17- 25 Agustus 2024, rangkaian kegiatan yang dilakukan berupa berbagai lomba, jalan sehat, hingga karnaval. Kegiatan ini merupakan kegiatan rutin yang dilakukan secara meriah setiap tahunnya oleh masyarakat Yosomulyo. Seluruh masyarakat berantusias dengan acara ini, terhitung diawal bulan agustus dipersiapkan secara matang disetiap rapat yang dilakukan. Kami kelompok 09 PKPM yang ikut serta dalam setiap acara ini mulai dari persiapan hingga acara puncak yang dilakukan warga Yosomulyo.

Kegiatan tahunan ini bukan hanya sekedar memeriahkan perayaan HUT RI ke 79 tetapi juga membangun kedekatan serta kekompakan antar warga dan mahasiswa PKPM Darmajaya.





**Gambar 2.8 Kegiatan Panitia HUT RI**

### **5. Kegiatan Perpindahan Bersama Masyarakat sekitar**

Kegiatan ini diadakan di salah satu rumah warga bersama pemuda pemudi RW 09 kelurahan Yosomulyo. Dengan diadakannya kegiatan ini bertujuan mempererat silaturahmi dengan masyarakat sekitar serta mengucapkan terimakasih atas penerimaan dan kerjasama kurang lebih sebulan selama PKPM berlangsung dengan harapan meninggalkan kesan baik dan positif.



**Gambar 2.9 Kegiatan Perpindahan**

## 6. Penyerahan Cendera Mata dan Hasil Program Kerja

Penyerahan Cendera mata dan hasil Program Kerja PKPM kelompok 9 ini diadakan 2 hari sebelum penarikan dari kampus, yang dimana kegiatan penyerahan cendera mata diberikan untuk SDN 8 Metro Pusat, Kelurahan Yosomulyo, serta UMKM terpilih yaitu Labany susu kambing yang diketuai Bapak Purnawan Ari Nugroho. Dengan menyerahkan cendera mata dan hasil program kerja ini merupakan peninggalan pengabdian kelompok 9 PKPM IIB Darmajaya selama di Yosomulyo dengan harapan dapat meninggalkan kesan yang baik serta bermanfaat untuk masyarakat kelurahan Yosomulyo.



**Gambar 2.10 Penyerahan Plakat dan Hasil Program Kerja**

### **2.3 Dampak Kegiatan**

Kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang dilakukan berdampak bagi UMKM Labany yaitu meningkatkan kompetensi peternak dibidang desain produk dan pengelolaan sosial media. Diharapkan peningkatan ini dapat terus berjalan dan menjadi ilmu yang bermanfaat untuk peternak dalam mengembangkan produk ataupun sebaran informasi produk melalui media sosial, sehingga UMKM menjadi satu langkah lebih maju dari UMKM serupa.