

b. Kunjungan ke UMKM *Frozen Food* Seandanan.



Gambar 2. 6 Kunjungan ke UMKM *Frozen Food* Seandanan
(Sumber : Data Diolah Juli 2025)

c. Kunjungan ke UMKM KWT.



Gambar 2. 7 Kunjungan ke UMKM KWT
(Sumber : Data Diolah Juli 2025)

d. Kunjungan ke UMKM Madu Trigona.



Gambar 2. 8 Kunjungan ke UMKM Madu Trigona
(Sumber : Data Diolah Juli 2025)

e. Kunjungan ke UMKM Raja *Snack*.



Gambar 2. 9 Kunjungan ke UMKM Raja *Snack*
(Sumber : Data Diolah Juli 2025)

f. Berkunjung ke SDN Rajabasa.

Memberikan Materi *stop Bullying* dan Membuat kerajinan tangan di SDN Rajabasa



Gambar 2. 10 Kunjungan ke SDN Rajabasa
(Sumber : Data Diolah Agustus 2025)

g. Mengikuti Senam Rutin di Desa Rajabasa.



Gambar 2. 11 Mengikuti Senam Rutin di Desa Rajabasa
(Sumber : Data Diolah Juli 2025)

h. Rumah Belajar untuk anak-anak SD.



Gambar 2. 12 Rumah Belajar Untuk Anak SD

(Sumber : Data Diolah Agustus 2025)

i. Perayaan HUT RI ke-80 di Desa Rajabasa.



Gambar 2. 13 Perayaan HUT RI Ke-80

(Sumber : Data Diolah Agustus 2025)

j. Pembuatan Kotak Sampah.



Gambar 2. 14 Pembuatan Kotak Sampah

(Sumber : Data Diolah Agustus 2025)

k. Nonton Bareng Sepakbola Timnas Indonesia.



Gambar 2. 15 Nonton Bersama Bola Timnas Indonesia

(Sumber : Data Diolah Juli 2025)

1. Pengecatan Gapura Desa Rajabasa.



Gambar 2. 16 Pengecatan Gapura Desa Rajabasa

(Sumber : Data Diolah Agustus 2025)

2.4 Dampak Kegiatan

Program Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) 2025 merupakan bentuk kontribusi mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dalam pengabdian kepada masyarakat, sekaligus upaya mendukung pemerintah desa dalam mempromosikan potensi desa kepada khalayak luas untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di Desa Rajabasa. Kegiatan PKPM ini bertujuan memberikan dampak positif bagi masyarakat, khususnya di Desa Rajabasa, serta masyarakat secara umum. Melalui pelaksanaan PKPM, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pendidikan meningkat, dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memperoleh pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*). Masyarakat Desa Rajabasa menunjukkan sikap terbuka dan antusias terhadap berbagai kegiatan yang dilaksanakan. Berdasarkan uraian program

kerja tersebut, kegiatan PKPM yang berlangsung selama 30 hari di Desa Rajabasa telah menghasilkan sejumlah dampak positif sebagai berikut:

a. Dampak bagi UMKM Seandanan Frozen Food

UMKM Seandanan Frozen Food mengalami peningkatan kesadaran merek (*brand awareness*) melalui konten promosi yang konsisten di Instagram, seperti postingan tentang produk *frozen food*, bakso ikan, *nugget*, rolade, dan kaki naga. Pengelola UMKM memperoleh keterampilan dalam membuat konten digital yang menarik, sehingga meningkatkan jangkauan pasar dan potensi penjualan.

Table 2. 1 Dampak Kegiatan UMKM Frozen Food Seandanan

Before	After
<p>Sebelumnya, UMKM Seandanan Frozen Food belum memiliki media promosi, seperti platform media sosial, untuk meningkatkan kesadaran merek (<i>brand awareness</i>) dan mendukung kegiatan pemasaran.</p>	<p>UMKM Seandanan Frozen Food kini telah menggunakan platform media sosial instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan kesadaran merek (<i>brand awareness</i>) dan mendukung kegiatan pemasaran.</p> 

b. Dampak bagi Masyarakat Desa Rajabasa

Pelaksanaan PKPM di Desa Rajabasa berkontribusi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat melalui musyawarah, gotong royong, serta proses alih pengetahuan baik akademis maupun non-akademis dari mahasiswa kepada warga.

c. Dampak bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat memperluas wawasan dan pengalaman dengan mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dari perkuliahan melalui kegiatan pengabdian masyarakat, sehingga mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan praktis, termasuk menumbuhkan sikap sosial yang tinggi, melatih kepemimpinan, kemandirian, serta kemampuan kerja sama tim yang efektif.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Rajabasa, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan yang telah dilaksanakan selama 30 hari dengan fokus pada Pemanfaatan Instagram sebagai Media Pemasaran UMKM *Frozen Food* Seandanan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sebelum adanya program PKPM, UMKM *Frozen Food* Seandanan belum memiliki akun Instagram sebagai media promosi. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran masih terbatas pada lingkungan sekitar, serta kurangnya pemahaman pelaku usaha terkait strategi digital marketing yang dapat membantu meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas.
2. Setelah adanya program PKPM, UMKM *Frozen Food* Seandanan telah memiliki akun Instagram yang dikelola sebagai media pemasaran digital. Melalui pendampingan yang diberikan, pemilik usaha mampu memahami dasar-dasar strategi digital marketing, mulai dari pembuatan konten promosi, pengelolaan akun, hingga cara menarik minat konsumen melalui media sosial. Pemanfaatan Instagram ini tidak hanya memperluas jangkauan pemasaran, tetapi juga meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya promosi digital untuk perkembangan dan keberlangsungan usaha.