

**PENGEMBANGAN MEDIA SOSIAL EMAKI AL-MA'SOEM:
STRATEGI PEMASARAN DIGITAL**

MIA RAHMAWATI YUWITA¹, RIZKI TAUFIK MUSTIKA², FATIMAH
HUWAIDAH³

¹Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya,
Universitas Komputer Indonesia
e-mail : mia.yuwita@email.unikom.ac.id

ABSTRACT

In the present day, the marketing industry has had to keep up with the rapid change in technology. Thus, utilizing digital marketing should be carefully considered as it could optimize the audience as well as provide cost-effective benefits. This Community Service aims to assist Emaki Al-Ma'soem, as a global community, to manage their social media account, and to increase social media engagement and create valuable content. The method adopted in this activity was implemented through in-person discussion and content making at Emaki Al-Ma'soem from 1 March 2022 to 31 August 2022. The participants of this program were the Community Service Team from Universitas Komputer Indonesia and the General Manager of Emaki Al-Ma'soem. The result of this program has shown that the Community Service Team from Universitas Komputer Indonesia has generated digital products, which were subsequently uploaded on Emaki Al-Ma'soem's social media account and positively increased the number of followers on their Instagram account. In fact, these digital skills are comprehensively acquired from several courses, such as linguistics, Blogging, and creative writing. Overall, this program has facilitated Emaki Al-Ma'soem to strengthen their brand building and develop broader and more targeted audience.

Key words: digital marketing, digital skills, social media, Emaki Al-Ma'soem, brand

ABSTRAK

Pada era sekarang, industri pemasaran tentunya harus mengikuti arus teknologi yang sangat pesat. Oleh karena itu, pemanfaatan pemasaran digital harus dipertimbangkan dengan cermat karena manfaat pemasaran digital adalah dapat mengoptimalkan audiens dan hemat biaya. Tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk membantu Emaki Al-Ma'soem sebagai masyarakat mitra untuk mengelola akun media sosial mereka. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan *social media engagement* mereka dan membuat konten-konten yang menarik. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah diskusi tatap muka dan pembuatan konten di Emaki Al-Ma'soem mulai dari 1 Maret 2022 hingga 31 Agustus 2022. Peserta dari program ini adalah Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Komputer Indonesia, serta *General Manager* Emaki Al-Ma'soem. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Komputer Indonesia telah menghasilkan produk-produk digital yang selanjutnya diunggah di akun media sosial milik Emaki Al-Ma'soem dan memberikan dampak penambahan jumlah *followers* Instagram. Keterampilan digital ini diperoleh secara komprehensif dari beberapa mata kuliah di Program Studi Sastra Inggris, seperti linguistik, *Blogging*, dan menulis kreatif. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memfasilitasi Emaki Al-Ma'soem untuk memperkuat *brand building* dan menjangkau audiens yang lebih luas serta lebih tepat sasaran.

Kata kunci: pemasaran digital, kemampuan digital, media sosial, Emaki Al-Ma'soem, *brand*

PENDAHULUAN

Pemasaran digital telah menjadi fase baru dalam teknik pemasaran di era Revolusi Industri 4.0 yang menyebabkan dunia terintegrasi menjadi universal. Pemasaran digital/ *digital marketing* (DM) merupakan teknik pemasaran dan promosi secara digital yang dapat dilakukan secara minimal dan efisien, namun mampu menjangkau masyarakat secara luas [1]. Dengan kata lain, jangkauan geografis DM tentu lebih masif dibandingkan dengan teknik pemasaran konvensional.

DM dapat mendongkrak eksistensi sebuah *brand* karena DM mendistribusikan konten yang mampu menarik audiens yang tepat sasaran, terukur, dan interaktif sehingga mampu mendorong audiens menjadi konsumen [2]. Konten-konten digital yang digunakan baik itu sebagai media promosi maupun berita praktis bisa berupa artikel, foto dua dimensi, video, dan lain-lain. Tujuan utama dari DM adalah untuk mempromosikan *brand*, membentuk preferensi, dan meningkatkan *traffic* penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital [3].

Mencermati pentingnya DM untuk merangkul audiens secara lebih cepat, terukur, dan luas, tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) berinisiasi untuk memfasilitasi Emaki Al-Ma'soem untuk meningkatkan media promosi, informasi, dan berita yang praktis melalui DM.

Emaki Al-Ma'soem merupakan pondok pesantren berkonsep *tadabbur alam* yang menawarkan fasilitas lain berupa destinasi ekowisata, wisata edukasi Islam, dan kuliner. Berprinsip pada konsep yang unik, Emaki Al-Ma'soem memiliki potensi yang tinggi untuk dikenal secara luas oleh masyarakat umum melalui media digital. Pihak Emaki Al-Ma'soem sejatinya telah memiliki beberapa akun media sosial seperti *Instagram*, dan *Youtube*. Namun, pengelolaan akun tersebut belum dilakukan secara maksimal, yang berdampak pada kurangnya *social engagement* terhadap Emaki Al-Ma'soem. Oleh karena itu, pengembangan dan pengelolaan media sosial Emaki Al-Ma'soem penting untuk

dimaksimalkan agar pihak Emaki sebagai masyarakat mitra dapat meningkatkan media promosi, informasi, dan berita yang praktis.

Lebih jauh lagi, hal ini sesuai dengan permintaan pihak Emaki Al-Ma'soem agar segala kegiatan, berita, maupun promosi dapat didokumentasikan dan dapat dijangkau oleh masyarakat luas melalui platform media digital. Dengan begitu, kegiatan PkM ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat mitra dan juga sesuai dengan profil lulusan Program Studi Sastra Inggris UNIKOM, yang beberapa diantaranya menjadi *content creator* dan *social media specialist*. Oleh karena itu, kemampuan literasi digital yang mumpuni tentu diperlukan untuk mencapai keberhasilan dalam kegiatan ini. Pada kegiatan PkM ini, mahasiswa yang turut serta telah dibekali dengan pengetahuan literasi digital yang berkaitan dengan beberapa mata kuliah di Program Studi Sastra Inggris UNIKOM, yakni linguistik, *Bloging*, dan menulis kreatif.

Sebagaimana yang telah disinggung di paragraf sebelumnya, kegiatan PkM ini bertujuan untuk mengoptimalkan media promosi Emaki Al-Ma'soem melalui media sosial. Media sosial adalah sebuah media yang terdiri dari gabungan berbagai elemen seperti internet dan media berbasis teknologi, dimana para penggunanya dapat dengan mudah untuk berinteraksi, berpartisipasi, dan berbagi secara virtual [4]. Media sosial merupakan wadah bagi manusia untuk saling berbagi ide, berkolaborasi, menciptakan kreasi, membangun komunitas, berdebat, dan lain-lain [5]. Melalui media sosial, kecepatan informasi dapat diakses dalam hitungan detik. Bagi pebisnis, pengelolaan media sosial yang efisien tentu dapat mempengaruhi perkembangan bisnis tersebut. Semakin banyak target pasar yang menggunakan teknologi, maka semakin mudah bagi pebisnis untuk meneliti, mengevaluasi, dan menjangkau masyarakat [6].

Dengan demikian, kegiatan PkM ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang nyata bagi masyarakat mitra, khususnya pengembangan di bidang teknologi untuk mendorong pembangunan ekonomi dan

kelestarian sumber daya manusia. Kegiatan PkM ini diharapkan juga mampu meningkatkan kinerja rekayasa digital Emaki Al-Ma'soem sebagai sarana promosi, informasi, dan berita praktis, serta diharapkan mampu membantu menciptakan produk berupa konten-konten digital untuk keperluan media sosial mereka.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan secara tatap muka di Emaki Al-Ma'soem yang berlokasi di Jl. Sukasenang, Desa Kayu Ambon, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391. Adapun tahapan yang dilakukan terdiri dari beberapa langkah yang telah diadaptasi dari Vincent [7], yakni:

1. Pembentukan Tim. Tahap ini merupakan proses untuk mendukung terlaksananya tujuan kegiatan. Pada tahap ini, tim 1 terbentuk terdiri dari 1 dosen Prodi Sastra Inggris UNIKOM; Mia Rahmawati Yuwita, S. Hum., M. App. Ling., dan dua mahasiswa Prodi Sastra Inggris UNIKOM angkatan 2020; Rizki Taufik Mustika dan Fatimah Huwaidah. Tim 2 terdiri dari 1 dosen Prodi Sastra Inggris UNIKOM; Dr. Retno Purwani Sari, S. S., M. Hum., dan dua mahasiswa Program Studi Sastra Inggris UNIKOM Angkatan 2019; Rifky Iqbal Kukuh Pamungkas dan Fanny Dewi Yulianti. Tim 3 terdiri dari 1 dosen Prodi Sastra Inggris UNIKOM; Tatan Tawami, M. Hum., dan 2 mahasiswa Prodi Sastra Inggris UNIKOM Angkatan 2020; Vivi Nur Fauziah dan Hani Zakkiah. Pembentukan tim PkM ini dilaksanakan bulan Februari 2022.
2. Perumusan Tujuan. Tahap ini merupakan proses penentuan capaian yang dapat menjadi pedoman dalam menentukan tindakan yang sesuai.
3. Identifikasi *Stakeholder*. Tahap ini merupakan proses identifikasi Emaki Al-Ma'soem atau kegiatan pendahuluan.
4. Penentuan Prioritas Solusi Masalah. Pada tahap ini, tim PkM UNIKOM mendefinisikan masalah yang ada dan mencari solusi alternatif.
5. Persiapan. yaitu memperhatikan tahap-tahap yang perlu dipersiapkan untuk program-program yang telah dirancang. Hal ini dilakukan agar kegiatan yang dilaksanakan menjadi lebih teratur dan terarah.
6. Implementasi. Pada tahap ini program pendampingan dan pengelolaan media sosial Emaki Al-Ma'soem: strategi pemasaran digital dilaksanakan.
7. Evaluasi. Pada tahap ini, tim Pengabdian UNIKOM melakukan evaluasi dengan cara memuat indikator pencapaian tujuan yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan yang telah dilakukan. Indikator keberhasilan dari kegiatan ini adalah; produk digital yang dibuat oleh tim PkM UNIKOM diunggah di laman Instagram Emaki Al-Ma'soem dan dapat memberikan dampak positif pada peningkatan jumlah *followers* Instagram, serta produk digital yang dibuat oleh tim PkM UNIKOM direncanakan untuk digunakan oleh Emaki Al-Ma'soem.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Perumusan Tujuan.
Dalam hal ini, tujuan utama kegiatan PkM ini adalah memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat mitra (Emaki Al-Ma'soem), sesuai dengan kebutuhan mereka. Tahap ini dilaksanakan di bulan Februari 2022.
2. Identifikasi *Stakeholder*.
Pada tahap ini, tim PkM UNIKOM melakukan kunjungan dan survey lokasi pada hari Kamis, 24 Februari 2022. Kunjungan ini bertujuan untuk menentukan kebutuhan mitra sasaran. Gambar 1 merupakan foto kunjungan Tim PkM UNIKOM ke Emaki Al-Ma'soem.

ini, tim PkM UNIKOM mengambil beberapa *footage* video seperti *footage* video *skywalk* Emaki, kegiatan BBQ, dan *camping*.



Gambar 1. Foto Kunjungan Tim PkM UNIKOM ke Emaki Al-Ma'soem

3. Penentuan Prioritas Solusi Masalah.

Pada tahap ini, dapat diketahui bahwa meski Emaki Al-Ma'soem memiliki potensi yang tinggi untuk diketahui oleh masyarakat luas melalui media digital, Emaki Al-Ma'soem pada faktanya belum menghadirkan sumber daya yang mendukung untuk strategi pemasaran, pengembangan, dan pengelolaan media digital.

Oleh karena itu, pengembangan dan pengelolaan media sosial Emaki Al-Ma'soem penting untuk dimaksimalkan agar pihak Emaki sebagai masyarakat mitra dapat meningkatkan media promosi, informasi, dan berita yang praktis. Solusi yang dihadirkan untuk pemecahan masalah ini adalah membuat produk digital yang sesuai dengan permintaan Emaki Al-Ma'soem. Selain itu, produk digital lainnya adalah konten *story* Instagram yang menarik dan tidak berdurasi terlalu panjang.

4. Tahap Persiapan

Tahap ini mencakup hal-hal berupa teknik pendampingan, produksi dan pengolahan desain, dan distribusi desain ke media sosial Emaki Al-Ma'soem. Pada tahap

5. Implementasi

Pada tahap implementasi, proses pendampingan dilaksanakan. Pendampingan ini meliputi program pembuatan konten multimedia yang efektif dan desain digital seperti representasi visual, tema, *colour palette*, *font*, template Instagram untuk didistribusikan di media sosial Emaki Al-Ma'soem. Produk digital yang dihasilkan adalah:

- a. Desain *template* yang rencana akan digunakan sebagai kop surat Emaki Al-Ma'soem. Pada template ini, aplikasi yang digunakan adalah *Coreldraw*. Warna yang digunakan disesuaikan dengan permintaan Emaki Al-Ma'soem. Pada *template* tersebut, tertera informasi lengkap mengenai Emaki Al-Ma'soem seperti logo, alamat, nomor telepon, dan alamat akun media sosial. Gambar 2 merupakan *template* yang direncanakan akan digunakan sebagai kop surat.



Gambar 2. *Template* Kop Surat

- b. Produk digital berupa video pendek yang diunggah ulang di *Instagram Story* Emaki Al-Ma'soem. Pada video ini, aplikasi yang digunakan adalah VN Video Editor 12+ pada perangkat iPhone 12. Isi video menggambarkan fasilitas yang ditawarkan oleh Emaki Al-

Ma'soem seperti *Skywalk*, kegiatan *camping*, dan kegiatan BBQ. Gambar 3, 4, 5, dan 6 merupakan hasil tangkap layar video yang diunggah oleh salah satu tim PkM UNIKOM, yang kemudian diunggah ulang oleh pihak Emaki Al-Ma'soem. Gambar 7 merupakan jumlah *followers* Instagram Emaki Al-Ma'soem yang sebelumnya berjumlah kurang lebih 11.000 pengikut, bertambah menjadi kurang lebih 14.000 pengikut sebagai dampak positif dari *video story* yang diunggah ulang oleh Emaki Al-Ma'soem.



Gambar 3. *Skywalk* Emaki Al-Ma'soem

Video full hasil tangkapan layar di Gambar 3 dapat diunduh di:

https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODkxNDM4OTQyNTkwNTMy?story_media_id=2780682500275231706&igshid=NmNmNjAwNzg=



Gambar 4. Kegiatan BBQ
Video full hasil tangkapan layar di Gambar 4 dapat diunduh di:

https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODkxNDM4OTQyNTkwNTMy?story_media_id=2876754244148330658&igshid=NmNmNjAwNzg=



Gambar 5. Kegiatan *Camping*

Video full hasil tangkapan layar di Gambar 5 dapat diunduh di:

https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODkxNDM4OTQyNTkwNTMy?story_media_id=2876754705479704295&igshid=NmNmNjAwNzg=



Gambar 6. Kegiatan *Camping*
Video full hasil tangkapan layar di Gambar 6 dapat diunduh di:

https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODkxNDM4OTQyNTkwNTMy?story_media_id=2876755273464081338&igshid=NmNmNjAwNzg=



Gambar 7. Jumlah *followers* Instagram Emaki Al-Ma'soem setelah mengunggah ulang *video story* salah satu tim PkM UNIKOM

6. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, Tim PkM UNIKOM meninjau ulang pencapaian yang telah dilakukan apakah sudah sesuai dengan indikator keberhasilan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Pada kegiatan ini, produk digital berupa konten video pendek yang dibuat oleh Tim PkM UNIKOM telah diunggah di laman *Instagram* Emaki Al-Ma'soem dan memberikan dampak yang signifikan pada peningkatan jumlah *followers* Instagram. Selain itu, produk digital berupa desain *template* rencana akan digunakan oleh Emaki Al-Ma'soem sebagai kop surat. Dengan kata lain, tujuan dari kegiatan PkM ini telah tercapai sesuai dengan target awal.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini memiliki tujuan untuk memberi pendampingan dan pembuatan produk digital yang dapat digunakan sebagai media promosi Emaki Al-Ma'soem. Kegiatan ini diikuti oleh 10 orang dan tidak memiliki kendala yang berarti. Hasil dari kegiatan PkM ini sesuai dengan indikator keberhasilan yang sudah ditetapkan oleh Tim PkM di tahap awal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada pihak Universitas Komputer Indonesia sebagai sponsor kegiatan PkM ini. Terima kasih juga kepada pihak Emaki Al-Ma'soem, Dosen, serta mahasiswa Program Studi Sastra Inggris yang telah berpartisipasi sehingga kegiatan PkM ini dapat dilaksanakan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Heidrick and Struggles, *The Adoption Of Digital Marketing In Financial Services Under Crisis*. UK: Butterworth-Heinemann, 2009.
- [2] R. Sanjaya and J. Tarigan, *Creative Digital Marketing: Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif, Dan Berdaya Hasil Gemilang*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009.
- [3] A. P. Wati, J. A. Martha and A. Indrawati, *Digital Marketing*. Malang: Edulitera, 2020.
- [4] L. Lievrouw, *Alternative And Activist New Media*. Cambdrige: Polity Press, 2011.
- [5] G. Creeber and R. Martin, *Digital Cultures: Understanding New Media*. Berkshire-England: Open University Press, 2009.
- [6] Mondry, *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Bogor: Ghaila Indonesia, 2008.
- [7] J. W. Vincent, "Community development practice" in *An Introduction to Community Development*, R. Phillips and R. H. Pittman, NY: Routledge, 2009, pp 58-70.