

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial untuk Memberdayakan Warga dalam Memanfaatkan Peluang Berwirausaha di Kelurahan RT 01/RW 08, Tegal Gundil, Kota Bogor

Fujiyati^{1*}, Lilis Cucu Sumartini², Istiqoomatun Nisaa³, Haris Wisnu Nugroho⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen Industri, Akademi Telekomunikasi Bogor, Jl Bina Marga No. 17 Bogor Timur, Kota Bogor, Indonesia

E-mail: fujiyati.1@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2289>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20 August 2025

Revised: 26 August 2025

Accepted: 01 Sept 2025

Kata Kunci:

Kewirausahaan, Media Sosial, Teknologi Informasi.

Keywords:

Entrepreneurship, Social Media, Information Technology.

ABSTRACT

Teknologi informasi saat ini berkembang sangat pesat. Perkembangan ini memengaruhi cara hidup dan aktivitas sehari-hari kita. Dengan semakin meningkatnya penggunaan internet, orang-orang dapat mengakses hampir semua informasi yang mereka butuhkan dengan mudah dan cepat. Banyak orang menggunakan berbagai platform media sosial untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain, baik untuk keperluan bisnis, berbagi aktivitas sehari-hari, maupun bersosialisasi secara daring. Selain sebagai alat komunikasi, media sosial juga memiliki fungsi bisnis. Pelatihan ini diselenggarakan untuk memberikan pemahaman kepada peserta pelatihan bahwa peluang berwirausaha dapat ditemukan melalui media sosial, terutama Instagram dan WhatsApp, jika platform media sosial ini digunakan secara luas dan aktif dalam kehidupan sehari-hari peserta. Pelatihan ini dilaksanakan dengan metode ceramah dengan peserta dari RT 01/RW 08 Kelurahan Tegal Gundil. Kecamatan Bogor Utara Kota Bogor. Pelatihan ini bertujuan untuk menciptakan kesadaran baru agar peserta dapat menerapkan materi pelatihan dalam kehidupan sehari-hari.

Information technology is currently developing very rapidly. These developments affect our way of life and daily activities. With the increasing use of the internet, people can access almost all the information they need easily and quickly. Many people use various social media platforms to interact and communicate with others, whether for business purposes, sharing daily activities, or socializing online. Apart from being a communication tool, social media also has a business function. This training was held to provide an understanding to the trainees that entrepreneurial opportunities can be found through social media, especially Instagram and WhatsApp, if these social media platforms are widely used and active in the participants' daily lives. This training was carried out by the lecture method with participants from RT 01/RW 08 Tegal Gundil Village. North Bogor District, Bogor City. This training aims to create new awareness so that participants can apply the training materials in their daily lives.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Fujiyati, et al (2025). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial untuk Memberdayakan Warga dalam Memanfaatkan Peluang Berwirausaha di Kelurahan RT 01/RW 08, Tegal Gundil, Kota Bogor, 4(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2289>

PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi informasi merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia di era ini. Teknologi informasi digunakan di hampir semua bidang aktivitas dan usaha manusia. Selain itu, teknologi informasi memudahkan masyarakat untuk mengakses beragam informasi.

Berdasarkan survei terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet pada tahun 2021 diperkirakan mencapai 210.026.769 orang dari total penduduk Indonesia yang mencapai 272.682.600 jiwa. Masyarakat menggunakan internet, termasuk pesan instan dan media sosial, sebesar 98,02 persen. Pesatnya perkembangan teknologi informasi memengaruhi gaya hidup masyarakat. Masyarakat menggunakan internet untuk berbagai hal, mulai dari bersosialisasi hingga berbisnis.

Era digital saat ini memungkinkan masyarakat untuk memulai dan mengembangkan bisnis yang dapat dipasarkan melalui media sosial. Media sosial merupakan aktivitas dua arah dalam menyediakan informasi yang dapat menyebar secara otomatis (Kusumadewi, 2020). Media sosial bersifat dinamis, tidak terikat oleh jarak dan waktu. Media sosial dapat digunakan untuk memasarkan produk bisnis secara daring. Dengan media sosial, komunikasi antara penjual dan pembeli mengenai produk dan layanan yang dipromosikan menjadi lebih mudah dan cepat. Media sosial dapat menjangkau lebih banyak orang untuk mengetahui tentang produk dan layanan yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, warga RT 1/RW 8 Tegal Gundil Kelurahan, Kecamatan Bogor Utara, saat ini lebih banyak menggunakan media sosial untuk mengunggah status, mendokumentasikan kenangan, belajar dan menjelajahi berbagai hal, menjalin pertemanan, dan mengisi waktu luang. Bahkan, media sosial menyediakan peluang wirausaha yang dapat memberikan manfaat finansial bagi warga untuk meningkatkan taraf hidup mereka.

METODE

Pengabdian ini menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Kegiatan pengabdian menganalisis peristiwa, fenomena, sikap, keyakinan, dinamika sosial, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang suatu hal.

Tahap pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi dan wawancara mendalam. Teknik observasi tidak hanya mengukur sikap responden, tetapi juga digunakan untuk mencatat berbagai fenomena yang terjadi. Teknik ini sangat tepat untuk tujuan pengabdian yang mempelajari perilaku manusia dan proses kerja. Teknik observasi sangat tepat apabila jumlah responden tidak terlalu banyak. Kegiatan pengabdian dapat menggunakan observasi partisipan, yaitu terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari responden atau situasi yang sedang diamati sebagai sumber data. Observasi dilakukan terhadap warga RT 01/RW 08 Kelurahan Tegal Gundil, Kecamatan Bogor Utara. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai penggunaan media sosial oleh warga dalam kesehariannya.

Teknik wawancara dilakukan dengan mengumpulkan data secara tatap muka dan melalui tanya jawab langsung antara pewawancara dan responden. Teknik wawancara tidak terstruktur digunakan oleh pewawancara dengan menggunakan panduan wawancara gratis, yang hanya berisi poin-poin penting yang ingin digali pewawancara dari responden. Wawancara dilakukan untuk mengeksplorasi tujuan penggunaan media sosial oleh warga dalam kehidupan mereka.

Berdasarkan hasil pengumpulan data, dapat disimpulkan bahwa metode pelatihan adalah yang paling tepat untuk memberikan wawasan dan menambah pengetahuan warga agar dapat memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk bersosialisasi tetapi juga sebagai peluang berwirausaha.

Tahapan pelatihan ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data melalui metode observasi dan wawancara.
2. Penyampaian pelatihan dengan metode ceramah
3. Evaluasi kegiatan pelatihan

Tempat dan waktu kegiatan

Tempat Kegiatan

Pelatihan media sosial dilaksanakan di Perpustakaan Cinta Baca, Komplek Bogor Baru Blok A3/8 RT 01/RW 08, Desa Tegal Gundil, Kecamatan Bogor Utara.

Waktu Kegiatan

1. Hari : Jumat, 26 Agustus 2024
2. Waktu : 15:00 -18:00

Materi pelatihan

Media sosial adalah media di internet yang memungkinkan penggunanya untuk menampilkan diri dan terlibat dalam berbagai interaksi, berkolaborasi, berbagi informasi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial virtual (Nasrullah, 2020).

Salah satu kategori utama media sosial adalah jejaring sosial, di mana media sosial digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi. Fitur utama jejaring sosial adalah pengguna dapat membentuk jaringan pertemanan baru berdasarkan minat, kesamaan, atau minat mereka pada hal yang sama, seperti hobi yang sama. Manfaat media sosial untuk bisnis antara lain:

1. Temukan pelanggan potensial dengan cepat.
2. Anda dapat menganalisis calon pelanggan karena Anda dapat menemukan banyak data tentang target pelanggan Anda.
3. Berikan umpan balik dengan lebih cepat dan mudah. Semakin cepat responsnya, semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan.
4. Menarik pelanggan karena media sosial dapat membangkitkan minat calon pelanggan lainnya.
5. Branding, karena media sosial adalah tempat bagi konsumen untuk mengulas produk.
6. Intelijen kompetitif dengan menganalisis taktik yang digunakan oleh pesaing.
7. Bagikan informasi lebih cepat dengan menggunakan fitur berbagi untuk mengeposkan informasi ke beberapa situs media sosial sekaligus.
8. Cara promosi yang paling mudah dan murah, tetapi dapat menjangkau basis pelanggan potensial yang lebih luas dan lebih cepat.

Media sosial Instagram adalah media untuk mengambil foto dan mengirimkannya dengan cepat. Aktivitas yang dilakukan di Instagram meliputi:

1. Mengikuti, di mana pengguna dapat saling mengikuti atau berteman.
2. Menyukai, di mana pengguna dapat menyukai video dan foto yang diunggah.
3. Komentar, yaitu kegiatan mengemukakan pendapat melalui kalimat.
4. Mention, yang memungkinkan pengguna untuk menandai pengguna lain.

WhatsApp adalah kategori media sosial yang memungkinkan pengguna mengirim dan menerima pesan menggunakan koneksi internet.

Fitur-fitur WhatsApp adalah:

1. Obrolan pribadi atau grup.
2. Pengguna dapat mengirim pesan berisi teks, audio, berkas dokumen, foto, dan video kepada pengguna lain. Obrolan grup biasanya terdiri dari beberapa pengguna.
3. Berbagi informasi dan pesan.
4. Media komunitas.
5. Panggilan video dan suara
6. Media bisnis.

WhatsApp sebagai media bisnis digunakan untuk kegiatan bisnis seperti promosi, informasi dan reservasi. Peluang bisnis adalah proses mengidentifikasi peluang untuk memulai bisnis baru.

Tujuan peluang bisnis mencakup pemenuhan keinginan, yang dapat berupa keuntungan, uang, kekayaan, kepuasan batin, popularitas, status sosial, dan sebagainya. Oleh karena itu, sumber daya seperti uang, modal, pengetahuan, keterampilan, relasi yang luas, dan pengalaman diperlukan untuk mendukung kegiatan bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengembangkan jiwa kewirausahaan dan mencari peluang usaha merupakan hal yang dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat saat ini. Hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi informasi yang mampu mendukung pengembangan usaha kewirausahaan. Memulai usaha sendiri merupakan cara yang menjanjikan bagi masyarakat. Namun, masyarakat perlu memahami situasi di sekitar mereka, mulai dari kondisi masyarakat, kondisi perekonomian negara, dan yang terpenting, peluang kewirausahaan.

Pelatihan akan dilakukan untuk memberikan wawasan dan pengetahuan tentang manfaat penggunaan media sosial, khususnya Instagram dan platform media sosial lainnya. WhatsApp sebagai peluang wirausaha bagi warga.

Pelatihan dilakukan tidak hanya melalui penyampaian materi, tetapi juga melalui contoh usaha rumahan milik salah satu warga di kompleks perumahan yang sama. Jenis usaha ini merupakan usaha rumahan dengan merek HolindoPasteria. Dalam Instagram Display, promosi daring terdiri dari

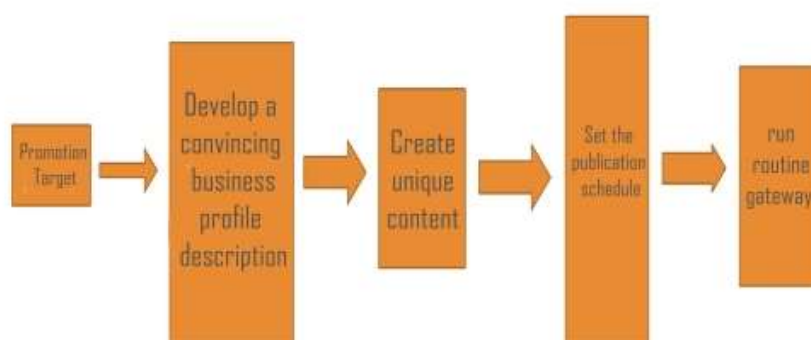
periklanan dan penjualan personal. Iklan ditampilkan dalam bentuk iklan Instagram dengan menawarkan diskon atau potongan harga, serta hadiah berupa produk gratis.

Warga berlatih menjadi pengikut Instagram toko roti dan dapat langsung berkomentar atau bertanya tentang produk. Warga dapat melihat bahwa pilihan toko roti untuk menggunakan Instagram sebagai media promosi yang aktif, dengan unggahan foto dan video, mendorong konsumen untuk membeli.

Warga juga mendapatkan wawasan tentang bisnis Instagram, yang memudahkan pengaturan iklan, seperti menentukan demografi, anggaran, dan menganalisis apakah iklan tepat sasaran. Langkah pertama adalah membuat postingan, lalu menggunakan gambar yang menarik, pilihan kata yang menarik, penempatan area yang tepat, dan penggunaan tagar. Umpan balik dapat dilihat dari berbagai komentar di kolom komentar atau melalui DM (pesan langsung).

Warga juga diberikan pengetahuan tentang cara membuat alur untuk mengoptimalkan penggunaan Instagram dengan diagram berikut:

How to improve a business with help of Instagram



Gambar 1. Cara Membuat Alur untuk Mengoptimalkan Penggunaan Instagram

Penggunaan aplikasi Instagram melalui video dengan menampilkan atau menjelaskan secara detail produk yang dipromosikan. Warga dapat melihat video proses produksi toko roti, sehingga meningkatkan kepercayaan diri terhadap produk yang ditawarkan dan mengurangi keraguan. Warga dapat langsung bereaksi terhadap detail produk yang ditampilkan dalam video.

Penggunaan Instagram juga dapat menambahkan tautan ke akun e-commerce besar seperti Tokopedia dengan mengetuk Tambahkan Tautan Baru. Cara ini meningkatkan penjualan produk warga. Warga juga dapat membaca ulasan dari pelanggan toko roti tersebut. Ulasan positif merupakan bentuk iklan gratis dan akan memengaruhi keputusan calon pelanggan lain untuk membeli produk tersebut. Setiap ulasan dapat ditanggapi sebagai bentuk apresiasi dari pemilik bisnis.

Pentingnya menanggapi ulasan adalah karena jika terdapat ulasan negatif, hal tersebut akan memengaruhi penjualan bisnis. Oleh karena itu, pemilik bisnis harus menjelaskan alasan munculnya ulasan negatif dan berusaha menyelesaikannya dengan komunikasi yang baik agar citra bisnis tetap baik. Selain itu, memiliki banyak pengikut yang aktif memberikan komentar dapat membantu bisnis mendapatkan tingkat interaksi yang tinggi di akun Instagram-nya.

Cara untuk melakukan ini termasuk menyediakan konten berkualitas, meningkatkan umpan, menggunakan tagar, mempertimbangkan waktu pengunggahan, mempromosikan di platform media sosial lain, dan menggunakan teknik ikuti dan jangan ikuti. Misalnya, untuk usaha roti milik komunitas yang digunakan sebagai contoh dalam pelatihan ini, postingan promosi dibuat di akhir pekan untuk menarik perhatian calon pelanggan agar mengonsumsi produk tersebut bersama keluarga. Selain itu, calon pelanggan tertarik untuk menjadi pengikut akun Instagram usaha tersebut untuk meminta informasi produk lebih detail, memesan, dan sebagainya.

Warga diberikan wawasan tentang penggunaan WhatsApp, khususnya WhatsApp Business, untuk memfasilitasi aktivitas bisnis mereka. Pihak toko roti mencantumkan nomor WhatsApp untuk menghubungi mereka di halaman Instagram mereka. Hal ini memungkinkan interaksi dengan mudah berupa percakapan tentang informasi detail, harga, metode pembayaran, dan pengiriman produk yang diiklankan. WhatsApp memudahkan kedua belah pihak untuk menindaklanjuti transaksi bisnis.

Materi tentang berbagai cara beriklan di WhatsApp juga diberikan, mengingat pentingnya tampilan foto produk dalam menarik perhatian calon pelanggan. Skema warna, desain gambar, dan frasa yang diposting di WhatsApp harus mengandung pesan penjualan. Warga dapat melihat tampilan iklan produk yang diposting di WhatsApp dari toko roti milik warga yang digunakan sebagai contoh dalam pelatihan ini, diikuti dengan permintaan informasi produk detail, yang ditanggapi dengan cepat oleh penjual.

Media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp, berperan penting dalam menciptakan peluang wirausaha di kalangan warga RT 01/RW 08 Tegal Gundil, Bogor Utara. Pelatihan ini diberikan kepada warga karena masih banyak warga yang hanya menggunakan media sosial untuk bersosialisasi. Media sosial yang umum digunakan warga adalah Instagram dan WhatsApp. Pemanfaatan kedua media sosial ini dapat dilakukan untuk mempromosikan usaha warga. Manfaat yang diperoleh warga berupa keuntungan ekonomi, yaitu tambahan penghasilan bagi mereka.

SIMPULAN

1. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp belum dimaksimalkan oleh warga untuk berwirausaha, sehingga diharapkan pelatihan ini memberikan wawasan baru tentang peluang berwirausaha dengan memanfaatkan media sosial yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari warga.
2. Pelatihan dengan metode ceramah memudahkan warga memahami materi pelatihan. Dengan adanya diskusi, praktik langsung pemanfaatan media sosial untuk bisnis, serta contoh langsung upaya warga yang telah sukses menjalankan bisnis menggunakan media sosial, diharapkan warga tertarik untuk memulai bisnis dari rumah.
3. Antusias warga untuk menjalankan bisnis dengan memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp, cukup tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada para peserta pelatihan dari RT 01/RW 08 Desa Tegal Gundil, Kecamatan Bogor Utara atas partisipasinya, Perpustakaan Cinta Baca yang telah menyediakan tempat untuk kegiatan ini, dan Holindo Pastateria Bakery milik warga yang bersedia menjadi contoh praktik pelatihan.

REFERENSI

- Fabian, Chandra. (2021). Pemasaran Media Sosial. Yogyakarta: Diva Press.
- Helianthusonfri, Jefferly. (2019). Belajar Pemasaran Media Sosial. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Kusumadewi, AN (2020). Implementasi Semangat Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Purwakarta . Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Volume 7, No. 2, September 2020.
- Nasrullah, Rulli (2020). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi . Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Prajmalin, Dian (2020). Iklan Media Sosial Instagram. Yogyakarta: VISI STSRD.
- Sulistiono, S., Mulyana, M. and Firmansyah, M.F., 2020. Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor. Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan, 1(2), pp.87-94.
- Supratman, L. P. (2018, Juni). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 15, No. 1, 47-60.
- Wibawa, Hariqo (2019). Seni Mengelola Tim Media Sosial. Depok: Yayasan Komunikonten .
- Yanuarita, D., & Desnia, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Melalui Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi di Sekolah Alam Kebun Tumbuh. Jurnal Penelitian Inovatif (Vol. 3, Issue 2, hlm. 245–256). CV Firmos. <https://doi.org/10.54082/jupin.153>
- Yuniarti, F., Rakhmawati, D., & Harsani, D. C., 2021. Sosialisasi Penggunaan Microsoft Teams Sebagai Media Pembelajaran Dalam Jaringan (Daring). Jurnal Warta Desa (JWD), 3(3), 223–229. <https://doi.org/10.29303/jwd.v3i3.167>