

## Web Seminar *from Zero to Hero Marketing Sosial Media*

Baiq Dinna Widiyasti<sup>1</sup>, Zahrah<sup>2</sup>, Rini Anggriani<sup>3</sup>, Lady Faerrosa<sup>4</sup>, Rizky Raharjo<sup>5</sup>

baiqdinna@universitasbumigora.ac.id<sup>1</sup>, rizkyaljazeera@gmail.com<sup>2</sup>,  
ladyjosman@universitasbumigora.ac.id<sup>3</sup>, zahrah@universitasbumigora.ac.id<sup>4</sup>,  
rinianggriani@universitasbumigora.ac.id<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Bumigora

---

### Article History:

Received: 29-06-2022

Revised: 04-07-2022

Accepted: 06-07-2022

**Abstract:** *The rise of social media users is a positive opportunity for business/SME owners to take advantage of these communication facilities as a means of introducing their products. Social media is a place where consumers are more receptive to product messages. Consumers are more receptive to marketing messages on social media because social media makes it possible to interact more and market brands from different angles. Students of Bumigora University and Saraswati University are also expected to have the opportunity to have a business, so that the mindset of students is not only graduating from campus to find work but also creating jobs, starting with entrepreneurship. The role of social media as a marketing advice is to give a better marketing performance. Web seminars are held to provide development for students and provide a forum for students to increase their knowledge and skills in utilizing social marketing media. Some students are already doing marketing with social media to get started, but with the existing issues and current conditions, of course there will be many questions that need to be supported so that they can maximize the use of social media as a marketing platform.*

**Keywords:** *Media, Social Marketing, Business*

---

### Pendahuluan

Saat ini penggunaan *handphone* sebagai alat komunikasi adalah sangat penting. Tidak hanya berperan sebagai alat elektronik untuk mendengar musik ataupun menonton film. *Handphone* juga merupakan alat komunikasi dengan berbagai aplikasi yang dapat membantu memudahkan hubungan interaksi manusia, dari jarak dekat maupun jauh. Kehidupan sosial terjadi dalam genggaman. Berdasarkan survey, 143,26 juta (54,7%) dari total populasi Indonesia (262 juta) menggunakan internet. 50,8% persen masyarakat mengakses internet menggunakan *smartphone* atau tablet (Tashandra, 2019). Sebagian besar pengguna internet mengakses aplikasi - aplikasi menarik pada *handphone* antara lain salah satunya adalah media sosial.

TiNewss.Com - Ada 191,4 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari

2022. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada awal tahun 2022 setara dengan 68,9 persen dari total populasi (Nurmaya, 2022). Data tersebut, berasal dari pengguna Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok dan media sosial lainnya. Dari hasil survey AppStore tahun 2022 (Suherlan, 2022), berikut Medsos dengan peminat terbanyak di peringkat 5 besar dimulai, Whats Up (peringkat 1), Instagram (peringkat 2), Youtube (peringkat 3), Facebook (peringkat 4) dan Tiktok (peringkat 5)

Maraknya pengguna media sosial ini tentu akan menjadi peluang serta kesempatan positif bagi para pemilik usaha/UKM untuk memanfaatkan sarana komunikasi tersebut sebagai pengenalan produk mereka. Media sosial menjadi tempat dimana konsumen lebih mudah menerima pesan produk. Alasan mengapa konsumen lebih menerima pesan pemasaran di media sosial adalah karena media sosial memungkinkan untuk lebih banyak berinteraksi dan memasarkan merek dari sisi yang berbeda. Sosial media marketing atau pemasaran media sosial (SMM) adalah bentuk pemasaran digital yang menggunakan platform sosial dan situs web jaringan untuk mempromosikan produk atau layanan organisasi melalui cara berbayar dan tidak berbayar.

Sosial media marketing memiliki peran penting yaitu kemudahan aksesibilitas 24 jam, biaya lebih murah, brand awareness, feedback customer dan media pendapatan yang efektif. Sebagaimana strategi mengelola penawaran jasa dan produk salah satunya dengan meningkatkan partisipasi para pelanggan (Tjiptono, 2019). *Social media marketing* memudahkan partisipasi pelanggan dalam feedback maupun akses pelanggan terkait barang atau jasa yg diinginkan. Peluang memiliki usaha diharapkan juga dimiliki oleh mahasiswa Universitas Bumigora, agar mindset mahasiswa bukan hanya lulus dari kampus untuk mencari kerja namun menciptakan lapangan kerja, dimulai dengan kewirausahaan (Usaha Menengah kecil).

Dalam (Rahayu, 2017), Thomas W Zimmerer, seorang pakar kewirausahaan merumuskan manfaat kewirausahaan sebagai berikut:

1. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri. Dengan memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya.
2. Memberi peluang melakukan perubahan. Pembisnis dapat menemukan cara bagaimana mengkombinasikan wujud kepedulian mereka terhadap berbagai masalah sosial dan masalah ekonomi dengan harapan akan menjalani kehidupan yang lebih baik.
3. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya. Banyak sekali yang menyadari bahwa bekerja di suatu perusahaan kadang membosankan, kurang

menantang dan tidak ada daya tarik. Bisnis-bisnis yang mereka miliki merupakan alat aktualisasi diri. Keberhasilan yang mereka dapat merupakan sesuatu yang ditentukan oleh kreativitas, inovasi, sikap antusias dan visi mereka sendiri. Seseorang yang memiliki usaha atau perusahaan sendiri pada dasarnya memberikan kekuasaan kepadanya, kebangkitan spiritual dan membuat dia mampu mengikuti minat atau hobinya sendiri.

4. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin. Walaupun pada tahap awal uang bukan daya tarik utama bagi wirausaha, namun keuntungan yang didapat dari berwirausaha merupakan sumber motivasi yang penting bagi seseorang untuk membuat usaha sendiri.
5. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya.
6. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya. Jadi pada intinya mereka menyalurkan hobi atau kegemaran mereka menjadi pekerjaan, sehingga mereka senang melakukannya.

*Webinar From Zero to Hero Social Media Marketing* ini difokuskan pada mahasiswa, khususnya mahasiswa Universitas Bumigora & Universitas Saraswati dalam menciptakan peluang dan mensupport mereka untuk memiliki usaha sendiri dan memanfaatkan peranan Media social sebagai saran *marketing* dengan cara dan teknik yang tepat.

### Metode

Webinar ini dilakukan 14 Juni 2022. Partisipan dalam pengabdian ini adalah 160 orang mahasiswa Universitas Bumigora & Universitas Saraswati. Kegiatan ini dilakukan dengan strategi Web seminar yaitu seminar yang dilakukan melalui situs web atau aplikasi berbasis internet. Teknik seminar ini memungkinkan pembicara membagikan materi melalui media elektronik maupun internet.

Web seminar yang diadakan untuk memberikan development bagi mahasiswa serta memberikan wadah bagi mahasiswa untuk menambah pengetahuan serta keterampilan mereka dalam memaksimalkan pemanfaatan Media social marketing. Beberapa mahasiswa sudah ada yang melakukan Marketing dengan media social untuk usahanya, namun dengan isu – isu yang ada serta kondisi saat ini tentu akan banyak pertanyaan yang perlu disupport agar mereka dapat memaksimalkan penggunaan Media sosial sebagai wadah marketingnya.

Awalnya sebelum dilakukan pengabdian ini dilakukan dahulu analisa terhadap isu-isu yang terjadi di mahasiswa melalui kegiatan perkuliahan yang ada. Dilakukan diskusi awal

dengan mahasiswa terkait perkembangan usaha kecil yang mereka miliki dan apa yang mereka butuhkan untuk mensupport kegiatan mereka tersebut. Setelah mengumpulkan informasi tersebut, barulah Kegiatan pengabdian oleh para dosen Prodi Manajemen Universitas Bumigora dilakukan dengan menggunakan metode penyuluhan atau sosialisasi Web seminar, dimana beberapa dosen manajemen memberikan materi sosialisasi dengan sharing bagaimana media sosial sebagai sara marketing secara teori dan pengalaman pribadi dosen-dosen dalam menjalankan bisnis yang sudah digeluti dan dijalani sekarang guna memotivasi mahasiswa. Penyampaian materi dilakukan secara bergantian kemudian lebih banyak diberikan kesempatan berbicara dan sesi tanya jawab oleh mahasiswa. Metode tanya jawabnya berlaku dua arah antara para dosen yang memposisikan diri sebagai konsultan manajemen guna memberikan solusi dari keluhan serta hambatan-hambatan dari para mahasiswa jika ingin memulai atau melanjutkan promosi marketing usahanya menggunakan media sosial. Banyak mahasiswa yang pada awalnya pesimis dalam menggunakan media sosial sebagai sarana *marketing*, tetapi setelah mendapatkan solusi, jawaban serta kiat-kiat yang disampaikan para dosen, mereka menjadi optimis dan bersemangat untuk memulai dan melanjutkan aktivitas marketing mereka melalui media social, karena bermanfaat bagi pendapatan mereka.

Berikut gambar diagram Proses perencanaan dan strategi atau metode yang digunakan dalam melaksanakan PkM:



Gambar 1. Proses Perencanaan dan Strategi atau Metode Pengabdian

## Pembahasan

Karakteristik mahasiswa dalam pengabdian ini adalah seluruhnya merupakan mahasiswa Program studi Ekonomi. Sebelum diberikan materi tentang *Marketing social media*, dilakukan sesi tanya jawab singkat dahulu kepada mahasiswa untuk memberikan

gambaran kondisi yang mereka hadapi saat ini untuk mendapatkan arahan serta *support*, selanjutnya tahapan pemateri dalam menjalankan strategi tersebut di atas secara implementatif dengan menggunakan metode digital seminar sebagai berikut :

1. Sesi Diskusi dan Wawancara Awal

Pemateri meminta audience untuk menjawab pertanyaan survey singkat pemateri, agar pemateri dan audience mengetahui kondisi saat ini terkait media social marketing yang dialami untuk dianalisa & mendiskusikan solusinya. Mereka harus bersama-sama menyetujui solusi yang ditawarkan pemateri bahwa "Marketing social media" dapat menjadi solusi dalam membantu usaha ataupun keinginan mereka saat ini agar tahapan selanjutnya penyampaian materi tersebut menjadi lebih mudah diterima.

2. Sesi Sosialisasi (Web Seminar)

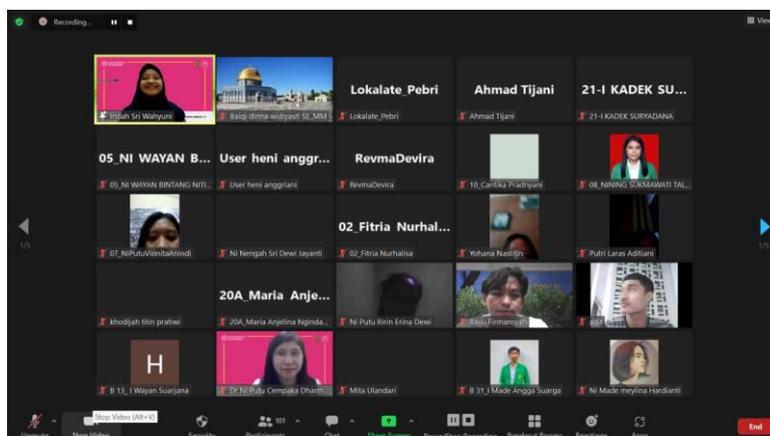
Dimana beberapa dosen manajemen memberikan materi seminar dengan menyampaikn materi yang berkenaan dengan kondisi tersebut, serta bercerita dan sharing pengalaman pribadi dosen-dosen dalam menjalankan bisnis yang sudah digeluti dan dijalani sekarang guna memotivasi para mahasiswa bahwa Marketing dengan media sosial itu menjanjikan, dan jika ditekuni akan menjadi sumber penghasilan tambahan bahkan utama. Penyampaian materi dilakukan secara bergantian kemudian lebih banyak diberikan kesempatan berbicara dan sesi Tanya jawab oleh mahasiswa secara langsung ataupun melalui kolom chat. Metode tanya jawab berlaku dua arah antara para dosen yang memposisikan diri sebagai konsultan manajemen guna memberikan solusi dari keluhan serta hambatan-hambatan dari para mahasiswa yang ingin memulai berwirausaha. mahasiswa ini yang pada awalnya pesimis dan berpikir kompleks dalam menjalani *marketing* dengan media ini, tetapi setelah mendapatkan solusi, jawaban serta kiat-kiat yang disampaikan para dosen dan jaminan pendampingan berkelanjutan, mereka menjadi optimis dan bersemangat untuk segera mengimplementasikannya, sehingga mereka tidak hanya mengandalkan dana dari orang tua namun bisa menciptakan pendapatan sendiri, dan bahkan menciptakan lapangan kerja. Mereka harus berpikir kreatif dan inovatif demi masa depannya.

3. Evaluasi dan Pendampingan Berkelanjutan

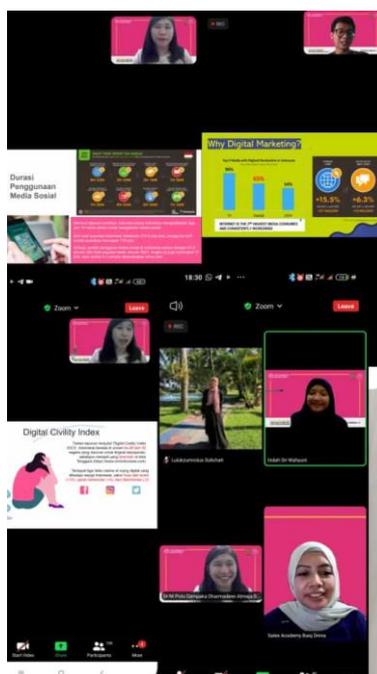
Evaluasi pengabdian dengan mengumpulkan informasi, dari pihak mahasiswa yang berkeinginan untuk melaksanakan program tersebut bersemangat dan penuh sadar untuk memulai atau melanjutkan usaha mereka. Selain itu para dosen sebagai pemateri pun siap menjadi konsultan dengan melakukan

pendampingan berkelanjutan bagi para mahasiswa dalam berwirausaha. Sehingga jika mereka menemui masalah atau kesulitan dan hambatan bisa berkonsultasi langsung dengan para dosen demi stabilnya pemasukan mereka dan kedepannya dapat menstabilkan perekonomian daerah setempat maupun Negara, melalui penciptaan lapangan kerja dari usaha mereka yang berkembang.

Berikut di bawah ini menunjukkan kegiatan pengabdian yang berlangsung:



Gambar 3. Foto bersama dosen dan peserta



Gambar 3. Sosialisasi materi dan mahasiswa mengisi survey

## Kesimpulan

Pelatihan ini bertujuan untuk menumbuhkan semangat berwirausaha Mahasiswa Universitas Bumigora & Universitas Saraswati, dengan konsep *sharing and caring* saling

berbagi pengalaman mengenai dunia bisnis dan bagaimana cara memulai marketing dengan social media. Hasil Pengabdian ini menunjukkan bahwa semangat wirausaha mahasiswa meningkat setelah diberikan semangat motivasi oleh pemateri dengan ditunjukkan oleh antusiasme mereka dalam menceritakan masalah yang dihadapi dalam melakukan marketing dengan media social ataupun baru ingin melakukan marketing dengan media sosial. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah *Web Seminar*. Dengan adanya pengabdian ini diharapkan mahasiswa Universitas Bumigora & Universitas Saraswati tersebut mampu menyadari potensi dirinya sebagai pemimpin bagi masa depannya dan potensi masing-masing diri mereka dalam hal berwirausaha. Sehingga mereka dapat berkontribusi demi stabilnya pemasukan mereka dan kedepannya dapat menstabilkan perekonomian daerah setempat maupun Negara.

### **Pengakuan/Acknowledgements**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pihak Manajemen Universitas Bumigora, Universitas Saraswati atas izin, waktu dan partisipasi mahasiswanya sebagai Subjek dalam kegiatan pengabdian ini. Kemudian terima kasih pula untuk Prodi Manajemen Universitas Bumigora dan serta pihak LPPM Universitas Bumigora Mataram yang telah mendukung kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Terima kasih juga disampaikan kepada tim pengabdian yang membantu pelaksanaan di lapangan, Rektor dan Wakil Rektor serta Dekan yang telah mendukung kegiatan ini, serta pihak lain yang mendukung kegiatan ini sehingga penulisan artikel ini selesai.

### **Daftar Pustaka**

- Nurmaya, R. (2022, juni 4). *tinewss.com*. Retrieved from Indonesia-news: <https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617810/jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia-pada-tahun-2022>
- Suherlan, R. (2022). *kontan.co.id*. Retrieved from lifestyle.kontan.co.id: <https://lifestyle.kontan.co.id/news/daftar-media-sosial-yang-paling-populer-tahun-2022-ada-whatsapp-dan-tiktok?page=all>.
- Tashandra, N. (2019, 03 28). *lifestyle.kompas.com*. Retrieved from Kompas.com: <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/03/28/071443120/berapa-batas-durasi-penggunaan-ponsel-yang-aman-bagi-kesehatan?page=all>
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. YOGYAKARTA: CV ANDI OFFSET.
- Rahayu, N. (2017). Manfaat Kewirausahaan Menurut Thomas W Zimmerer. Retrieved June 20, 2020, from [www.wartaekonomi.co.id](http://www.wartaekonomi.co.id) website: <https://www.wartaekonomi.co.id/read130235/manfaat-kewirausahaan-menurut-thomas-w-zimmerer.html>