

SOSIAL MEDIA ADVERTISING PADA SMK HANG NADIM BATAM

Koko Handoko

Universitas Putera Batam, Batam, Indonesia
e-mail: kokohandoko01@gmail.com

Wasiman

Universitas Putera Batam, Batam, Indonesia
e-mail: wasiman@puterabatam.ac.id

Pastima Simanjuntak

Universitas Putera Batam, Batam, Indonesia
e-mail: p.lastra@gmail.com

Abstract

In the era of technology where development is so fast where everyone on average has a mobile phone, those who have sophisticated mobile phones must have social media. Social media is one of the media that is developing very rapidly in the world. Social media used such as Facebook and Instagram, Facebook is used not only by teenagers but now parents use Facebook more, but more teenagers use Instagram than parents. Because generally now people, especially teenagers, use two social media on top of serving as teaching how to make an advertisement on their respective social media for students of Hang Nadim Batam Vocational School, the goal is that now students can learn to make a business or sell other people's products using a promotion that done using social media respectively. Product marketing or selling other people's products will be more effective through social media that we use whether we are looking for new customers or retaining existing customers.

Keywords—*Sosial Media, handphone, Facebook, Instagram*

1. PENDAHULUAN

Iklan media sosial merupakan cabang dari pemasaran digital dimana kampanye iklan berbayar dijadikan di platform media sosial untuk menjangkau audiens target. Pemasaran dan pengiklan dapat mempromosikan merek mereka dan menginspirasi penjualan melalui saluran sosial yang sering digunakan pengguna. Fakta tentang iklan media sosial setiap menit 300 profil baru dibuat, 293.000 status diperbarui, 510.000 komentar dikirim dan 136.000 foto diunggah. Sekarang jauh lebih banyak konten yang dibuat daripada waktu untuk menyerapnya.

Platform yang dimaksud seperti facebook, twitter, instagram sering disebut platform jaringan dikarenakan akun pengguna yang berintegrasi satu sama lain dalam berbagai langkah atau cara yang berbeda. Dimana tujuan dan *Key Performance Indicators* metrik media sosial merupakan nilai yang dilakukan oleh tim pemasaran dan media sosial untuk mengukur kinerja kampanye dalam media sosial yang digunakan. Tim media sosial selalu menggunakan sejumlah saluran media sosial untuk membuat atau meningkatkan sebuah tayangan dan jangkauan

pesan pemasaran. Iklan berbayar facebook merupakan iklan bertarget dalam memanfaatkan data yang ada dan profil pengguna atau pemilik facebook yang tidak tertandingi. Iklan yang berbayar facebook memungkinkan bisnis untuk berkomunikasi ke audiens yang tepat berdasarkan jenis kelamin, usia lokasi dan minat untuk kastemer. Pengabdian ini bisa dilihat pembuatan iklan melalui media sosial siswa siswi yang ada sehingga dari media sosial itu bisa membuat iklan pemasaran tentang usaha yang dimilikinya.

2. METODE

Pengabdian menggunakan beberapa metode yaitu dengan cara yaitu Siswa siswi belum ada yang memiliki ide untuk membuat merek apa yang akan dibuat untuk mendapatkan suatu penghasilan dari waktu setelah pulang dari sekolah, Mengembangkan pemikiran-pemikiran fositif untuk siswa siswi yang belum ada ide sama sekali membuat ide kreatif atau mengembangkan usaha orang untuk membuka usaha apa atau kegiatan apa sepulang sekolah.

Umumnya semua siswa siswi yang menggunakan media sosial hanya digunakan untuk keperluan pribadi dan siswa siswi belum ada yang bisa membuat iklan dimedia sosial masing-masing, Sesudah mendapatkan ide bagaimanakan siswa siswi bisa membuat iklan dalam media sosialnya untuk menawarkan produk atau menjual produk orang agar penjualan dimedia sosialnya meningkat.

Rancangan dalam kegiatan pengabdian masyarakat menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Langkah pertama
Pengabdi membuat semenarik mungkin materi yang akan disampaikan sehingga membuat antusias siswa siswi ini untuk mengikuti pengabdian ini.
- b. Langkah kedua
Siswa siswi menerima materi dan mempraktekkan langkah langkah sesuai dengan judul pengabdian.
- c. Langkah ketiga
Siswa siswi mendiskusikan keteman temannya dari materi yang sudah di ajarkan sehingga bisa lebih memahami dari materi yang dibahas.
- d. Langkah keempat
Pengabdi melihat bisnis apa dan iklan apa yang sudah dibuat siswa siswi untuk membuat usaha yang dipasarkan dalam media sosial.

Pelaksanaan kegiatan pembinaan bertempat di Sekolah Menengah Kejuruan Hang Nadim Batam. Kegiatan ini akan memberikan solusi untuk pembinaan siswa siswi. Sehingga pembinaan ini dapat dipahami oleh siswa siswi yang mengikutinya.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian

Pembinaan yang dilakukan selalu dimonitoring oleh pengabdian dari awal hingga selesainya kegiatan pengabdian. Siswa siswi bisa dipantau selalu melalui apakah dimedia sosialnya masih selalu membuat iklan dimedia sosialnya atau tidak, bila masih pengabdian selalu memberi ide-ide yang bagus untuk iklan yang dibuat jika tidak ada maka pengabdian menanyakan selalu keterkaitan pengabdian yang pernah diikutinya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Suatu pembahasan yang sudah dipaparkan disaat pengabdian di sekolah SMK Hang Nadim Batam yaitu:

1. Menghasilkan suatu pengetahuan-pengetahuan baru bagi siswa siswi SMK Hang Nadim Batam tersebut dari biasanya mereka menggunakan suatu media sosial sekarang bisa dimanfaatkan untuk berbisnis dari media sosial tersebut.
2. Memikirkan suatu ide yang ada didalam pemikiran siswa siswi dalam menggunakan media sosial bagaimana belajar berbisnis dengan menggunakan media sosial, siswa siswi tidak harus menciptakan suatu produk tetapi disini diajarkan bagaimana kita menjual produk orang laing menggunakan media sosial sehingga mendapatkan suatu penghasilan disaat masih sekolah.
3. Memasarkan dari produk yang ada menggunakan media sosial, contohnya instagram, facebook, bagaimana kawan-kawan dan orang yang melihat instagram kita bisa melihat iklan dari produk yang kita jual tersebut.

3.2. Pembahasan

Pengabdian yang dilakukan semata-mata untuk membuka suatu pemikiran atau ide-ide mengikuti jamannya teknologi dan media sosial saat ini. Teknologi yang berkembang setiap saat otomatis kita harus mengikuti jaman tersebut, terlihat jelas disaat awal mulanya ada virus corona orang berjualan menggunakan media sosial dan pemasarannya menggunakan iklan media sosial:

1. Iklan yang dibuat untuk memasarkan suatu produk yang dijual maka iklan tersebut harus dibuat semenarik mungkin.
2. Pemasaran atau sasaran yang tertuju yang menggunakan sosial media seperti facebook, instagram dan lainnya.
3. Disaat menggunakan atau memasarkan produk kita harus tau diwaktu yang tepat atau dijam-jam berapa kebanyakan orang melihat media sosial.
4. Melihat orang yang tepat saat kita membuat iklan dan memasarkan suatu produk, apakah sasaran kita ibu-ibu, bapak-bapak atau remaja.

3.3. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan secara langsung ke siswa siswi SMK Hang Nadim Batam diawali dengan menjelaskan dasar-dasar dari iklan media sosial, ide-ide kreatif kira-kira produk apa yang akan dijual dan dipasarkan menggunakan media sosial:

1. Langkah satu dengan menggunakan metode ceramah
Ketua pengabdian memaparkan hal-hal terpenting dari dasar-dasar dari judul pengabdian dimana siswa siswi ini mengerti dengan adanya pengabdian ini.
2. Langkah dua dengan melakukan metode tutorial
Terlebih dahulu melihat contoh-contoh iklan dari media sosial sehingga siswa siswi ini bisa memiliki suatu ide bahwasannya dia bisa langsung membuat suatu bisnis yang sudah dipikirkan lalu itu membuat iklan di media sosial yang dia miliki.
3. Langkah ketiga dengan menggunakan metode diskusi

Pengabdian melakukan suatu diskusi bagaimana siswa siswi ini bisa memikirkan atau kerjasama atas ide-ide yang dimilikinya sehingga pengabdian ini mereka mengerti dan bisa diterapkan oleh siswa siswi tersebut.

3.4. Evaluasi Setelah Pembinaan

Adanya pengabdian yang telah dilakukan pengabdian bisa memberikan suatu arahan-arahan setelah pengabdian ini selesai bisa memberikan suatu arahan-arahan positif bagi siswa siswi SMK Hang Nadim Batam yaitu mengajarkan pembuatan iklan media sosial.

3.5. Keberlanjutan Kegiatan

Pengabdian ini akan selalu dilanjutkan kepada sekolah SMK Hang Nadim Batam setiap semeternya, pengabdian akan memberikan suatu pengabdian sesuai atau berkaitan dengan topik-topik tentang judul yang dibuat oleh pengabdian. Selain itu pengabdian mengembangkan suatu teknologi atau perkembangan jaman yang banyak digunakan orang banyak tentang berbisnis dan membuat iklan sosial media menggunakan sosial media para siswa siswi SMK Hang Nadim Batam.

4. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan selama pengabdian ini yang dilakukan di SMK Hang Nadim Batam yaitu:

1. Mendapatkan suatu ide-ide kreatif dari pemikiran siswa siswi yang nantinya akan menjadikan suatu bisnis dan memasarkan suatu produk sendiri atau produk orang lain yang akan dijual menggunakan media sosial yang mereka miliki sehingga mendapatkan suatu penghasilan dimana dimulai dari menjadi siswa siswi di sekolah.
2. Dari media sosial yang biasanya digunakan hanya membuang-buang waktu jadi disini pengabdian mengajarkan supaya siswa siswi ini menggunakan media sosial yang bermanfaat dan mendapatkan suatu pengetahuan dan penghasilan.

5. SARAN

Dari perjalanan yang sudah dilakukan adapun saran didalam pengabdian ini yaitu:

1. Mengembangkan ide-ide yang kreatif yang mengikuti jaman digital atau media sosial yang digunakan.
2. Memperluas lagi tentang objek-objek pengabdian yang selalu bisa membuat siswa siswi ini bersemangat mengikuti pengabdian yang dilakukan oleh pengabdian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Putera Batam sebagai pemberi dana dalam pengabdian ini sehingga pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih kepada SMK Hang Nadim Batam yang menjadi objek pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Gumilang, R. r. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen* , 9-14.
- Indrawati, K. A. (2027). Efektifitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran di Krisna Oleh-Oleh Khas Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 78-83.
- Oktaviani(2018). *Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness*, 3.
- Simanjuntak, P., Realize, R., & Handoko, K. (2019). Pembinaan Administrasi dan Dokumentasi dengan Memanfaatkan Software Application. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 2(2), 133-136.
- Simanjuntak, P., & Handoko, K. (2019). Pembinaan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Pada Masyarakat Pulau Temoyong Batam Kepulauan Riau. *Jurnal Matappa*, 2(1), 20-23.