

MEDIA PROMOSI BUDIDAYA HASIL TAMBAK RUMPUT LAUT SAMUDERA HIJAU DUSUN TANJUNGSARI KECAMATAN JABON SIDOARJO

Muhammad Ilham Danu, Yoppy Dwi Ardiansah, Nafis Dwi Hermawan, Ismu Putra Herdrianto, Fauzan Azhimi, Riesta Ayu Oktarina

Ilmu Komunikasi
Stikosa-AWS
Nginden Inten Timur 1/18, Surabaya
Email: ilhamdanu8181@gmail.com

Abstract

Social media is one of the technological developments that has a big role in providing convenience for humans to communicate and socialize. With the development of the times, social media can also be used for marketing activities.

The formulation of the problem that the researcher proposes is 1) How is the application of the marketing strategy of MSMEs for seaweed aquaculture products in Tanjung Sari hamlet, Kupang village in social media? 2) How does the marketing process for MSMEs produced by ponds take place?

This study aims to obtain answers to the problems stated above, which in general are to determine the effect of social media modernization on MSMEs. The results of seaweed pond cultivation, Tanjung Sari hamlet, Kupang Village, and specifically are 1) To determine the marketing strategy of hamlet aquaculture products Tanjung Sari village of Kupang in social media. 2) To assist in the implementation of marketing strategies for seaweed aquaculture in Tanjung Sari Hamlet, Kupang village on social media

The research method that the researcher uses is descriptive method with observation and interview techniques. The results of his research are as follows, In modern times like today, entrepreneurs must have knowledge about modernization so as not to miss or misunderstand modernization, because there are so many positive and negative impacts of this modernization. If entrepreneurs know what modernization is, then entrepreneurs can choose and sort out what should be done and what should not be done. From the results of interviews with entrepreneurs (green ocean), they do not know what modernization is.

Based on interviews conducted by researchers that modernization of social media is very useful, such as WA (Whatsapp), Line, and Instagram which can be used to communicate, share images, videos, sounds. This social media can be used by MSME entrepreneurs to sell online (e-commers), collaborate and share tips on how to sell on social media and much more.

The use of social and digital media is an integral part of everyday life. All entrepreneurs follow the branding style they see on social media, there is no problem if the branding they see is a positive creative style, but if the branding style seen is less creative which is negative, this is very worrying for entrepreneurs, therefore entrepreneurs who are struggling on social media must be vigilant when using social media because many imitate or copy branding styles.

Keywords: Branding, Social Media, E-Commmers, Tanjung Sari, Green Ocean, Seaweed.

Abstrak

Media sosial adalah salah satu perkembangan teknologi yang memiliki andil besar dalam memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Semakin berkembangnya zaman, sosial media juga bisa dipergunakan untuk kegiatan pemasaran.

Rumusan masalah yang peneliti ajukan adalah 1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran UMKM budidaya hasil tambak rumput laut dusun Tanjung Sari desa Kupang dalam sosial media? 2) Bagaimana proses pemasaran UMKM hasil tambak berlangsung?

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang dikemukakan diatas, yang secara umum untuk mengetahui pengaruh modernisasi media sosial terhadap UMKM Hasil budidaya tambak rumput laut,

Nama penulis.: Muhammad Ilham Danu, Yoppy Dwi Ardiansah, Nafis Dwi Hermawan, Ismu Putra Herdrianto, Fauzan Azhimi, Riesta Ayu Oktarina

dusun Tanjung Sari, Desa Kupang, dan secara khusus adalah 1) Untuk mengetahui strategi pemasaran budidaya hasil tambak dusun Tanjung Sari desa Kupang dalam sosial media. 2) Untuk membantu dalam penerapan strategi pemasaran budidaya hasil tambak rumput laut Dusun Tanjung Sari desa Kupang dalam sosial media

Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode deskriptif dengan teknik observasi dan wawancara. Adapun hasil penelitiannya sebagai berikut, Di zaman modern seperti sekarang ini, pengusaha harus memiliki pengetahuan tentang modernisasi agar tidak ketinggalan atau salah faham mengenai modernisasi, karena banyak sekali dampak positif dan negatif dari modernisasi ini. Jika pengusaha tahu apa itu modernisasi, maka pengusaha dapat memilih dan memilah mana yang seharusnya dilakukan dan mana yang seharusnya tidak dilakukan. Dari hasil wawancara terhadap pengusaha (samudra hijau), kurang tahu apa itu modernisasi.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan bahwa modernisasi media sosial sangat lah bermanfaat, seperti WA (Whatsapp), Line, dan Instagram yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, berbagi gambar, video, suara. Media sosial ini dapat digunakan oleh pengusaha UMKM untuk berjualan online (e-commers), berkolaborasi dan saling membagikan tips-tips cara berjualan di media sosial dan masih banyak lagi.

Penggunaan media sosial dan digital adalah bagian yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari. Seluruh pengusaha mengikuti gaya branding yang dilihat nya di media sosial, tidak ada masalah apa bila branding yang dilihat adalah gaya kreatif yang positif, tetapi apabila gaya branding yang dilihat adalah kurang kreatif yang negatif, ini sangat mengkhawatirkan bagi para pengusaha, maka dari itu pengusaha yang sedang bergelut di social media harus waspada ketika menggunakan media social karena banyak yang meniru atau menconas gaya branding.

Kata Kunci: Branding, Media social, E- Commers, Tanjung Sari, Samudra Hijau, Rumput laut.

1.PENDAHULUAN

Tambak merupakan salah satu metode pembudidayaan yang paling populer di Indonesia. Tambak merupakan kolam buatan, biasanya di daerah desa atau pantai, yang diisi air dan dimanfaatkan sebagai sarana budidaya perairan (akuakultur). Hewan yang dibudidayakan adalah hewan air, terutama ikan, rumput laut, serta kepiting. Penyebutan "tambak" ini biasanya dihubungkan dengan air payau atau air laut.

Di era digital ini perkembangan teknologi terjadi sebuah evolusi pada teknologi media, sebut saja new media atau orang juga sering menyebutnya media online atau orang lebih akrab lagi menyebutnya dengan istilah internet, media ini tentunya sudah tidak asing lagi di telinga. Media ini juga disebut-sebut sebagai media yang sampai saat ini belum ada yang menandingi pertumbuhan jumlah penggunaannya. Di negara maju, new media mengalahkan berbagai media yang sebelumnya telah dijadikan sumber referensi dalam mendapatkan sebuah informasi. Istilah new media muncul pada akhir abad 20, istilah ini digunakan untuk menyebut media jenis baru yang menggabungkan antara media konvensional dengan media internet. Dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan ini new media diramaikan oleh fenomena munculnya situs jejaring sosial, situs ini menyediakan tempat didunia maya untuk membangun suatu komunitas jejaring pertemanan yang dapat diakses oleh semua orang di seluruh dunia. Perkembangan teknologi informasi yang terjadi memunculkan istilah E-Commerce yaitu proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan jaringan komputer dan jaringan yang digunakan adalah jaringan internet (Morissan, 2010:336).

Dalam hal ini di perlukan sebuah sosialisai kepada warga Dusun Tanjung Sari bahwasanya perlunya menjual hasil budidaya tambak di media sosial, karena dengan kemajuan teknologi ini di butuhkan peluang pemasaran di skala perdesaan dan di luarnya. Dengan adanya pemasaran lewat sosial media ini diharapkan warga dapat mengerti dan mewujudkan

perdagangan online, agar masyarakat perdesaan tidak ketinggalan zaman dengan majunya teknologi ini.

2.METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan KKL berisi hal-hal berikut :

Tahap-tahap kegiatan yang akan di lakukan meliputi :

- **Identifikasi Masalah**
Kurangnya promosi dan ketidaktahuan dari masyarakat luar tentang budidaya hasil tambak sehingga kami ingin membuat media promosi seperti Company Profile untuk memperkenalkan Samudera Hijau Satu adalah tempat pengolahan hasil tambak rumput laut dan menciptakan sebuah produk unggulan rumput laut.
- **Analisis Kebutuhan**
Kurangnya membranding di media online dan tidak mendaftarkan produk ke media online,dan kurangnya sosialisasi media social untuk mempromosikan lebih luas lagi produk hasil rumput laut.
- **Penyusunan Program :**
 1. Membuatkan Desain Ulang Kemasan Produk hasil rumput laut.
 2. Membuatkan Social Media seperti Instagram dan lain-lain.
 3. Mendaftarkan Produk di E-Commerse seperti Shopee,Lazada dan lain-lain.
 4. Memfoto produk hasil olahan rumput laut dan berbagai produk Samudera Hijau
 5. Membuatkan Company Profile Samudera Hijau.
- **Pelaksanaan Program**
3 Juni -9 Juni 2021 (1 Minggu)
- **Strategi Pembinaan Sasaran**
 1. Membuat draft desain kemasan produk dan kemudian di sampaikan kepada pengelola
 2. Membuat konten sosial media dan e commerce
 3. Membuat akun sosail media dan e commerce
 4. Melakukan sosialisasi 3 – 4 kali kepada pengelola untuk mengelola sosial media
- **Perintisan Kemitraan bersama ketua pengelola H.Mustofa :**
 1. Menyiapkan dan mengajarkan cara pemasaran di platform e-commers.
 2. Mendemonstrasikan secara langsung bagaimana membuat desain, foto, video produk olahan rumput laut secara baik dan benar.
- **Monitoring dan Evaluasi berdasarkan Indikator keberhasilan program**
 1. Mendukung upaya penyempurnaan perencanaan Membranding melalui social media.
 2. Melakukan identifikasi masalah produk yang akan di upload di social media
 3. Mendapatkan informasi perkembangan social media Samudra Hijau
- **Pelaporan**
4 Juni-9 Juni 2021.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan masyarakat setempat terhadap produk hasil tambak rumput laut sangat pesat, Rata-rata penduduk Tanjung sari, Jabon, Sidoarjo adalah Pria dengan pekerjaan utama adalah nelayan tambak rumput laut & ikan dan Wanita rata rata merupakan ibu rumah tangga, Dengan segala kesibukannya, namun masyarakat disana selalu mengumpulkan hasil tambak nya ke para pengepul untuk dijual .salah satu pengepulnya yaitu pabrik “Sumber Mulyo” .

Rumput laut yang tadinya hanya barang setengah jadi sebagai bahan olahan untuk agar-agar, yang dikelola oleh pabrik “Sumber Mulyo” semakin berkembang dengan adanya program CSR oleh Pertamina dengan cara merangkul kelompok ibu – ibu setempat dengan menjadikan rumput laut menjadi bahan varian untuk campuran berbagai makanan seperti cemilan, es krim dan lain lain yang beragam hingga terbentuk umkm “Samudra Hijau” Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini sangat diterima oleh warga Tanjung Sari khususnya pada Samudra Hijau kelurahan (...) Sidoarjo.

Namun, melihat potensi yang sangat bagus untuk dikenalkan masyarakat secara luas, di Samudra Hijau ini masih memiliki pengetahuan yang sedikit tentang platform digital ditambah sang pengelola media social yang dulu kurang mengurus. Warga setempat hanya mempelajari carai merawat rumput lau hingga ke tahap panen, lalu dijual dan diolah menjadi produk. Hal tersebut yang mendasari kelompok pengabdian masyarakat Stikosa AWS ini untuk membantu mengembangkan melalui media promosi berupa video dan foto produksi ditambah memasarkannya lewat ecomerce media yang sudah ada.

1. **Video Profile Sumber Mulyo Dan Koperasi Samudera Hijau Kampung Tanjung Sari Sidoarjo**

Kegiatan berikutnya adalah pembuatan profil produsen dalam bentuk video, yaitu video profil Sumber Mulyo Dan Koperasi Samudera Hijau Kampung Tanjung Sari Sidoarjo. Pengambilan gambar melalui kamera sudah dilaksanakan sejak kegiatan awal pada tanggal 6 Juni 2021. Video profile ini sendiri merupakan pengenalan pada masyarakat luas tentang pabrik sumber mulyo dan koperasi samudera hijau yang berada di Desa Jaboin Kampung Tanjung Sari Sudoarjo. Untuk pengunggahan video tersebut melalui Youtube. Video pengenalan ini dilaksanakan sesuai dengan acuan dari storyboard yang dirancang sebelumnya. Keberhasilan pada program kerja ini sesuai karena mengikuti apa yang diinginkan ketua pabrik dan koperasi untuk mengenalkan hasil olahan rumput laut lebih detail pada masyarakat luas. Video ini nantinya juga akan berfungsi untuk mengenalkan ketika ada pameran sebagai video commercial (Djauhari & Afniar, 2018). Video ini juga sudah diunggah melalui platform digital Youtube.



Gambar 1. Proses pembuatan Video Profile.

2. Foto produk hasil olahan Rumput Laut untuk e-Commerce

Kegiatan berikutnya adalah peningkatan penjualan melalui market place e-Commerce. Kegiatan ini harus didukung dengan foto produk yang bagus dan menggambarkan produk unggulan dari Kampung Tanjung Sari ini secara mendetil sehingga dapat meningkatkan penjualan nantinya. Melalui foto produk yang dihasilkan ini akan dimasukkan ke E-Commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee.



Gambar 2. Hasil Dan Proses Pemotretan Produk Olahan Rumput Laut.

3. Sosial Media Koperasi Samudera Hijau Sidoarjo

Pengelolaan konten sosial media sebelumnya sudah dibuat dengan username @rulaku.id, disini pengembangan digital branding yang dilakukan adalah memperbaiki postingan dengan desain-desain yang eye-catchy agar impresi pengguna Instagram tertarik untuk menekan tombol mengikuti.



Gambar 3. Sosial Media.

4. Mengembangkan E-Commerce Shopee

Mengembangkan E-Commerce pun sudah dilaksanakan, yaitu Shopee, dengan Mubarroq Collection, Karena yang mempunyai akun juga berdagang selain hasil olahan rumput laut. Disini adalah wadah untuk koperasi Samudera Hijau berjalan melalui online.



Gambar 4. E-Commerce Shopee.

5. Sosialisasi tentang platform digital

Kegiatan berikutnya adalah penjelasan tentang media komunikasi digital sebagai medium digital branding hasil olahan Rumput Laut. Sosialisasi ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan seputar platform digital pada masyarakat Kampung Tanjung. Selanjutnya pemberian arahan dan sosialisasi platform digital ini dilakukan oleh Ketua koperasi. Ini bertujuan sebagai tindak lanjut pengembangan branding di platform digital secara berkesinambungan.

4. PENUTUP

Dari beberapa program kerja yang sudah terlaksana, terdapat 2 (dua) program yang tidak dapat terlaksana dengan optimal, yaitu pembuatan kemasan dan Mengembangkan produk Ke e-commers. Ini dikarenakan pada waktu pelaksanaan yaitu bulan Mei-Juni terjadi lockdown karena pandemic Covid-19 kota Surabaya harus melakukan protokol kesehatan dengan menjaga jarak dan batasan kegiatan, maka kegiatan membuat kemasan terhambat, di karenakan percetakan tutup dan biaya tidak memadai, dan mengembnangkan e-commers juga tidak bisa di ubah-ubah, di karenakan akun dari pemilik kurang menyetujui Ketika produk di shopee full produk Rulaku,di karenakan pemilik akun juga berdagagng yang lain. Kedepan akan konsep ini dapat dilaksanakan dengan proses pembuatan kemasan yang lebih baik dan ramah lingkungan. Beberapa program dapat terlaksana secara optimal ini menunjukkan terwujudnya tujuan program pengabdian masyarakat ini dengan baik. Untuk pengembangan lebih lanjut sendiri nantinya akan diteruskan oleh warga Tanjung Sari Sidoarjo. Saran yang dapat diberikan ke depan yaitu pada ketua Koperasi Samudera Hijau untuk melibatkan lebih aktif pada UMKM olahan Rumput Laut untuk sosial media. Karena Koperasi Rumput Laut tersebut berpotensi sebagai oleh-oleh jika di kembangkan lebih baik dan juga orangtua dapat meningkatkan digital branding dari olahan Rumput Laut Kampung Tanjung Sari ini. Dengan meningkatnya digital branding maka dapat membantu penjualan dari produk unggulannya, ini akan meningkatkan ekonomi masyarakat dari Kampung Tanjung Sari.

5. DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E. (2009). Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Effendy, O. U. (2009). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Fiske, J. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Flew, T. (2008). New Media: an introduction. New York: Oxford University Pers.

Aditya, R. (2015). Pengaruh media sosial instagram terhadap minat fotografi pada komunitas fotografi pekanbaru. Jurnal Fisip, 2, 1-14

Agustina. (2016). Analisis penggunaan media sosial instagram terhadap sikap konsumerisme remaja di sma 3 samarinda. Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(3), 410-420.

Sumber lain

<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/22/2022-pengguna-mediasosial-indonesia-mencapai-125-juta>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2021

Shiq. (2017). Apa itu influencer marketing dan mengapa harus menggunakannya.

<https://shiq4.wordpress.com/2017/07/28/apa-itu-influencer-marketing/>

<https://petisi.co/budidaya-rumput-laut-sidoarjo-komoditas-unggulan-provinsi-jatim/>