

## **PENYULUHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA INTERAKSI DAN PROMOSI PADA ANGKRINGAN JOGJA PADANGSAMBIAN**

**Putu Setyarini<sup>1</sup>, Ni Nyoman Muryatini<sup>2</sup>, I Wayan Gede Lamopia<sup>3</sup>, Lilis Yuningsih<sup>4</sup>, Riza Wulandari<sup>5</sup>, Nyoman Ayu Nila Dewi<sup>6</sup>**

Sistem Informasi, Fakultas Informatika dan Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali  
Email: [putusetyarini57@gmail.com](mailto:putusetyarini57@gmail.com)<sup>1</sup>, [tiniaryadiputra2016@gmail.com](mailto:tiniaryadiputra2016@gmail.com)<sup>2</sup>, [wayanlamo@gmail.com](mailto:wayanlamo@gmail.com)<sup>3</sup>, [lilis@stikom-bali.ac.id](mailto:lilis@stikom-bali.ac.id)<sup>4</sup>, [rizawulandari@stikom-bali.ac.id](mailto:rizawulandari@stikom-bali.ac.id)<sup>5</sup>, [nila@stikom-bali.ac.id](mailto:nila@stikom-bali.ac.id)<sup>6</sup>

**Abstrak:** Melihat pengaruh dari media digital dan komunikasi global yang terjadi saat ini, penting untuk diadakan penyuluhan tentang inovasi strategi promosi dan media interaksi secara verbal dan visual yang tertuang pada media sosial. Angkringan yang terletak di Denpasar ini pada awalnya melakukan bentuk promosi bersifat konvensional dan mengandalkan pelanggan datang ke angkringan saja. Cukup tergolong khas, karena cita rasa yang disajikan masih seperti orang Jogja. Hingga akhirnya angkringan ini menjadi salah satu tempat peralihan rindu akan kampung halaman dengan tradisi ngopi. Pengabdian ini dilaksanakan dengan tujuan memberikan peluang dan kesempatan usaha tradisional Angkringan Jogja untuk terus eksis dan bertahan dengan memanfaatkan media sosial sebagai bentuk media promosi dan interaksi dengan pelaku digital. Hasil dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman tentang media sosial serta prospek jangka panjang untuk Angkringan Jogja yang dapat melakukan interaksi yakni berkomunikasi dengan para pelanggan Angkringan Jogja terkait informasi menu jam operasional, kondisi pengunjung angkringan. Pada promosi dapat dilakukan mengunggah menu baru, kondisi pengunjung angkringan yang menjadikan daya tarik para pelaku digital.

**Kata kunci :** *Penyuluhan, Media Sosial, Interaksi dan Promosi*

### **1. Pendahuluan**

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini menjadi sebuah pilar sejarah bagi humanities. Dalam bidang ilmu pengetahuan, komunikasi massa memiliki peranan penting untuk mengaitkan link masyarakat di dunia. (R. R. Putra, U. L. Siti Khadijah, 2020). Komunikasi menjadi salah satu bentuk eksistensi manusia, hal itu tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian pesan kepada seseorang melainkan masyarakat. (Spratman, 2020). Komunikasi merupakan bentuk konstruksi realitas sosial yang mana memiliki fungsi sebagai isyarat, tanda, penanda bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk keberlangsungan hidup yang kaitannya dengan orang lain. (Susanto, 2018) Dewasa ini, salah satu bentuk komunikasi yang menjadi tren di kalangan masyarakat adalah media sosial. Media sosial

merupakan cara untuk berkomunikasi, berinteraksi dengan banyak orang dengan memanfaatkan alat telekomunikasi. Media sosial juga dipergunakan sebagai lahan perdagangan yang bersifat online dan sebagai bentuk media promosi (Baudrillard, Jean. 2009).

Angkringan merupakan kata yang diambil dari bahasa jawa yaitu ngankring yang artinya duduk dengan posisi salah satu kaki lebih tinggi dari kaki yang lainnya. Di dalam budaya jawa itu sendiri, cara duduk seperti ini biasanya tidak diperbolehkan karena dianggap tidak etis apalagi bila dilakukan pada saat makan selain nama angkringan. Angkringan sejatinya tidak menyediakan makanan cepat saji, tempat tersebut menyediakan makanan tradisional. Salah satu daerah yang memunculkan adanya angkringan atau budaya ngankring berasal dari Yogyakarta.

Mitra UKM dalam kegiatan pengabdian ini Saat ini memiliki usaha Angkringan Jogja. Angkringan jogja ini sudah melebarkan sayapnya sampai di Bali. Salah satu angkringan yang ada di bali adalah Angkringan Jogja Jalan Gatsu Barat No 328 Padangsambian Denpasar Barat yang dapat ditempuh sekitar 24 menit dari lokasi pengusul. Strategi promosi yang dilakukan oleh mitra ini masih sangat sederhana. Promosi yang dilakukan saat ini hanya dari orang per orang tanpa memanfaatkan teknologi yang menjadi tren promosi saat ini. Sehingga persaingan yang ketat menjadikan pemilik usaha Angkringan Jogja yaitu Bapak Dani ini kesulitan dalam menjual dagangannya. Beliau hanya mengandalkan pelanggan yang datang ke lokasi angkringan tersebut. Para pelanggan juga merasa kesulitan ketika angkringan jogja merelokasi ke tempat lain tanpa ada informasi terlebih dahulu. Angkringan yang terbilang cukup terjangkau dan sebagai pengobat nostalgia budaya ngankring ini sudah memiliki banyak pelanggan mayoritas adalah masyarakat jawa yang bertempat tinggal di Denpasar. Maka dari itu, diperlukan sarana media sosial untuk menambah lingkup pemasaran agar mitra memperoleh penghasilan lebih dari sebelumnya serta dikenal oleh masyarakat luas.



*Gambar. 1 1Angkringan Jogja Padangsambian Denpasar*

Berdasarkan hasil analisa yang telah dipaparkan pada latar belakang, maka diketahui permasalahan prioritas mitra adalah *pertama* Selama ini pemasaran yang dilakukan oleh mitra masih sangat tradisional untuk itu diperlukan media sosial untuk membantu memperluas jangkauan pemasaran. *Kedua*, Kurangnya

pengetahuan yang dimiliki oleh mitra mengenai teknologi informasi yang berkembang seperti saat ini khususnya media sosial. *Ketiga*, Tidak pernah adanya pelatihan atau sosialisasi untuk mengajarkan mereka menggunakan media sosial dalam mengembangkan usahanya. Berdasarkan permasalahan prioritas yang harus ditangani maka solusi yang ditawarkan yaitu mengadakan kegiatan pelatihan penggunaan media sosial khususnya instagram dan facebook untuk penambahan produk-produk yang akan dipasarkan oleh usaha angkringan Jogja yang dimiliki oleh Bapak Putra. Kegiatan pelatihan akan dilengkapi dengan penjelasan awal, tanya jawab dan praktek langsung penggunaan aplikasi dengan menggunakan komputer atau laptop. Para peserta kegiatan akan diberikan modul pelatihan sebagai alat bantu dan penunjang kegiatan. Untuk merealisasikan hal ini, maka Pengenalan Teknologi Informasi yaitu media sosial berupa facebook dan instagram. Karena perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang pesat maka diperlukan wawasan untuk lebih mengenal manfaat dari teknologi informasi khususnya media social *instagram* dan *facebook* yang dapat digunakan untuk membantu pemasaran produk.

## 2. Metode Pelaksanaan

Pengabdian masyarakat ini dilakukan di lokasi yang dapat ditempuh 24 menit dari ITB STIKOM Bali. Berikut jarak lokasi pengabdian masyarakat.



Gambar. 2 Lokasi Pengabdian

Prosedur kerja dari kegiatan ini terdapat beberapa tahap yakni kegiatan ini dimulai dari sosialisasi kegiatan, pelatihan penggunaan media sosial, dan evaluasi kegiatan.



Gambar. 3 Tahapan Kegiatan

Berdasarkan permasalahan yang menjadi prioritas maka terdapat beberapa Evaluasi Kegiatan untuk menangani permasalahan tersebut:

1. Sosialisasi dilaksanakan dengan menghadirkan mitra dalam pertemuan. Pada pertemuan tersebut akan disampaikan informasi-informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan. Disamping menyampaikan maksud dan tujuan, juga dilakukan pencatatan data teknis lebih lanjut serta pencatatan visualisasi dalam bentuk video dan foto. Dokumentasi ini digunakan dalam desiminasi atau pemasyarakatan hasil pelaksanaan program.
2. Pelatihan penggunaan media sosial instagram, untuk dapat mengakses internet akan digunakan alat bantu laptop dan modem sehingga pelatihan akan dapat dilaksanakan. Dengan akses yang baik, maka proses pelatihan akan menjadi lebih efektif.
3. Evaluasi kegiatan dilakukan setelah pelatihan penggunaan media sosial instagram dilakukan, evaluasi dilakukan dengan melihat hasil dari pembelajaran mereka dan tingkat penggunaan media sosial untuk mengakses berbagai informasi. Pada evaluasi juga ditinjau dari segi observasi melalui media sosial apakah ada keberlanjutan atau tidak.

Dalam kegiatan ini tim pengabdian masyarakat dan mitra masing-masing memiliki peran dalam keberhasilan kegiatan. Pengusul memberikan materi penyuluhan kepada mitra dan membantu dalam pelatihan penggunaan media sosial dalam memasarkan produk yang dimiliki. Peralatan dan perlengkapan pelatihan seperti sumber daya manusia, perangkat laptop, serta alat dokumentasi akan disiapkan oleh tim pengusul. Peserta dan tempat yang akan digunakan saat penyuluhan dan pelatihan akan disiapkan oleh mitra.

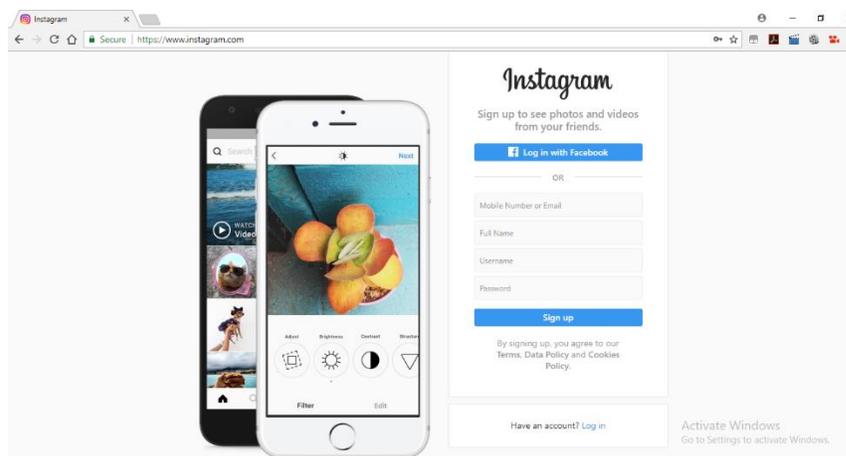
### **3. Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh pemateri atau instruktur adalah tentang Penyuluhan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Interaksi Dan Promosi Pada Angkringan Jogja Padangsambian. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Sosialisasi kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 20 April 2018 bertempat di Angkringan Jogja Padangsambian. Mengunjungi angkringan tersebut awal mula bertemu dengan Mas Ridho yang berperan sebagai penjual angkringan di Jalan Gatsu Barat tersebut. Dari pertemuan yang diadakan pukul 17.00 wita itu, tim pelaksana pengabdian masyarakat diminta untuk meminta ijin terhadap pemilik/owner dari Angkringan Jogja yaitu Bapak Dani. Pada kunjungan sosialisasi juga turut menyampaikan tujuan dan latar belakang mengapa memilih Angkringan Jogja sebagai mitra pengabdian masyarakat. Interaksi antara mitra dan ketua pengabdian berlanjut pada menemukan permasalahan dan kesulitan apa yang dirasakan oleh penjual Angkringan. Saat itu, Mas Ridho tidak sendirian ditemani oleh istrinya bernama Yulastri. Mitra mengatakan bahwa masih belum adanya pemanfaatan teknologi yang saat ini sudah dimiliki oleh banyak usaha angkringan seperti Angkringan Cangkir, Angkringan Kring Krong, dll. Dari hal tersebut, maka akan dilakukan kegiatan pengabdian tentang penyuluhan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dan interaksi. Mayoritas semua masyarakat dari kelas bawah, menengah maupun keatas sudah

menggunakan media sosial sebagai bentuk komunikasi verbal dan visual. Media sosial yang saat ini digemari oleh masyarakat dan dianggap mudah dalam pengelolaannya adalah instagram dan facebook. Setelah melakukan perbincangan tentang permasalahan mitra, tim pelaksana kemudian berkomunikasi melalui telepon dengan pemilik Angkringan Jogja dan pada saat itu juga beliau sangat berterima kasih terhadap STIKOM Bali dalam memberikan penyuluhan tentang pemanfaatan media sosial. Kegiatan pelaksanaan penyuluhan pemanfaatan media sosial akhirnya ditentukan pada tanggal 18 Mei 2018 di Angkringan Jogja Gatsu Barat, Padangsambian.

2. Pelaksanaan kegiatan penyuluhan dilakukan pada tanggal 18 Mei 2018 pukul 20.00 wita. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diikuti oleh Mas Ridho dan Mb Yulastri, Mas Dani dan yang datang hanya untuk berinteraksi sebentar ditemani Bapak Putra. Hal yang dilakukan dalam penyuluhan media sosial adalah memberikan pemahaman tentang pemanfaatan media sosial sebagai bentuk wadah berinteraksi dan melakukan promosi yakni dengan memiliki akun instagram dan facebook. Tahap selanjutnya pembuatan adalah pembuatan akun media sosial instagram dan facebook. Adapun tahap pembuatan pembuatan akun media sosial tersebut adalah sebagai berikut :
  - a. Pembuatan akun instagram, diawali dengan membuka browser dengan mengetik [www.instagram.com](http://www.instagram.com). Dalam hal ini mitra sudah memiliki alamat gmail. Maka dari itu tim pelaksana pengabdian tidak perlu membuat gmail.



*Gambar. 4 Tampilan awal pembuatan akun Instagram*

- b. Masukkan identitas pada => Mobile Phone or Email, Full Name, User Name dan Password. Kelengkapan tersebut harus dipenuhi dan diisi agar bisa berhasil dalam pembuatan akun instagram. Terdapat tanda centang, ketika nama dan password sudah sesuai dengan belum ada yang menggunakan.



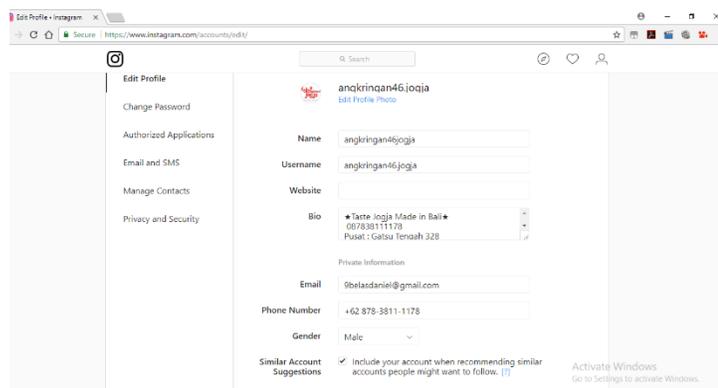
Gambar. 5 Tampilan Berhasil Memasukkan Kelengkapan Identitas

- c. Setelah berhasil input kelengkapan data pada tampilan pertama di Instagram, klik => Sign Up , maka akan muncul tampilan instagram baru.



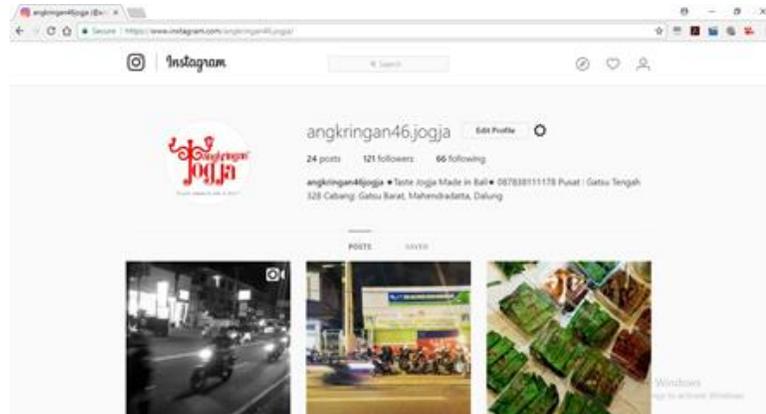
Gambar. 6 Tampilan Instagram Angkringan46.Jogja

- d. Pada tampilan diatas, peserta/mitra penyuluhan bisa mem-follow teman-teman yang dikenali sebagai pola interaksi dan komunikasi dalam menginformasikan aktivitas angkringan jogja tersebut. Mitra pengabdian juga bisa melakukan edit profil dengan cara seperti dibawah ini.



Gambar. 7 Tampilan edit profil angkringan jogja

- e. Setelah membuat akun instagram untuk mitra angkringan jogja, mitra bisa upload foto-foto terkait kegiatan dan aktivitas yang ada di angkringan seperti yang terdapat pada gambar ini.



Gambar. 8 Instagram Angkringan Jogja



Gambar. 9 Foto Tag Pelanggan Angkringan Jogja

- f. Penyuluhan selanjutnya adalah tentang pembuatan facebook sebagai bentuk media sosial kedua yang bisa digunakan sebagai media interaksi dan promosi angkringan jogja di Denpasar. Adapun tata cara pembuatan facebook adalah sebagai berikut :

1. Buka Browser, Ketik [www.facebook.com](http://www.facebook.com)



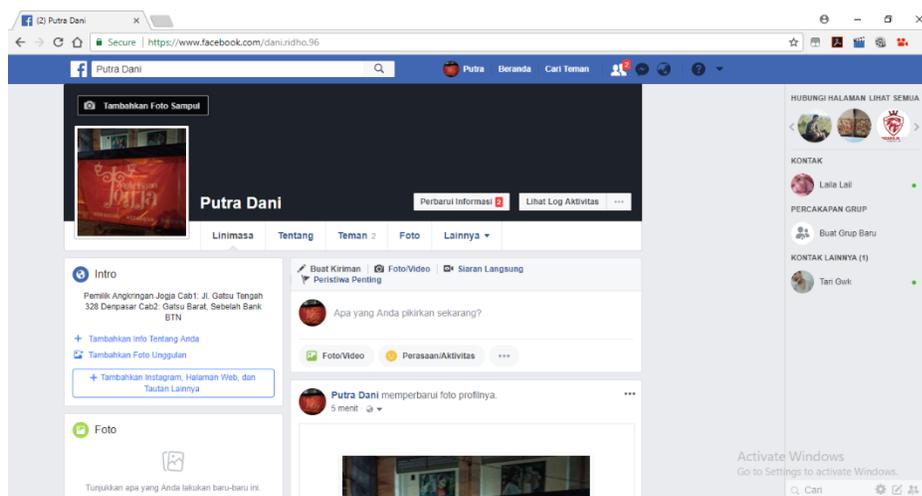
Gambar. 10 Tampilan Halaman Pertama Facebook

2. Lengkapi Nama Depan, Nama Belakang, Nomor Seluler atau email, Kata Sandi baru, Ulang Tahun, Gender. Setelah itu klik => Daftar



*Gambar. 11 Pendaftaran Akun Facebook Angkringan Jogja*

3. Setelah berhasil mendaftar, maka pengguna baru bisa menggunakan facebook. Facebook ini sebagai alternatif media promosi dan interaksi angkringan jogja. Pada pendaftaran facebook, tidak diperkenankan dengan menggunakan nama angkringan jogja, maka dari itu kami membuat dengan nama pemilik namun tetap memberikan informasi bahwa akun tersebut adalah angkringan jogja.



*Gambar. 12 Facebook Angkringan Jogja*

Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat untuk meninjau sejauh mana penyuluhan yang telah diberikan kepada mitra dilaksanakan pada tanggal 24 Mei 2018. Evaluasi dilakukan pada pukul 20.00 WITA, bertempat di Angkringan Jogja Gatsu Barat. Wawancara dipilih sebagai salah satu metode untuk melihat bagaimana keberlanjutan penyuluhan media sosial yang diberikan. Wawancara dilakukan dengan Mas Ridho yang berperan sebagai karyawan Bapak Putra dan Mas Dani yang mengelola angkringan jogja di Gatsu Barat. Hasil dari wawancara adalah mitra/peserta pengabdian puas dan antusias dalam menggunakan

media sosial yang telah diberikan. Namun tak lupa mereka meminta bantuan tim Pelaksana Pengabdian untuk bersedia membantu ketika mengalami kesulitan dalam menggunakan. Antusias dan kepuasan terlihat dari kemampuan dalam menggunakan media sosial instagram dan mendapatkan fitback berupa komentar dan para pelanggan yang mengunggah foto di Instagram Angkringan Jogja. Tidak hanya segi positif, pada segi negative mereka masih kesulitan dalam mengelola facebook dikarenakan nama yang mereka daftarkan tidak bisa diganti menggunakan nama Angkringan Jogja karena peraturan yang ditetapkan oleh facebook. Tim Pelaksana juga sempat menanyakan terkait simbol 46 yang terdapat pada spanduk angkringan, mereka mengatakan 46 hanya sebagai simbol untuk mempermudah dalam mengenal angkringan jogja dikarenakan sudah mulai bermunculan angkringan-angkringan khas Jogja di Denpasar dan hal itu juga digunakan dalam mendaftarkan akun instagram.



*Gambar. 13 Dokumentasi Kegiatan Penyuluhan*

#### **4. Kesimpulan**

Dari pemaparan tentang penyuluhan media sosial sebagai media promosi dan interaksi di Angkringan Jogja Padangsambian Denpasar, dapat disimpulkan telah berhasil dilakukan penyuluhan mengenai pembuatan media sosial sebagai media promosi dan interaksi. Selain itu Penyebarluasan informasi, promosi, interaksi dengan memanfaatkan media sosial sedikit demi sedikit sudah mulai menyebar luas tentang angkringan

jogja. Dari sisi mitra UKM yakni pemilik Angkringan Jogja sudah memiliki instagram dan facebook dalam melakukan promosi dan sudah dilakukan dengan baik. Hal itu dibuktikan dalam lampiran yang berisi tentang kemampuan media sosial yakni terus melakukan update upload foto dan informasi terkait Angkringan begitu pula terdapat timbal balik dari para pelanggan Angkringan Jogja.

## **Referensi**

*Baudrillard, Jean. 2009. Masyarakat Konsumsi. Yogyakarta : Kreasi Wacana*

R. R. Putra, U. L. Siti Khadijah, and C. U. R. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Penerapan Konsep Smart Tourism di Kabupaten Pangandara. *Jurnal Master Pariwisata, 7*.

Spratman, L. P. (2020). Peggunan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal Komunikasi, 1(2)*.

Susanto, S. dan. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya. *Simbolika, 4(1)*.