



Pendampingan Optimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Produktivitas di Kalangan UMKM Warga Kecamatan Lumbang Probolinggo

M. Nashoihul Ibad^{1*}, Muhammad Iqbal Dewantara²

^{1,2} Universitas Islam Internasional Darullughah Wadda'wah, Pasuruan, Indonesia

Email: ¹nashoihulibad@uiidalwa.ac.id, ²dewantara13@gmail.com

*Correspondence

Article History:

Received: October 2024

Revised: December 2024

Accepted: March 2025

Keywords: Social Media, Mentoring, Community Service, Digital Marketing, MSMEs.

Kata Kunci: Media Sosial, Pendampingan, Pengabdian Masyarakat, Pemasaran Digital, UMKM.

Abstract: This community service program aims to assist Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Lumbang District, Probolinggo Regency, in optimizing the use of social media to increase business productivity. The focus of the training is to provide participants with understanding and skills regarding effective digital marketing strategies, especially through the Instagram platform. With the training module titled "Instagram for Business," participants gained practical guidance in managing social media accounts as well as creating engaging and relevant content to expand their market. The results of the training showed a significant improvement in participants' understanding of the use of social media as a marketing tool. The obstacle found during the implementation was the lack of communication between the committee and the local community, so that some participants could not attend. Overall, however, this activity has had a positive impact, helping MSMEs increase productivity and expand market reach through social media. This report is prepared as evaluation material and scientific publications for the development of future activities.

Abstrak: Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Lumbang, Kabupaten Probolinggo, dalam optimalisasi penggunaan media sosial guna meningkatkan produktivitas usaha. Fokus pelatihan adalah memberikan pemahaman dan keterampilan kepada peserta mengenai strategi pemasaran digital yang efektif, khususnya melalui platform Instagram. Dengan modul pelatihan berjudul "Instagram untuk Bisnis," peserta memperoleh panduan praktis dalam mengelola akun media sosial serta membuat konten yang menarik dan relevan untuk memperluas pasar mereka. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta tentang penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran. Hambatan yang ditemukan selama pelaksanaan adalah kurangnya komunikasi antara panitia dengan masyarakat setempat, sehingga beberapa peserta tidak dapat hadir. Namun, secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif, membantu UMKM meningkatkan produktivitas dan memperluas jangkauan pasar melalui media sosial. Laporan ini disusun sebagai bahan evaluasi dan publikasi ilmiah untuk pengembangan kegiatan mendatang.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah lanskap komunikasi dan interaksi manusia secara signifikan. Media sosial, sebagai salah satu produk utama dari revolusi digital, menawarkan berbagai peluang untuk penyebaran informasi positif serta pemanfaatan internet secara produktif.¹ Platform-platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan individu dan organisasi untuk menjangkau audiens yang luas dengan mudah dan cepat.² Namun, meskipun teknologi ini memiliki potensi yang besar, banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memahami cara menggunakannya secara efektif. Kekurangan dalam literasi digital ini sering kali mengakibatkan penggunaan media sosial yang tidak optimal, yang berdampak pada penyebaran hoaks, informasi negatif, dan penurunan produktivitas.³

Dalam konteks ini, pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pelatihan literasi digital dan optimalisasi media sosial sangat relevan dan mendesak.⁴ Pertama, pemahaman yang terbatas tentang strategi konten dan manajemen media sosial dapat menghambat kemampuan individu dan komunitas untuk memanfaatkan teknologi ini secara maksimal.⁵ Banyak pengguna media sosial yang belum menyadari potensi platform tersebut untuk mendukung tujuan-tujuan produktif, seperti pengembangan bisnis, penyebaran pengetahuan, atau inisiatif sosial.⁶

Kedua, ketidakmampuan dalam menggunakan media sosial dengan bijak berpotensi memperburuk masalah penyebaran informasi yang salah dan negatif. Informasi yang tidak akurat atau misleading dapat menyebar dengan cepat di platform media sosial, mempengaruhi opini publik, dan merusak reputasi individu atau institusi.⁷ Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelatihan yang tidak hanya mengajarkan cara

¹ Sakir Sakir, Dyah Mutiarin, and Afisa Afisa, "Digitalisasi Kalurahan: Pendampingan Optimalisasi Website Dan Media Sosial Sebagai Layanan Berbasis Digital Di Kalurahan Sendangarum Minggir Sleman," *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 5, no. 2 (2023): 271–77, <https://doi.org/10.24036/abdi.v5i2.390>.

² Larasati Ahluwalia et al., "Implementasi Artificial Intellegence Dan Aplikasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi Umkm Desa Hanura, Pesawaran," *COMMENT: Journal of Community Empowerment* 3, no. 1 (2023): 32–40, <https://doi.org/10.33365/comment.v3i1.292>.

³ Euis Widiati, Levyda Levyda, and Kania Ratnasari, "Optimalisasi Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Bisnis Bagi Umkm Di Bangka Belitung," *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2021): 84–90, <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v4i2.628>.

⁴ Alfi Mardhiyatus Stanayah, Nur Efendi, and Kojin Mashudi, "Digitalisasi Dakwah: Tantangan Dan Strategi Menginspirasi Di Era Teknologi," *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2024): 1830–46, <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i4.2202>.

⁵ Nurmasari Situmeang et al., "Pelatihan Literasi Digital Dalam Kerangka E-Commerce Untuk Petani Sayur Organik Di Desa Bojong, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor," *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)* 2, no. 1 (2022): 16–25, <http://ejournal.pskp.or.id/index.php/jpm/article/view/26>.

⁶ Widiati, Levyda, and Ratnasari, "Optimalisasi Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Bisnis Bagi Umkm Di Bangka Belitung."

⁷ Andi Tenri Sapada and Muhammad Ikbal, "Optimasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Peningkatan Pelayanan Balai Besar Pengembangan Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Makassar," *Jurnal Administrasi Publik* 16, no. 1 (2020): 14, <https://doi.org/10.52316/jap.v16i1.44>.

menggunakan media sosial, tetapi juga menanamkan pemahaman tentang etika dan tanggung jawab dalam penyebaran informasi.

Ketiga, pelatihan literasi digital berpotensi meningkatkan produktivitas individu dan komunitas dengan memanfaatkan media sosial untuk tujuan yang positif. Dengan keterampilan yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang kuat untuk meningkatkan efisiensi kerja, memperluas jaringan profesional, dan mempromosikan produk atau ide secara efektif.⁸ Penggunaan media sosial yang strategis dan terencana dapat mengarah pada pencapaian hasil yang lebih baik dan kontribusi yang lebih signifikan dalam berbagai aspek kehidupan.

Oleh karena itu, pengabdian ini layak untuk dilaksanakan karena ia akan memberikan manfaat langsung dalam meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menggunakan media sosial secara produktif, mengurangi penyebaran informasi negatif, dan memperkuat dampak positif dari komunikasi digital. Program ini bertujuan untuk membekali masyarakat dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan era digital, serta memanfaatkan teknologi dengan cara yang konstruktif dan bermanfaat.⁹

Metode

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlangsung selama 3 minggu, dari tanggal 15 September hingga 10 Oktober 2024, di Kecamatan Lumbang, Kabupaten Probolinggo. Metode yang digunakan meliputi pemaparan materi, pemahaman materi, praktek, pelatihan, dan diskusi. Tahap pertama adalah pemaparan materi melalui presentasi sistematis yang membahas konsep dasar pemanfaatan media sosial untuk produktivitas dan digital marketing, dengan dukungan alat bantu visual seperti slide, video, dan studi kasus. Kemudian, peserta memperdalam pemahaman melalui sesi tanya jawab dan diskusi, dibantu oleh modul pelatihan yang berfungsi sebagai panduan mandiri.

Selanjutnya, metode praktek dan pelatihan diterapkan dengan melibatkan peserta dalam pembuatan konten dan pengelolaan akun media sosial secara langsung. Fasilitator memberikan pendampingan untuk memastikan peserta memahami cara aplikasi pengetahuan tersebut. Terakhir, sesi diskusi dan refleksi dilakukan untuk saling berbagi pengalaman dan tantangan, serta menerima umpan balik dari fasilitator. Sasaran utama program ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Lumbang, khususnya di bidang usaha pakaian, serta beberapa guru yang dilatih untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran dan penyebaran informasi positif. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan

⁸ Joseph Teguh Santoso, *Analisis Media Sosial Dengan Memakai AI (Artificial Intelligence)*, 2020.

⁹ Ahluwalia et al., "Implementasi Artificial Intelligence Dan Aplikasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi Umkm Desa Hanura, Pesawaran."

pasar, dan mendukung kegiatan pendidikan di masyarakat setempat.

Hasil dan Pembahasan

Dari pelatihan "Optimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Produktivitas dan Penyebaran Informasi Positif" yang dilaksanakan di Kecamatan Lumbang, Kabupaten Probolinggo, terdapat sejumlah target luaran yang berhasil dicapai. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada peserta, khususnya para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta guru-guru di daerah tersebut, dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan produktivitas bisnis dan penyebaran informasi positif.

Selama berlangsungnya pelatihan, suasana kegiatan selalu kondusif, dan para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Mereka sangat menerima manfaat dari hasil pelatihan, di mana mereka tidak hanya belajar cara membuat konten yang menarik, tetapi juga memahami strategi digital marketing yang relevan dengan usaha mereka. Kami juga telah menyiapkan modul pelatihan berjudul "Instagram untuk Bisnis," yang memberikan panduan praktis tentang cara mengelola akun media sosial secara efektif, serta teknik pembuatan konten yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Peningkatan Pemahaman Peserta

Salah satu hasil yang paling mencolok dari pelatihan ini adalah peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya media sosial dalam konteks bisnis. Mereka kini lebih menyadari bahwa media sosial bukan hanya sekadar platform untuk berinteraksi secara sosial, tetapi juga alat pemasaran yang sangat powerful. Dengan pemahaman ini, para peserta diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu yang mereka peroleh dalam strategi pemasaran bisnis mereka.

Salah satu hasil yang paling mencolok dari pelatihan "Optimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Produktivitas dan Penyebaran Informasi Positif" adalah peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya media sosial dalam konteks bisnis. Para peserta kini lebih menyadari bahwa media sosial bukan hanya sekadar platform untuk berinteraksi secara sosial, tetapi juga alat pemasaran yang sangat powerful. Media sosial dapat berfungsi sebagai sarana untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkuat brand mereka.¹⁰

Peningkatan pemahaman ini mencakup beberapa aspek krusial. Pertama, peserta menjadi lebih sadar akan berbagai fungsi dan fitur yang ditawarkan oleh media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok.¹¹ Mereka belajar bagaimana memanfaatkan

¹⁰ Siti Aisyah and Kartika Rose Rachmadi, "Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan," *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2022, <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>.

¹¹ Sholihatul Atik Hikmawati and Luluk Farida, "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang," *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2021): 1–11, <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>.

fitur-fitur ini untuk mengoptimalkan interaksi dengan pelanggan, meningkatkan keterlibatan, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Sebelumnya, banyak peserta yang merasa kurang memahami bagaimana cara memanfaatkan platform ini secara efektif untuk tujuan pemasaran. Namun, setelah mengikuti pelatihan, mereka menunjukkan minat yang besar dalam menjelajahi fitur-fitur yang ada.

Kedua, peserta juga mendapatkan wawasan tentang tren terkini dalam pemasaran digital. Dengan pengetahuan tentang perilaku konsumen yang terus berubah di era digital, peserta diharapkan dapat beradaptasi dan memanfaatkan kesempatan yang ada. Mereka belajar tentang pentingnya konten yang relevan dan menarik, serta bagaimana cara menciptakan konten yang sesuai dengan audiens target. Peningkatan ini tidak hanya mencakup aspek teknis dalam menggunakan media sosial, tetapi juga menyangkut strategi konten yang dapat menarik perhatian dan mengundang interaksi dari pengguna lain.¹²

Ketiga, peserta kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana menganalisis dan mengevaluasi kinerja konten mereka. Mereka diajarkan untuk menggunakan alat analitik yang tersedia di media sosial untuk memantau efektivitas kampanye pemasaran mereka. Dengan demikian, mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan data dan hasil yang diperoleh. Hal ini merupakan langkah penting dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka dan memastikan bahwa setiap langkah yang diambil memberikan dampak yang positif.

Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran dan potensi media sosial, peserta pelatihan kini merasa lebih percaya diri dalam mengaplikasikan ilmu yang mereka peroleh. Mereka berkomitmen untuk menerapkan pengetahuan ini dalam kegiatan bisnis sehari-hari mereka. Sebagai contoh, banyak dari mereka telah mulai merencanakan kampanye pemasaran berbasis media sosial, termasuk pembuatan konten yang lebih strategis dan penggunaan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Secara keseluruhan, peningkatan pemahaman peserta mengenai media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi perkembangan bisnis mereka. Dengan pengetahuan yang tepat dan keterampilan yang baru mereka pelajari, peserta diharapkan dapat mengoptimalkan kehadiran online mereka, meningkatkan penjualan, serta menyebarkan informasi positif yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar.¹³

¹² Miptahul Palah and Dicky Maryono, "Peran Santri Dalam Pengelolaan Media Sosial Berbasis Digitalisasi Pada Pondok Pesantren Muhtarul Huda," *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 10, no. 1 (2024): 116–31, <https://doi.org/10.38204/atrabis.v10i1.1895>.

¹³ H Priyandaru et al., "Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja Bogor," *PRAWARA Jurnal ...*, 2022.



Gambar 1. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kecamatan Lumbang Kab. Probolinggo



Gambar 2. Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Topik "Optimalisasi Media Sosial untuk Produktif"



Gambar 3. Pelatihan Kepada Masyarakat pada bidang Pemasaran Bisnis di Media Sosial



Gambar 4. Foto bersama peserta dan juga narasumber

Peningkatan Keterampilan Praktis

Para peserta juga berhasil mengembangkan keterampilan praktis yang sangat dibutuhkan dalam era digital saat ini. Keterampilan tersebut meliputi kemampuan pembuatan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga sesuai dengan branding masing-masing. Mereka dilatih untuk memahami elemen penting dalam pembuatan konten, seperti pemanfaatan gambar, video, serta penyusunan caption yang efektif untuk menarik audiens. Selain itu, peserta mendapatkan wawasan tentang strategi pemasaran digital, termasuk cara menyusun strategi yang tepat melalui media sosial, mengidentifikasi target audiens, memilih platform yang sesuai, serta menggunakan analisis data untuk mengevaluasi kinerja kampanye mereka. Dalam sesi praktik, peserta

juga dikenalkan dengan berbagai alat bantu yang memudahkan proses pembuatan dan pengelolaan konten, seperti aplikasi editing foto dan video, serta alat manajemen media sosial yang dapat membantu mereka dalam merencanakan dan menjadwalkan konten secara lebih efisien. Keterampilan ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan produktivitas bisnis mereka.

Hambatan yang Dihadapi. Namun, kami juga mengalami beberapa hambatan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian. Salah satunya adalah kurangnya komunikasi antara pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPKM) dengan masyarakat atau pihak desa yang mengundang peserta. Hal ini mengakibatkan beberapa masyarakat tidak dapat hadir dan mengikuti kegiatan PKM ini. Komunikasi yang tidak optimal menyebabkan informasi tentang pelatihan tidak tersebar luas, sehingga jumlah peserta yang hadir tidak sesuai dengan harapan.

Untuk mengatasi masalah ini, ke depannya kami berencana untuk meningkatkan komunikasi dengan pihak-pihak terkait sebelum melaksanakan kegiatan. Kami akan melibatkan lebih banyak tokoh masyarakat dan pemimpin lokal dalam proses promosi, sehingga informasi dapat lebih cepat menyebar dan menjangkau lebih banyak peserta. Selain itu, penggunaan media sosial untuk mempromosikan kegiatan ini juga akan lebih dioptimalkan, mengingat banyaknya masyarakat yang aktif di platform-platform tersebut.

Adapun luaran yang dicapai dari pelatihan " Pendampingan Optimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Produktivitas di Kalangan UMKM Warga Kecamatan Lumbang Probolinggo" yang diselenggarakan di Kecamatan Lumbang, Kabupaten Probolinggo, menghasilkan sejumlah luaran yang signifikan dan berdampak positif bagi peserta. Luaran ini tidak hanya terbatas pada peningkatan keterampilan dan pengetahuan peserta, tetapi juga mencakup perubahan perilaku yang mendukung pengembangan usaha mereka. Berikut adalah luaran-luaran yang berhasil dicapai:

Peningkatan Pemahaman Peserta

Salah satu luaran utama dari pelatihan ini adalah peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya media sosial dalam konteks bisnis. Para peserta kini lebih menyadari bahwa media sosial bukan hanya sekadar platform untuk berinteraksi, tetapi juga alat pemasaran yang sangat efektif. Melalui materi pelatihan yang disampaikan, peserta belajar tentang berbagai fungsi dan fitur media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk menjangkau audiens lebih luas dan memperkuat branding usaha mereka.

Para peserta berhasil mengembangkan keterampilan praktis yang sangat relevan dalam dunia digital saat ini. Di antara keterampilan yang diperoleh adalah pembuatan konten, di mana peserta dilatih untuk menciptakan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga selaras dengan branding mereka. Pelatihan ini mencakup pemahaman mengenai elemen-elemen penting dalam pembuatan konten, seperti penggunaan gambar, video, dan caption yang efektif untuk menarik perhatian audiens. Selain itu,

peserta memperoleh wawasan mengenai strategi pemasaran digital yang efektif melalui media sosial, termasuk cara mengidentifikasi target audiens, memilih platform yang tepat, dan menggunakan analisis data untuk mengevaluasi kinerja kampanye pemasaran mereka. Dalam sesi praktik, peserta juga dikenalkan pada berbagai alat bantu yang dapat mempercepat proses pembuatan konten, seperti aplikasi editing foto dan video, serta alat manajemen media sosial yang membantu mereka dalam merencanakan dan menjadwalkan konten secara lebih efisien. Keterampilan ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pemasaran digital dan produktivitas usaha mereka.

Peningkatan Keterampilan Praktis

Luaran lain yang dicapai dari kegiatan pengabdian ini adalah peningkatan keterampilan praktis peserta dalam menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Melalui sesi praktek dan pelatihan, peserta dilatih untuk membuat konten yang menarik dan relevan bagi audiens, dengan mempelajari teknik penulisan yang tepat, penggunaan gambar dan video, serta pemilihan kata kunci yang sesuai untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Selain itu, peserta juga dibekali dengan kemampuan dalam mengelola akun media sosial secara profesional, termasuk penjadwalan posting, interaksi yang konsisten dengan pengikut, dan penerapan branding yang terintegrasi. Sebagai tambahan, peserta mendapatkan pemahaman tentang strategi iklan berbayar di media sosial, yang memungkinkan mereka untuk memperluas jangkauan pemasaran dan menarik audiens yang lebih luas secara efektif. Keterampilan-keterampilan ini diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing bisnis peserta, terutama dalam memanfaatkan potensi media sosial untuk pemasaran digital.

Untuk meningkatkan efektivitas program pengabdian kepada masyarakat di masa mendatang, beberapa langkah penting perlu diambil. Pertama, perlu ada peningkatan komunikasi antara penyelenggara kegiatan dan masyarakat setempat, termasuk pihak desa. Hal ini penting untuk memastikan bahwa informasi terkait kegiatan tersampaikan dengan baik kepada seluruh calon peserta. Upaya ini dapat dilakukan dengan membangun saluran komunikasi yang lebih efektif serta mengadakan pertemuan awal untuk memahami kebutuhan dan harapan masyarakat. Kedua, perlu diadakan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam mengenai topik-topik yang telah diperkenalkan, seperti SEO (Search Engine Optimization), iklan berbayar di media sosial, dan analisis data untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran digital yang telah diterapkan. Selain itu, penting untuk memberikan lebih banyak waktu untuk sesi praktik langsung, sehingga peserta dapat menerapkan ilmu yang telah mereka peroleh secara lebih percaya diri dalam mengelola bisnis mereka melalui media sosial. Terakhir, peningkatan modul pelatihan juga menjadi prioritas. Modul pelatihan harus terus diperbarui dan ditingkatkan agar lebih interaktif dan relevan dengan perkembangan terkini di dunia digital, termasuk pengenalan alat-alat baru yang dapat membantu peserta menjalankan pemasaran digital secara lebih efisien dan efektif. Langkah-langkah ini diharapkan dapat memperkuat dampak positif program terhadap peningkatan produktivitas dan keterampilan digital

para peserta.¹⁴

Kesimpulan

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi peserta, terutama dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Kami optimis bahwa dengan evaluasi yang tepat dan perbaikan berkelanjutan dalam aspek komunikasi dan kolaborasi, program pengabdian ini akan semakin efektif dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat di Kecamatan Lumbang. Melalui pelatihan ini, kami meyakini bahwa peserta akan lebih siap menghadapi tantangan yang muncul di era digital, serta mampu mengembangkan usaha mereka dengan lebih baik dan berkelanjutan.

Dengan fokus pada pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui optimalisasi media sosial, kami berharap dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Selain itu, kami juga berharap pelatihan ini dapat menciptakan lingkungan yang lebih positif dan produktif, di mana para pelaku usaha saling mendukung dan berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks ini, keberlanjutan program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat menjadi salah satu pendorong bagi pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan, serta memperkuat ketahanan komunitas di tengah dinamika perubahan sosial dan teknologi yang terus berkembang.

Daftar Pustaka

- Ahluwalia, Larasati, Shiwi Angelica, Berlintina Permatasari, and Almira Devita Putri. "Implementasi Artificial Intelligence Dan Aplikasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi Umkm Desa Hanura, Pesawaran." *COMMENT: Journal of Community Empowerment* 3, no. 1 (2023): 32-40. <https://doi.org/10.33365/comment.v3i1.292>.
- Aisyah, Siti, and Kartika Rose Rachmadi. "Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan." *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2022. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>.
- Andi Tenri Sapada, and Muhammad Ikbil. "Optimasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Peningkatan Pelayanan Balai Besar Pengembangan Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Makassar." *Jurnal Administrasi Publik* 16, no. 1 (2020): 14. <https://doi.org/10.52316/jap.v16i1.44>.
- Kusuma, Diana Fitri, and Mohamad Syahriar Sugandi. "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts."

¹⁴ Situmeang et al., "Pelatihan Literasi Digital Dalam Kerangka E-Commerce Untuk Petani Sayur Organik Di Desa Bojong, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor."

- Jurnal Manajemen Komunikasi* 3, no. 1 (2019): 18.
<https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>.
- Miptahul Palah, and Dicky Maryono. "Peran Santri Dalam Pengelolaan Media Sosial Berbasis Digitalisasi Pada Pondok Pesantren Muhtarul Huda." *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 10, no. 1 (2024): 116–31.
<https://doi.org/10.38204/atrabis.v10i1.1895>.
- Priyandaru, H, S Entas, S F Fauziah, and ... "Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja Bogor." *PRAWARA Jurnal ...*, 2022.
- Sakir, Sakir, Dyah Mutiarin, and Afisa Afisa. "Digitalisasi Kalurahan: Pendampingan Optimalisasi Website Dan Media Sosial Sebagai Layanan Berbasis Digital Di Kalurahan Sendangarum Minggir Sleman." *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 5, no. 2 (2023): 271–77.
<https://doi.org/10.24036/abdi.v5i2.390>.
- Santoso, Joseph Teguh. *Analisis Media Sosial Dengan Memakai AI (Artificial Intelegence)*, 2020.
- Sholihatul Atik Hikmawati, and Luluk Farida. "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang." *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2021): 1–11.
<https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>.
- Situmeang, Nurmasari, Andi Kurniawan, Akbar Setiawan, and Jati Satrio. "Pelatihan Literasi Digital Dalam Kerangka E-Commerce Untuk Petani Sayur Organik Di Desa Bojong, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor." *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)* 2, no. 1 (2022): 16–25.
<http://ejournal.pskp.or.id/index.php/jpm/article/view/26>.
- Staniyah, Alfi Mardhiyatus, Nur Efendi, and Kojin Mashudi. "Digitalisasi Dakwah: Tantangan Dan Strategi Menginspirasi Di Era Teknologi." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2024): 1830–46.
<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i4.2202>.
- Widiati, Euis, Levyda Levyda, and Kania Ratnasari. "Optimalisasi Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Bisnis Bagi Umkm Di Bangka Belitung." *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2021): 84–90.
<https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v4i2.628>.
- Ahluwalia, Larasati, Shiwi Angelica, Berlintina Permatasari, and Almira Devita Putri. "Implementasi Artificial Intellegence Dan Aplikasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi Umkm Desa Hanura, Pesawaran." *COMMENT: Journal of Community Empowerment* 3, no. 1 (2023): 32–40.
<https://doi.org/10.33365/comment.v3i1.292>.
- Aisyah, Siti, and Kartika Rose Rachmadi. "Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan." *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2022.

- <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>.
- Andi Tenri Sapada, and Muhammad Ikbil. "Optimasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Peningkatan Pelayanan Balai Besar Pengembangan Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Makassar." *Jurnal Administrasi Publik* 16, no. 1 (2020): 14. <https://doi.org/10.52316/jap.v16i1.44>.
- Kusuma, Diana Fitri, and Mohamad Syahriar Sugandi. "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 3, no. 1 (2019): 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>.
- Miptahul Palah, and Dicky Maryono. "Peran Santri Dalam Pengelolaan Media Sosial Berbasis Digitalisasi Pada Pondok Pesantren Muhtarul Huda." *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 10, no. 1 (2024): 116–31. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v10i1.1895>.
- Priyandaru, H, S Entas, S F Fauziah, and ... "Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja Bogor." *PRAWARA Jurnal ...*, 2022.
- Sakir, Sakir, Dyah Mutiarin, and Afisa Afisa. "Digitalisasi Kalurahan: Pendampingan Optimalisasi Website Dan Media Sosial Sebagai Layanan Berbasis Digital Di Kalurahan Sendangarum Minggir Sleman." *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 5, no. 2 (2023): 271–77. <https://doi.org/10.24036/abdi.v5i2.390>.
- Santoso, Joseph Teguh. *Analisis Media Sosial Dengan Memakai AI (Artificial Intelegence)*, 2020.
- Sholihatul Atik Hikmawati, and Luluk Farida. "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang." *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2021): 1–11. <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>.
- Situmeang, Nurmasari, Andi Kurniawan, Akbar Setiawan, and Jati Satrio. "Pelatihan Literasi Digital Dalam Kerangka E-Commerce Untuk Petani Sayur Organik Di Desa Bojong, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor." *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)* 2, no. 1 (2022): 16–25. <http://ejournal.pskp.or.id/index.php/jpm/article/view/26>.
- Staniyah, Alfi Mardhiyatus, Nur Efendi, and Kojin Mashudi. "Digitalisasi Dakwah: Tantangan Dan Strategi Menginspirasi Di Era Teknologi." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2024): 1830–46. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i4.2202>.
- Widiati, Euis, Levyda Levyda, and Kania Ratnasari. "Optimalisasi Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Bisnis Bagi Umkm Di Bangka Belitung." *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2021): 84–90. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v4i2.628>.