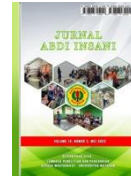




JURNAL ABDI INSANI

Volume 12, Nomor 5, Mei 2025

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI BENTUK PEMBERDAYAAN KELOMPOK WANITA TANI DI GAMPING YOGYAKARTA

*Digital Marketing Training as A Form of Empowerment Group of Women Farmers In
Gamping Yogyakarta*

Dyaloka Puspita Ningrum¹, Tommy Satriadi Nur Arifin¹, Lely Arrianie²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mataram Yogyakarta, ²LSPR Institute
of Communication & Bussiness

Jalan Ndalem Mangkubumen KT III/237 Kadipaten Kota Yogyakarta

*Alamat Korespondensi : dyalokapuspita@yahoo.co.id

(Tanggal Submission: 18 Januari 2025, Tanggal Accepted : 20 Mei 2025)



Kata Kunci :

*Digital
Marketing,
Pemberdayaan,
Kelompok
Wanita Tani*

Abstrak :

Transformasi bisnis dari pasar konvensional menuju pasar digital, menjadi salah satu inisiasi diadakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada tanggal 04 Januari 2025 yang bertempat di Balai RW 14 Gamping Tengah, Ambarketawang, Yogyakarta. Berlatar-belakang aktifitas budidaya pertanian dalam keseharian masyarakat sekitar, kegiatan ini bermaksud untuk meningkatkan kapasitas para anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Telang Asri yang berusia 40 – 67 tahun, terutama pada penguasaan teknologi digital untuk memasarkan produk-produk yang dihasilkannya. Memilih kelompok perempuan sebagai mitra dalam kegiatan ini yang bahkan dikenal juga dengan generasi digital imigran menjadi fokus tim fasilitator, sebab siapapun dirasa perlu menguasai aspek digitalisasi yang terus melaju cepat. Kegiatan ini dilakukan dengan beberapa metode pelaksanaan, yaitu : presentasi oral, diskusi, dan tutorial secara langsung pada praktik fotografi produk. Salah satu hal menarik sebelum acara inti dilakukan, tim fasilitator terlebih dahulu menyebarkan kuesioner kepada mitra guna mengukur pengetahuan sebelum hingga setelah kegiatan diadakan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa antusias para peserta sangat terjaga selama kegiatan berlangsung. Ketertarikan mengenai ruang lingkup media sosial, upaya dalam membuat konten digital, maupun strategi dalam memaksimalkan penjualan secara online diuraikan secara bertahap sebagaimana tingginya rasa keingintahuan para peserta dalam menjawab berbagai fenomena sosial. Kemudian agar kegiatan ini semakin dapat memiliki manfaat bagi mitra, maka proses pemberdayaan dalam bentuk pendampingan terhadap ibu-ibu rumah tangga di tempat tersebut, dilakukan



dengan cara memaksimalkan penggunaan beberapa aplikasi editing yang dapat diakses melalui ponsel masing-masing, maupun tips dasar dalam mengambil foto produk yang ciamik dan menarik. Sehingga secara keseluruhan kegiatan ini diharapkan dapat berlanjut di masa mendatang, sebagaimana tujuan mempercepat ekonomi masyarakat yang mandiri.

Key word :

*Digital
Marketing,
Empowerment,
Farming
Women's Group*

Abstract :

Business transformation from conventional markets to digital markets, became one of the initiatives for holding Community Service activities on January 4, 2025 which took place at Balai RW 14 Gamping Tengah, Ambarketawang, Yogyakarta. With a background in agricultural cultivation activities in the daily lives of the surrounding community, this activity aims to increase the capacity of members of the Telang Asri Women Farmers Group (KWT) aged 40-67 years, especially in mastering digital technology to market the products they produce. Choosing a group of women as partners in this activity, which is also known as the digital immigrant generation, is the focus of the facilitator team, because anyone is considered to need to master the aspects of digitalization that continues to advance rapidly. This activity is carried out with several implementation methods, namely: oral presentations, discussions, and direct tutorials on product photography practices. One interesting thing before the main event was carried out, the facilitator team first distributed a questionnaire to partners to measure knowledge before and after the activity was held. The results of the activity showed that the enthusiasm of the participants was very well maintained during the activity. Interest in the scope of social media, efforts to create digital content, and strategies for maximizing online sales were described in stages as the participants' high curiosity in answering various social phenomena. Then, so that this activity can be more beneficial for partners, the empowerment process in the form of mentoring housewives in the place was carried out by maximizing the use of several editing applications that can be accessed via their respective cellphones, as well as basic tips for taking cool and attractive product photos. So that overall this activity is expected to continue in the future, as the goal is to accelerate the independent economy of the community.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Ningrum, D. P., Arifin, T. S. N., Arrianie, L. (2025). Pelatihan *Digital Marketing* Sebagai Bentuk Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani di Gamping Yogyakarta. *Jurnal Abdi Insani*, 12(5), 1861-1869. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i5.2434>

PENDAHULUAN

Tidak dapat dihindari bahwa pertumbuhan aspek digital dengan segala inovasi yang ada, telah membuat semua orang pun harus siap menghadapi berbagai kemungkinan yang kapan saja bisa terjadi. Disamping itu, penggunaan internet di Indonesia yang terus meningkat setiap waktunya, sungguh menawarkan banyak kenyamanan dan aksesibilitas publik untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini didukung dengan data Badan Pusat Statistik (BPS) dari hasil pendataan survei sosial ekonomi nasional tahun 2022 yang menjelaskan sebesar 66,48 % penduduk Indonesia telah mengakses internet, dan hasil akses lainnya pada tahun 2021 sebesar 62,10 %.



Kemudian merujuk pada hasil survei terbaru lainnya dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang mengumumkan jika di tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk di tahun 2023 sebelumnya. Hasil penetrasi internet tersebut juga memperlihatkan bahwa terdapat peningkatan sebesar 1,4 %, tepatnya pada total akumulasi 79,5 % di banding periode lalu. Dengan begitu, ketergantungan publik dengan akses digital dapat memberikan berbagai peluang, baik pada : aktifitas ekonomi bisnis, pendidikan, kesehatan, kebudayaan, pariwisata, ataupun politik.

Iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi digital itu juga, semakin menunjukkan perubahan menuju masyarakat informasi yang sejauh ini terus digadang-gadangkan. Secara konseptual, istilah mengenai masyarakat informasi memang telah banyak dikaji dalam banyak literatur, salah satunya terkait informasi itu sendiri adalah sebuah komoditas (*dikutip dari website resmi kumparan.com, 2024*). Artinya dari keberadaan masyarakat informasi tentu menjadikan teknologi sebagai sesuatu yang berperan penting dalam setiap lini kehidupan. Intensitas publik dalam menggunakan perangkat teknologi komunikasi modern, seperti telepon genggam dengan fitur-fiturnya yang terus terbaharukan, turut membawa fenomena dan pola konsumsi media baru pun menjadi bagian dari gaya hidup manusia yang bahkan cukup efektif dalam bersosialisasi hingga berinteraksi.

Budaya bermedia di era yang serba cepat dan saling terhubung, ikut membawa transaksi bisnis penuh dengan persaingannya masing-masing. Namun aktifitas pemasaran, *branding*, promosi dan pelayanan terhadap produk atau jasa yang akan dijual oleh para pelaku usaha tentulah harus dioptimalkan dengan segala kreatifitas guna menarik perhatian calon konsumen. Model bisnis di pasar digital saat ini sejatinya sedang berkembang. Ekosistem digital bahkan dapat menjadi pemecah masalah dalam merespon perubahan kondisi ekonomi dengan lebih fleksibel. Sejalan dengan pandangan Astuti *et al.* (2023), yang menuturkan bahwa dalam menghadapi tuntutan global, para pelaku usaha harus memikirkan ulang proses lama, dan teknologi pun harus diterapkan agar bisnis tetap kompetitif. Maka pada revolusi industri 4.0 ini, peningkatan sumber daya manusia yang unggul, kompeten dan berkualitas menjadi sangat krusial, sebagaimana mewujudkan pembangunan nasional yang berpusat pada manusia, seperti halnya menyikapi isu di era bonus demografi yang tidaklah boleh di sia-siakan.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menyasar pada anggota aktif Kelompok Wanita Tani (KWT) Telang Asri yang berdomisili di Gamping Ambarketawang, Sleman, Yogyakarta. Para peserta kegiatan terdiri dari sekumpulan Ibu Rumah Tangga dengan usia 40 hingga 67 tahun yang dalam kesehariannya akrab menggunakan telepon genggam. Tidak hanya itu saja, anggota KWT Telang Asri secara produktif melakukan budidaya di bidang pertanian, misal : pada beberapa tanaman sayur-sayuran, buah-buahan, ataupun apotek hidup dengan mengandalkan lahan pekarangan di wilayah sekitar pemukimannya. Bahkan hasil panen dari budidaya tersebut sejak tahun 2019 lalu dapat diolah menjadi beragam bahan / produk makanan ataupun minuman yang lezat dan berkhasiat, sehingga selanjutnya menjadi bisnis yang dapat dipasarkan, baik di pasar tradisional terdekat ataupun ada pula yang masih dilakukan di rumah.

Berangkat dari aktifitas para anggota KWT Telang Asri, tim fasilitator berusaha untuk memberikan pendekatan edukatif terhadap mitra, terutama dari perspektif Ilmu Komunikasi. Berfokus pada proses pemberdayaan masyarakat, kelompok penerima manfaat perlahan-lahan diharapkan dapat menjawab berbagai tuntutan kehidupan maupun mampu mengikuti kemajuan jaman seiring dengan berkembangnya informasi dan tingkat kemampuan intelektual manusia modern. Oleh sebab itu, dianggap perlu adanya pelatihan berbasis *digital marketing* sebagai metode baru yang dapat dimaksimalkan oleh para anggota KWT Telang Asri dalam memasarkan bisnisnya masing-masing. Melalui program ini, para peserta kegiatan yang notebene dikenal juga sebagai generasi digital imigran diharapkan dapat memiliki pemahaman dalam mengelola teknologi digital dengan aman, praktis namun tetap bijak. Terminologi mengenai generasi imigran pertama kali dijelaskan oleh Mark Presnky

(Setiawan, 2017) sebagai masyarakat yang asing dengan budaya digital / mereka yang lahir sebelum tahun 1980. Dapat dikatakan generasi digital imigran ini membutuhkan upaya untuk mengikuti perkembangan teknologi yang semakin transformatif.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini untuk membekali para anggota KWT Telang Asri dengan pemahaman literasi digital yang baik dan memadai sesuai perkembangan tren di abad 21 sekarang. Disinilah, terwujudnya ibu yang melek digital tentu akan dapat mengakses informasi yang lebih luas lagi. Pelatihan *digital marketing* tersebut dijadikan cara konkret yang paling relevan dalam beradaptasi dengan pasar digital. Peran kelompok ibu rumah tangga dalam pengelolaan dan pemanfaatan lingkungan di lokasi kegiatan pada prinsipnya sangatlah potensial. Sebagaimana usaha-usaha konvensional yang sejauh ini telah dilakukan oleh mitra kegiatan, bahkan sudah menghasilkan beberapa produk makanan dan minum yang bernilai jual, seperti : rujak buah asinan, nasi udak bunga telang, rempah-rempah herbal, jamu, dan lain sebagainya. Sehingga bisnis yang sedang berjalan perlu dikembangkan dan dipromosikan lebih luas lagi kepada khalayak, termasuk melalui secara online.

Konsep *digital marketing* sejatinya merujuk pada sebuah strategi yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing secara berurutan mulai dari yang paling dominan, yaitu : kemudahan pencarian produk, ketersediaan penawaran khusus, kemampuan mengidentifikasi dan menarik pelanggan baru, hingga kemampuan menciptakan visibilitas maupun kesadaran merek (Wardhana : 2015). Akan tetapi menyoal persebaran platform digital dengan segala pembaharuannya, dalam realitas tertentu memang memiliki urgensi terhadap kalangan ibu rumah tangga itu sendiri. Yang di lain sisi, produktifitas para anggota KWT Telang Asri dengan hasil panen budidaya, secara ideal dapat menjadi solusi dalam menopang pendapatan tambahan keluarga, terutama melalui kegiatan wirausaha sampingan yang cukup menjanjikan. Dengan begitu, tim fasilitator semakin yakin dan merasa perlu mengembangkan ruang gerak para anggota KWT Telang Asri dengan tetap berdaya, baik di dunia nyata maupun di dunia maya, dan justru menariknya dapat dikerjakan dari rumah senyaman mungkin.

METODE KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang bertempat di Balai RW 14 Gamping Tengah, Ambarketawang, Yogyakarta, diharapkan dapat memberikan efek positif yang berjangka panjang terhadap mitra. Pada hari pelaksanaan, para peserta kegiatan yang hadir berjumlah 20 orang, meliputi dari : (1) 19 orang anggota aktif Kelompok Wanita Tani (KWT) Telang Asri, dan (2) 1 orang Bhabinkamtibmas Polsek Gamping. Kegiatan PKM diadakan pada hari Sabtu, 4 Januari 2025, sejak pukul 08.30 – 12.30 WIB, dengan beberapa skema sistematis yang telah dipersiapkan, sebagai berikut:

1. Tahap awal perencanaan :

Pada tahap ini, ketua pelaksana merekrut beberapa mahasiswa dari angkatan 2022 di Program Studi Ilmu, Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Widya Mataram Yogyakarta sebagai bagian dari tim fasilitator. Disini juga ketua pengabdian melibatkan civitas akademik lintas Perguruan Tinggi lainnya, demi meningkatkan program Tri Dharma yang semakin berkualitas dan saling terintegrasi. Kemudian, sejumlah alat, bahan, dan konsumsi yang dibutuhkan serta kelengkapan administrasi perizinan diurus melalui narahubung di lokasi kegiatan.

2. Tahap pelaksanaan

Setelah izin didapatkan oleh tim fasilitator dengan jadwal yang telah ditetapkan secara sepakat antara kedua belah pihak, maka ketua pelaksana mengadakan kegiatan PKM dengan merancang sejumlah metode aplikatif, yaitu :

a. Presentasi oral

Beberapa materi penting yang telah disusun secara rapi, lalu dibagikan melalui pembahasan dalam bentuk power-point, antara lain terkait : manajemen konflik di dalam kelompok,

pengelolaan media sosial, strategi konten serta pemanfaatannya, dan upaya mengenal pemasaran bisnis di era digital.

b. Diskusi

Sesi diskusi ini berupa proses tanya-jawab yang dipandu oleh moderator kegiatan, dengan tujuan untuk merespon problem yang dihadapi oleh para peserta. Namun terlebih dahulu, tim fasilitator meninjau kemampuan mitra kegiatan dengan survei melalui kuesioner terkait kebutuhan masalah.

c. Tutorial

Ditahap ini, tim fasilitator turut memberikan pendampingan dan tutorial secara langsung mengenai tips dalam membuat foto produk menjadi lebih menarik, dan praktik dalam proses editing produk dengan aplikasi pendukung yang dapat diakses secara tidak berbayar / gratis, seperti : Canva, Capcut, dan Inshoot.

3. Tahap akhir evaluasi

Sebagaimana kesesuaian kegiatan yang ingin diraih, maka tahap evaluasi diupayakan dari rangkaian kegiatan secara keseluruhan. Dalam menutup jalannya kegiatan, evaluasi berupa penilaian atas performa kerja tim fasilitator, maupun survei kepuasan dari mitra menjadi tolak ukur yang dioptimalkan oleh ketua pelaksana dalam menyempurnakan kegiatan sejenis di masa mendatang. Terutama dalam menyusun laporan akhir dan luaran kegiatan (publikasi ilmiah) agar semakin dapat memperbanyak referensi dalam menyikapi fenomena sosial yang terjadi di masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berjalan dengan kondusif dan tanpa hambatan yang berarti, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini mendapatkan apresiasi yang tinggi dari kelompok penerima manfaat. Sebab untuk pertama kalinya, kehadiran tim fasilitator di tengah-tengah hiruk-pikuk aktifitas yang dikerjakan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Telang Asri menjadi semangat baru untuk menguasai ruang lingkup media siber secara perlahan, dan tanpa harus meninggalkan tanggung-jawabnya terhadap keluarga. Dinamisasi kehidupan dengan arus yang serba cepat memang membuat kelompok ibu rumah tangga terutama dengan perekonomian yang lemah, pendidikan yang rendah, dan bahkan tinggal di daerah pinggiran, menjadi kurang berdaya dalam mengembangkan dirinya di era modern yang semakin digital.

Rangkaian kegiatan PKM diawali dengan registrasi kehadiran yang diiringi pula dengan membagikan lembar kuesioner secara satu per satu kepada para anggota KWT Telang Asri, sebagaimana untuk mengetahui harapan dan masukan dari mitra dengan sejumlah instrumen pertanyaan yang dapat dijawab oleh kelompok penerima manfaat, nantinya di penghujung acara. Kemudian kegiatan dimulai dengan menyanyikan Lagu Kebangsaan Indonesia Raya secara bersama-sama. Dan dilanjutkan dengan sambutan-sambutan oleh beberapa pihak. Pertama disampaikan oleh Ketua KWT Telang Asri yang bernama Retno Budhi Astuti, dalam kesempatan yang berbahagia itu dirinya dengan cukup antusias mengucapkan rasa terima kasih kepada tim fasilitator. Pasalnya, melalui pertemuan ini tentu akan menjadi edukasi konkrit terhadap para anggota KWT Telang Asri untuk memahami tren-tren terbaru mengenai bisnis online, sehingga mereka dapat memperluas jangkauan pemasaran yang sejauh ini justru masih sering dilakukan secara konvensional.

Pada kesempatan berikutnya, AIPTU Ibnu Prastowo selaku Bhabinkamtibmas Polsek Gamping pun turut melengkapi sambutan dari tuan rumah. Pihaknya mengharapkan kegiatan semacam ini dapat memperkuat kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan masyarakat dalam mewujudkan ketahanan pangan nasional yang berkelanjutan. Bahkan keberhasilan dari pelatihan *digital marketing* terhadap KWT Telang Asri, nantinya dapat berdampak positif pada pengembangan ekonomi lokal.

Lebih lanjut, seluruh partisipan yang hadir diajak untuk mengabadikan momentum yang istimewa tersebut dengan foto bersama.

Sebelum memasuki puncak acara dan agar para peserta dapat tetap rileks selama kegiatan berlangsung, maka tim fasilitator memberikan jeda dengan mengisi aktifitas *ice breaking*. Isnaini (2019) menjelaskan *ice breaking* merupakan suatu kegiatan kecil dalam sebuah acara yang bertujuan untuk membuat para peserta merasa nyaman dengan lingkungan barunya. Maka *ice breaking* dibuat dengan permainan-permainan sederhana yang disenangi oleh semua orang. Dalam hal ini, tim fasilitator menerapkan instruksi diantaranya : bernyanyi dan bertepuk guna membuat suasana menjadi menyatu, situasi kegiatan tergambarkan seperti Gambar 1 di bawah ini :



Gambar 1. Sesi Ice Breaking
Sumber : Dokumentasi Pribadi, bulan Januari 2025

Ada dua materi penting yang diinformasikan kepada para anggota aktif KWT Telang Asri oleh narasumber diantaranya : (1) Manajemen konflik dalam kelompok, serta (2) Pengelolaan media sosial yang strategis. Para narasumber menyampaikan gagasannya berdasarkan perspektif keilmuan yakni dari konsep Ilmu Komunikasi. Pemahaman mengenai manajemen konflik ialah keniscayaan yang perlu diperhatikan dengan cermat bagi eksistensi sebuah kelompok sosial. KWT Telang Asri yang dalam realitasnya telah dikukuhkan secara resmi oleh perangkat desa setempat sejak tahun 2022 lalu ini, sudah memiliki anggota aktif sebanyak 45 orang dengan divisi kerjanya masing-masing. Bahkan dalam struktur operasional-nya KWT Telang Asri pun telah mempunyai Anggaran Dasar (AD) dan Anggaran Rumah Tangga (ART) untuk mengatur hak maupun kewajiban anggota aktifnya.

Meski hanya berprofesi sebagai ibu rumah tangga, para anggota KWT Telang Asri sangat terbuka dengan pihak luar. Dan untuk tetap menjaga silaturahmi dengan sesama, agenda yang cukup rutin dijadwalkan oleh para pengurus yaitu pada kegiatan kerja bakti yang diadakan setiap tiga minggu sekali. Disinilah pendekatan komunikasi dalam kelompok menjadi materi pertama yang dibagikan oleh narasumber. Kekuatan komunikasi tentu akan membawa para anggota KWT Telang Asri pada visi, misi dan tujuan yang sama. Namun persoalan yang sulit untuk dihindari ialah terkait benturan kepentingan dari antar manusia itu sendiri, karena baik dalam skala kecil ataupun besar, interaksi manusia akan berpotensi pada konflik. Maka komunikasi kelompok pun tentu terjadi dalam konteks komunikasi interpersonal, dan sudah melewati tahapan komunikasi intrapersonal (Tutiasri, 2016). Adapun situasi saat acara inti di lokasi kegiatan seperti pada Gambar 2 sebagai berikut :



Gambar 2. Penyampaian Materi oleh Narasumber
Sumber: Dokumentasi Pribadi, bulan Januari 2025

Sementara itu prinsip mengenai manajemen konflik ini juga dioptimalkan oleh narasumber untuk meningkatkan harmonisasi hubungan diantara para anggota KWT Telang Asri. Manajemen konflik memainkan peranan penting dalam proses aktualisasi kelompok sosial. Menurut Khovivah *et al.* (2024), terdapat beberapa cara dalam manajemen konflik yang dapat diterapkan oleh kelompok penerima manfaat. Pandangan itu pula diadaptasi pada PKM ini antara lain : (1) pendekatan pro-aktif, berupa identifikasi pencegahan dan penyelesaian dini, (2) transparansi dan komunikasi terbuka, (3) empati dan pengertian, (4) keterlibatan dan partisipasi, (5) fleksibilitas dan kolaborasi, serta (6) evaluasi dan refleksi pasca konflik muncul. Dengan begitu, ke depannya KWT Telang Asri diharapkan dapat semakin siap merencanakan tindakan konstruktif ketika menghadapi situasi tertentu yang ironisnya memang tidak harus terjadi.

Sejalan dengan itu untuk semakin menguatkan pandangan yang dibagikan terhadap mitra mengenai gaya dalam manajemen konflik (Wirawan : 2010) mencakup : (1) dominasi/kompetisi, (2) integrasi/kolaborasi, (3) kompromi, (4) menghindar, dan (5) menurut/menarik perhatian, merupakan satuan rangkaian yang dapat dioptimalkan secara bertahap, sebagaimana sikap dan perilaku seseorang dalam mengendalikan situasi tertentu. Kemudian materi kedua kembali dijelaskan melalui presentasi power-point oleh narasumber kegiatan. Lagi dan lagi untuk mendukung produktifitas para anggota KWT Telang Asri dalam aktifitas budidaya di bidang pertanian, maka kelompok ibu rumah tangga pun perlu menguasai teknologi digital sebagai sarana untuk mengembangkan bisnisnya, terutama dari hasil panen budidaya tersebut.

Produk-produk yang dimiliki oleh kelompok penerima manfaat sesungguhnya bernilai jual, seperti : makanan dan minuman yang dapat disantap oleh khalayak. Artinya transformasi digital ini, dapat dimaksimalkan oleh KWT Telang Asri demi kemajuan bisnisnya, baik pada pemasaran usaha besar ataupun kecil, secara masif dan lebih efisien. Kelompok penerima manfaat diajak untuk membuat perencanaan dalam melakukan promosi bisnis di media daring. Akan tetapi yang jauh lebih penting, bagaimana para anggota KWT Telang Asri ini mampu menciptakan unsur kreatifitas maupun keunikan dalam industri yang amat pesat persaingannya sekarang. Sejalan dengan Ningrum (2019), media sosial secara khusus, saat ini telah digunakan oleh setiap kalangan mulai dari : dewasa, remaja hingga anak-anak. Oleh karenanya, kehadiran media dengan segala aspek perkembangan teknologi yang semakin pesat sangatlah berpengaruh terhadap tindakan yang akan dilakukan oleh masyarakat.

Disinilah pembuatan konten visual yang ikonik, ciamik, dan menarik harus diusahakan dengan segala strategi yang ada. Narasumber kegiatan menjelaskan mengenai fungsi dari keberadaan pasar konvensional (non-digital) maupun pasar digital saat ini. Dimana dari keduanya tetap memiliki kebaikan masing-masing, terutama dalam mendongkrak perekonomian lokal, sebagaimana cara membangun kreatif masyarakat untuk mengembangkan kemampuan berwirausaha. Proses pemberdayaan terhadap kelompok ibu rumah tangga di lokasi kegiatan, berupa pendampingan dan pelatihan oleh tim fasilitator pun menjadi cerminan untuk semakin memastikan berkurangnya *gap generation* di sektor teknologi informasi dan komunikasi. Merujuk pada pandangan Puspita dan Ahdiyana (2024), bahwasanya praktik pemberdayaan terhadap perempuan dalam kehidupan keluarga modern sungguh dapat memberikan pencerahan pada pola pikir hingga dapat menumbuhkan partisipasi dan keswadayaan masyarakat. Dimana bentuk pendampingan itu sendiri secara langsung ditujukan kepada individu yang bergabung dalam KWT Telang Asri.

Pada kesempatan yang istimewa itu juga, tim fasilitator memperkenalkan beberapa aplikasi editing foto maupun video populer yang dapat digunakan dengan mudah, cepat, dan gratis namun tetap *instagramable* oleh para anggota KWT Telang Asri, diantaranya : Canva, Capcut dan Inshot. Proses ini dimaksud agar kelompok penerima manfaat dapat menghasilkan desain visual yang memikat dengan template yang telah tersedia di platfrom tersebut. Sejumlah fitur pun dapat dioptimalkan oleh para pengguna dengan menambahkan teks, ikon, warna, dan elemen lainnya sesuai keinginan. Bahkan para anggota KWT Telang Asri terlebih dahulu diajak untuk bereksperimen belajar fotografi dengan ponsel genggamnya. Sebagai pemula, mereka diminta untuk memetik foto ataupun video dengan

teknik dasar yang simpel dan tetap berkualitas. Sehingga produk olahan yang dihasilkan dapat dijadikan konten penjualan daring, seperti : video tutorial produk, ataupun foto iklan produk yang telah mendapat sentuhan editing. Adapun kegiatan terdokumentasikan dalam Gambar 3 di bawah ini:



Gambar 3. Proses Pendampingan dan Pelatihan oleh Tim Fasilitator
Sumber : Dokumentasi Pribadi, bulan Januari 2025

Dalam hal ini, mitra kegiatan dipersuasion untuk dapat melihat daya dukung dan potensi yang ada di lingkungan sekitar, misal dapat diawali dengan cara membangun semangat dalam berkarya di dunia maya, seperti : meminta orang-orang terdekat atau diibaratkan sebagai “netizen dadakan” untuk memberi penilaian/masukan dari setiap karya yang diciptakan, sehingga ke depannya para pelaku tersebut juga akan konsisten dan semakin memantapkan diri (Ningrum, 2022). Konten visual yang menarik bagi konsumen tentu saja akan meningkatkan *engagement*, baik berupa *likes*, *komentar*, *save* ataupun dibagikan pada orang lain melalui *share* .

Mengutip dalam artikel resmi di Media Indonesia (2024), keberhasilan *branding* suatu produk pun tidak lepas dari pembuatan konten promosi yang salah satunya memanfaatkan *Artificial Intelligence* (AI). Termasuk dengan pesatnya algoritma di dalam media sosial sangatlah memungkinkan untuk mendapatkan target audiens, khususnya melalui : kombinasi teknik fotografi yang baik, konten yang menarik, maupun pemilihan bahasa yang tepat. Kendati demikian, dengan latar-belakang usia yang sudah tidak muda lagi, kelompok penerima manfaat terlihat sangat serius dan percaya diri dalam mencari pengalaman seputar teknik fotografi produk sekaligus strategi dalam pemasaran digital tersebut. Di penghujung acara, kegiatan PKM ditutup dengan penyerahan sertifikat penghargaan kepada mitra sekaligus pemberian *doorprize* terhadap peserta kegiatan yang terlibat aktif memeriahkan rangkaian acara secara keseluruhan. Lebih lanjut ketua pelaksana melakukan survei kepuasan melalui pembagian kuisioner guna mengevaluasi mutu kerja sama yang terjalin bagi kedua belah pihak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Salah satu capaian dari transformasi digital di Indonesia adalah meningkatnya penggunaan internet dan media sosial oleh penduduk dalam negeri setiap tahunnya. Tentu hal ini harus didukung juga dari percepatan kemampuan digital publik, termasuk pada kalangan ibu rumah tangga. Kegiatan PKM yang mengusung tema Penerapan *Digital Marketing* bagi KWT Telang Asri memang dalam praktiknya telah terlaksana secara lancar. Inisiasi kegiatan ini pun dilakukan bertahap dengan pendekatan berbasis partisipasi aktif dan kreatif masyarakat. Beragam tren terkini dalam platform digital menjadi gagasan tim fasilitator untuk diadaptasikan oleh kelompok penerima manfaat. Sehingga upaya-upaya konkrit yang dituangkan dalam kegiatan ini diharapkan dapat semakin mampu memandirikan para anggota KWT Telang Asri dalam memasarkan produk hasil budidayanya dengan jangkauan yang jauh lebih luas. Melihat adanya peluang yang sangat baik dari kegiatan semacam ini, tentu dibutuhkan pendampingan yang berkelanjutan terutama dengan memanfaatkan jalur digital terhadap para pelaku usaha dimana pun mereka berada. Disamping itu, pentingnya proses

pemberdayaan perempuan menjadi perhatian yang tidak boleh terabaikan. Peran ibu dalam era digital adalah keseimbangan yang harus diciptakan.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orangAPJII>
- Astuti, A. W., Sayudin, S., & Muharam, A. (2023). Perkembangan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9), 2787–2792. <https://doi.org/10.29303/jmi.v2i9.2023>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>
- Isnaini, B. B. S. (2019). Penerapan Icebreaking Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Pada Pembelajaran Sosiologi di X IIS 3 SMAN 1 Pundong. *E-Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 8(5). <https://doi.org/10.29303/esocietas.v8i5.2019>
- Kumparan.com. (2023). Mengenal Masyarakat Informasi Lengkap Dengan Ciri-cirinya. <https://kumparan.com/sejarah-dan-sosial/mengenal-masyarakat-informasi-lengkap-dengan-ciri-cirinya-21XP7bFnyPr/>
- Media Indonesia. (2024). Pentingnya Foto Produk Berkualitas Dalam Pemasaran Digital UMKM. <https://mediaindonesia.com/humaniora/704733/pentingnya-foto-produk-berkualitas-dalam-pemasaran-digital-umkm>
- Ningrum, D. P. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Fenomena Hoax di Kalangan Remaja Milenial (Studi di SMAN 1, Kecamatan Pleret, Bantul, Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Padma Sri Kreshna*, 1(1). <https://doi.org/10.29303/jipsk.v1i1.2019>
- Ningrum, D. P. (2022). Pendekatan Persuasif Untuk Generasi Digital Yang Terampil dan Produktif di Kampung Sukorame Mangunan Yogyakarta. *Jurnal Surya Masyarakat*, 5(1), 50–59. <https://doi.org/10.29303/jsm.v5i1.2022>
- Prezky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Puspita, M. M., & Ahdiyana, M. (2024). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani di Kalurahan Trihanggo Kapanewon Gamping Kabupaten Sleman. *Journal of Public Policy and Administration Research*, 2(6). <https://doi.org/10.29303/jppar.v2i6.2024>
- Setiawan, R. (2017, Mei). Kebebasan ekspresi individual dalam pembangunan manusia era digital. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP* (Vol. 1, No. 2). <https://doi.org/10.29303/psnp.fkip.v1i2.2017>
- Triadinda, D., & Hidayaty, D. E. (2024). Penerapan Strategi Bisnis di Era Digital Yang Dikelola Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(4), 112–120. <https://doi.org/10.29303/jebd.v3i4.2024>
- Tutiasri, R. P. (2016). Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 81–90. <https://doi.org/10.29303/channel.v4i1.2016>
- Wardhana, A. (2015, April). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV* (Vol. 4). <https://doi.org/10.29303/snkbi.v4i1.2015>
- Wirawan, W. (2009). *Konflik dan Manajemen Konflik: Teori, Aplikasi, dan Penelitian*. PT Bumi Aksara.