

## PENERAPAN TEKNIK FOTO PRODUK DAN VIDEO REEL INSTAGRAM BISNIS SEBAGAI OPTIMALISASI STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MENYAMBUT IKN

Ana Noor Andriana<sup>1</sup>, Pingki<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Administrasi Bisnis, Universitas Mulawarman, Indonesia  
[noorandriana@fisip.unmul.ac.id](mailto:noorandriana@fisip.unmul.ac.id)<sup>1</sup>, [pingkisaliani01@gmail.com](mailto:pingkisaliani01@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

**Abstrak:** Penetapan Ibu Kota Nusantara di Provinsi Kalimantan Timur perlu disambut dengan kesiapan generasi muda. Kemampuan pemanfaatan Smartphone seharusnya dapat digunakan untuk mengelola bisnis. Foto produk dan video reel pada Instagram bisnis mampu menarik perhatian masyarakat. Terdapat teknik-teknik untuk menghasilkan konten Instagram yang menarik. Strategi *social media marketing* dijalankan untuk meningkatkan jangkauan dan jumlah penjualan produk. Permasalahan yang terjadi tidak semua pelaku usaha mampu memanfaatkan Smartphone dan membuat konten yang menarik. Berdasarkan permasalahan tersebut diperlukan pelatihan penerapan teknik foto produk dan video reel sebagai optimalisasi *strategi social media marketing* kepada generasi muda. Tujuan dari kegiatan ini adalah terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mitra TDA Community Samarinda. Metode pelaksanaan yaitu pendampingan secara daring melalui Webinar dengan dihadiri 80 peserta yang terdiri dari mahasiswa berwirausaha dan calon wirausaha muda. Hasil yang dicapai sebanyak 80% peserta memahami teknik pembuatan foto produk dan video reel yang menarik dari sebelum pelaksanaan yang hanya 35%. Pelatihan ini diupayakan sebagai optimalisasi strategi *social media marketing*.

**Kata Kunci:** foto produk; reel instagram; social media marketing;

**Abstract:** *The determination of the Ibu Kota Nusantara in the province of East Kalimantan needs to be welcomed with the readiness of the younger generation. The ability to utilize Smartphones should be able to be used to manage a business. Product photos and video reels on business Instagram can attract people's attention. There are techniques for producing engaging Instagram content. The social media marketing strategy is carried out to increase the reach and number of product sales. The problem that occurs is that not all business actors can use smartphones and create interesting content. Based on these problems, training in the application of product photo and video reel techniques is needed to optimization of social media marketing strategies for the younger generation. The purpose of this activity is to carry out community service activities with TDA Community Samarinda partners. The method of implementing is online mentoring through a Webinar attended by 80 participants consisting of entrepreneurial students and prospective young entrepreneurs. The results achieved were that 80% of participants understood the technique of making interesting product photos and video reels, compared to 35% before the implementation. This training is attempted to optimization of social media marketing strategy.*

**Keywords:** product photos; instagram reels; social media marketing;



#### Article History:

Received: 26-06-2022  
Revised : 16-07-2022  
Accepted: 21-07-2022  
Online : 28-08-2022



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Rencana pemindahan Ibu Kota dari Jakarta ke Ibu Kota Nusantara di Provinsi Kalimantan Timur telah disampaikan oleh Bapak Presiden Republik Indonesia (Amanan, 2022). Rencana pemindahan Ibu Kota ini telah mulai disambut oleh masyarakat di sekitar wilayah penyangga IKN. Generasi muda diharapkan lebih melakukan persiapan di berbagai sektor.

Perkembangan media sosial tidak hanya digunakan untuk kegiatan sosialisasi saja, namun juga untuk keperluan bisnis (Novianto, 2019). Terdapat berbagai macam strategi untuk aktivitas bisnis, salah satunya adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran mampu berdampak pada peningkatan penjualan *online* serta *offline*. Strategi pemasaran perlu direncanakan agar dapat diketahui hasilnya. Adapun yang saat ini sedang gencar dilakukan oleh pelaku usaha yaitu menggunakan strategi *social media marketing* (Ningsih, D. N., Hidayat, C. W., & Rusno, 2020).

Dalam proses perluasan informasi dan promosi diperlukan media sosial sebagai media pemasaran (Maria Nila Anggia & Muhammad Rifki Shihab, 2019). Hal ini seiring dengan populernya beberapa media sosial di kalangan generasi muda hingga orang tua, seperti Instagram dan Tiktok (Andriana, A. N., Hijrah, L., Putri, D. A., Putri, W. U., Fauziah, S., & Darus, 2022). Efektivitas dari media sosial yang digunakan dapat meningkatkan penjualan (Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, 2018). Adapun konten-konten promosi dapat dilakukan melalui postingan yang menarik dan tingkat rutinitas mengunggah postingan.

Penggunaan strategi social media marketing menjadi peluang yang sesuai dengan perkembangan zaman. Era digital saat ini membuat masyarakat menjadi familiar dengan menonton postingan pada akun instagram bisnis. Tidak hanya itu, sebagaimana yang ada pada Tiktok dan saluran Youtube sering dijumpai konten promosi produk (Andriana, 2021).

Konten promosi produk perlu dikemas dengan baik agar mampu menarik perhatian masyarakat/calon konsumen. Saat ini konten yang masih tetap eksis digunakan yaitu foto produk. Selanjutnya konten yang sedang marak digunakan adalah konten video reel instagram (Salsabila, M., & Ratnasari, 2022). Terdapat teknik-teknik tertentu dalam membuat konten Instagram yang menarik. Tidak semua pelaku usaha mampu membuat foto produk yang menarik (Nurlaily, F., Asmoro, P. S., & Aini, 2021).

Penggunaan *Smartphone* dan sosial media di era digital dapat dimanfaatkan menjadi sarana promosi bisnis, hal ini dapat diaplikasikan oleh calon wirausaha baik dari generasi muda bahkan hingga orang tua serta ibu rumah tangga (Khasanah, F. N., Samsiana, S., Handayanto, R. T., Gunarti, A. S. S., & Raharja, 2020). Saat ini berpromosi dari rumah sudah menjadi hal yang biasa, promosi dapat dilakukan dimana saja. Dengan penggunaan teknologi, pelaku usaha sebaiknya mampu menciptakan nilai lebih dari konten yang dibuat agar semakin menarik perhatian

masyarakat. Hal ini termasuk kedalam penerapan pemasaran digital. (Pribadi, A., Ghozali, K., Hidayanto, B. C., Hafidz, I., Muqtadiroh, F. A., Al Hafidz, M., ... & Sari, 2018).

Pelaku usaha perlu membuat konten yang menarik dan berupaya meningkatkan kinerjanya melalui pengoptimalan akun Instagram bisnis sebagai media promosi yang kiranya dapat dijangkau oleh konsumen dari lokasi mana saja. (Irpansyah, M. A., Ramdan, A. M., & Danial, 2019). Dampak dari penggunaan media sosial yaitu memiliki efektivitas dalam strategi promosi (Purbohastuti, 2017). UMKM harus cermat dalam memilih dan menggunakan media sosial yang tentunya harus sesuai dengan target pasar usahanya, sehingga strategi yang dilakukan dapat berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Wardhana, 2015).

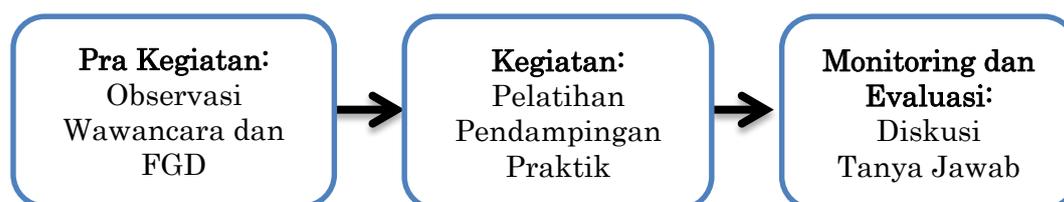
Seorang pelaku usaha sebaiknya dapat menggunakan Gawai yang dimiliki untuk menunjang bisnisnya, seperti memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang bahkan mengikuti trend yang sedang populer. Dengan memanfaatkan peluang tersebut, pelaku usaha dapat lebih maju dan bersaing pada perkembangan zaman yang ada. Perkembangan promosi melalui pemanfaatan media sosial saat ini semakin marak, sehingga pelaku usaha diharapkan dapat adaptif dan mengikuti perkembangan zaman (Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, 2020). Begitu pula masalah yang terjadi di Kalimantan Timur, masih ditemukan pelaku usaha yang belum mengetahui teknik foto produk, teknik membuat reel instagram yang menarik pada akun instagram bisnisnya (Andriana, A. N., Fourqoniah, F., & Hetami, 2022). Hal ini membuat strategi promosi yang dilakukan kurang optimal untuk memperkenalkan produk dan usaha melalui foto produk dan video reel instagram. Perlu dilakukan pelatihan teknik foto produk dan video reel instagram bisnis sebagai optimalisasi strategi social media marketing dalam menyambut IKN.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kemampuan generasi muda khususnya mahasiswa yang berwirausaha dan calon wirausaha muda agar mampu memiliki kemampuan penguasaan teknik foto produk dan video reel instagram sekaligus sebagai kesiapan generasi muda dalam menyambut Ibu Kota Nusantara.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pelatihan penerapan teknik foto produk dan video reel instagram bisnis sebagai optimalisasi strategi social media marketing dalam menyambut IKN dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 11 Juni 2022 secara daring melalui Webinar via Zoom Meeting. Webinar dipilih karena menyesuaikan kondisi yang ada, yaitu peserta tersebar di berbagai tempat, baik di Samarinda dan di luar Kota Samarinda. Target peserta adalah mahasiswa yang berwirausaha dan mahasiswa yang belum berwirausaha.

Sebagian peserta adalah mahasiswa yang mengikuti Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dan Peserta Program KKN Universitas Mulawarman Angkatan 48 tahun 2022. Lokasi kegiatan di Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Mulawarman dan Media Zoom dengan didampingi oleh 1 Dosen Pendamping/Pembimbing serta mahasiswa bimbingan dari Kelompok KKN Universitas Mulawarman Angkatan 48 Tahun 2022 yaitu Kelompok Paser 08, 09, 10 dan 11 serta Kelompok MBKM Magang UMKM/Perusahaan dan MBKM Kewirausahaan. Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui metode pelatihan dengan tahapan seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Adapun tahapan dalam kegiatan ini yaitu: tahapan pertama pra kegiatan yang terdiri dari observasi, wawancara dan FGD, dilanjutkan dengan tahapan dua yaitu kegiatan yang terdiri dari pelatihan, pendampingan dan praktik, kemudian yang tahapan terakhir yaitu monitoring dan evaluasi yang terdiri dari diskusi serta tanya jawab.

Pada pra kegiatan dilakukan observasi kebutuhan materi dan narasumber, selanjutnya dilakukan wawancara singkat dan FGD yang diikuti oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat terkait persiapan pelaksanaan kegiatan seperti pembuatan susunan acara, flyer undangan, sertifikat dan Google Form guna keperluan registrasi dan presensi kehadiran. Selanjutnya pelaksanaan kegiatan, materi yang diberikan yaitu materi pengantar foto produk, materi social media marketing dan materi pentingnya strategi social media marketing. Materi disampaikan oleh Bapak Rizki Wahyu R. selaku Ketua TDA Community Samarinda 6.0 sekaligus selaku Owner dari Kenalkan.co, Pavel dan Sumber Cahaya Farm. Pemateri menyampaikan secara detail mengenai teknik membuat foto produk yang menarik serta peluang efektivitas promosi menggunakan konten video reel instagram, kemudian dilanjutkan dengan kebutuhan serta pentingnya strategi social media marketing saat ini. Kegiatan selanjutnya yaitu monitoring dan evaluasi, setelah selesai sesi penyampaian materi, diadakan sesi tanya jawab dengan dipandu oleh Moderator Webinar. Mitra yang terlibat dalam kegiatan ini adalah TDA Community Samarinda dan mahasiswa dari Prodi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Mulawarman sekaligus peserta Program MBKM dan KKN Universitas Mulawarman Angkatan 48 Tahun 2022 baik yang telah berwirausaha dan yang baru berminat untuk berwirausaha. Sistem

evaluasi yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini yaitu menggunakan kuesioner dan wawancara singkat. Kuesioner digunakan untuk mengetahui hasil sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan pelatihan. Kemudian wawancara singkat dilakukan untuk memantau kelancaran jalannya acara seperti meningkatkan keaktifan peserta dan memberikan solusi apabila terdapat permasalahan yang ditemukan dalam mengikuti kegiatan pelatihan.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh panitia/tim yang terdiri dari dosen dan mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Mulawarman. Berikut adalah hasil dan pembahasan yang termuat dalam tahapan-tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema pelatihan teknik foto produk dan video reel instagram bisnis sebagai optimalisasi strategi social media marketing dalam menyambut IKN yang terdiri dari:

#### **1. Pra Kegiatan**

Pra kegiatan dimulai dengan observasi melalui pencarian informasi kebutuhan tema dan materi yang akan disampaikan. Berdasarkan data pada tahun 2022 belum pernah diberikan pelatihan teknik foto produk dan video reel instagram pada mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis FISIP UNMUL khususnya peserta MBKM dan KKN Universitas Mulawarman angkatan 48 tahun 2022. Pelatihan ini dapat bermanfaat sebagai bekal untuk memberikan pendampingan kepada UMKM dan masyarakat di lokasi penempatan MBKM dan KKN. Observasi selanjutnya yaitu mencari informasi calon narasumber yang bersedia membawakan materi yang akan disampaikan kepada target peserta kegiatan. Setelah menyelesaikan observasi terkait tema, materi dan narasumber, selanjutnya panitia berkomunikasi dengan calon narasumber terkait usulan rencana pelaksanaan kegiatan baik dari materi, tanggal dan platform pelaksanaan kegiatan. Adapun kegiatan selanjutnya yaitu melakukan FGD di lingkungan Prodi Administrasi Bisnis bersama Ketua Program Studi dan Panitia kegiatan untuk memastikan persiapan kegiatan yang terdiri dari pembuatan Google Form pendaftaran peserta, pembuatan susunan acara, Sertifikat untuk narasumber, dosen pendamping, panitia dan peserta kegiatan. Selanjutnya pembuatan undangan/Flyer kegiatan dan melakukan penyebaran Flyer serta penjangkaran peserta. Tahap akhir pra kegiatan yaitu peserta kegiatan memasuki Grup WA yang telah dibentuk panitia untuk kemudahan pemberian informasi pelaksanaan kegiatan pelatihan.

#### **2. Kegiatan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa webinar pelatihan foto produk dan video reel Instagram bisnis sebagai optimalisasi strategi social

media marketing dalam menyambut IKN ini dilaksanakan dengan 3 sesi. Pada sesi yang pertama yaitu moderator memperkenalkan narasumber dan dilanjutkan dengan narasumber memberikan materi pengantar atau pendahuluan berupa pengenalan foto produk. Pada sesi ini peserta diberikan wawasan terkait foto produk yang berpotensi menarik perhatian masyarakat. Foto produk tidak hanya asal dibuat dan jadi namun memerlukan teknik khusus dari sisi pengambilan gambar/foto dan proses editing untuk memoles agar menjadi lebih baik. Pada teknik pengambilan gambar/foto diharapkan tidak pada ruangan yang gelap atau tanpa pencahayaan sama sekali. Perlu ada sumber cahaya baik secara alami atau buatan seperti penggunaan bantuan lighting jika diperlukan, apabila sumber cahaya alami sudah cukup maka tidak perlu dilakukan penambahan bantuan sumber cahaya buatan. Begitu juga sebaiknya tidak banyak menggunakan flash light dari kamera Gadget karena akan menyebabkan hasil warna foto yang tidak sama.

Adapun perlengkapan yang dapat membantu pembuatan foto produk agar menarik perhatian masyarakat yaitu dengan menggunakan alas pada bagian belakang produk seperti kertas karton berwarna putih, hitam atau warna lainnya yang sesuai dengan tema produk dan tema feed instagram yang dipilih. Kertas bermotif juga dapat digunakan sebagai alas bagian belakang namun hanya pada produk tertentu, pada intinya tetap menyesuaikan dengan tampilan produknya agar tidak berbenturan baik dari sisi warna dan posisi penempatan. Penambahan perlengkapan lainnya seperti bantuan aksesoris, bunga dan lain-lain juga menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelaku usaha dalam mendapatkan tema foto yang menarik.

Selanjutnya narasumber menyampaikan bahwa diperlukan proses pemolesan seperti editing foto agar lebih menarik perhatian masyarakat atau calon konsumen yang melihatnya. Proses ini dapat menggunakan cara yang sederhana berupa penggunaan aplikasi pada Gadget yang digunakan. Aplikasi sederhana seperti Canva dapat digunakan untuk membuat foto produk lebih menarik. Pada aplikasi ini sudah terdapat template-template yang dapat dipilih oleh pengguna untuk menyesuaikan foto produk yang diinginkan sesuai tema yang ada. Penambahan tulisan serta gambar juga dapat dilakukan untuk kemudahan pemberian informasi terkait produk dan promosi yang akan disampaikan kepada calon konsumen/masyarakat. Penggunaan aplikasi sederhana ini dapat dilakukan oleh pelaku usaha langsung atau dilakukan oleh tim marketing, apabila dari usaha tersebut belum memiliki tim marketing atau belum memiliki kemampuan untuk menggunakan jasa kelola social media yang berbayar maka disarankan pelaku usaha dapat mengelola akun media social bisnisnya sendiri agar tetap mengikuti perkembangan zaman.

Narasumber juga menyampaikan pengalamannya dalam membuat foto produk yang menarik dan sesuai dengan tema postingan pada akun

Instagram bisnisnya, sehingga peserta dapat melihat perbandingan antara foto produk yang tidak dikonsep dengan foto produk yang dikonsep menjadi foto produk yang menarik. Foto produk yang menarik ini memuat tampilan yang cerah, gambar yang tajam, pewarnaan yang tepat dan informasi yang padat. Harapannya semua informasi dapat dilihat dan diingat oleh yang melihatnya, sehingga bisa berpeluang melakukan tindakan selanjutnya yaitu pembelian produk.

Selanjutnya narasumber menyampaikan bahwa dalam penyampaian informasi produk dan promosi saat ini tidak hanya melalui foto produk saja, tetapi juga video. Instagram sendiri memiliki fitur yang bernama reel dan fitur tersebut semakin marak digunakan sebagai media promosi saat ini. Teknik pengambilan video juga sama seperti foto produk, namun perbedaannya adalah terdapat audio yang digunakan untuk melengkapi reel instagram. Pemilihan audio ini dapat dilihat yang paling banyak digunakan agar semakin banyak yang melihat, namun dengan catatan akun Instagram bisnis tidak di privasi. Adapun dokumentasi kegiatan pelatihan penerapan teknik foto produk dan video reel instagram bisnis sebagai optimalisasi strategi social media marketing dalam menyambut IKN adalah seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Penerapan Teknik Foto Produk Dan Video Reel Instagram Bisnis Sebagai Optimalisasi Strategi *Social Media Marketing* Dalam Menyambut IKN

Pada sesi kedua narasumber memberikan materi tentang social media marketing, pemasaran melalui media sosial saat ini marak dilakukan oleh usaha-usaha baik berjualan melalui online dan offline. Masyarakat Kalimantan Timur khususnya generasi muda juga sudah familiar dengan penggunaan media sosial Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Sebagian besar daerah-daerah di Kalimantan Timur sudah menggunakan penyebaran informasi menggunakan media social. Seperti akun-akun

informasi melalui Grup yang ada di Facebook, WA dan juga akun informasi/berita di Instagram. Hal ini membuat penyebaran informasi menjadi lebih cepat dan masyarakat juga mendapat informasi lebih cepat. Momentum penggunaan media social yang semakin familiar ini dapat dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis seperti pengenalan informasi produk dan promosinya. Pendampingan dilakukan dengan memberikan teknik pengaturan pada aplikasi editor foto untuk mendapatkan hasil yang maksimal selanjutnya peserta dapat mempraktikkan melalui Gadgetnya masing-masing.

Pada sesi terakhir narasumber menyampaikan bahwa penting sekali memperhatikan strategi bisnis yang sesuai dengan perkembangan zaman. Jika dahulu strategi bisnis hanya pada berfokus pada pemasaran offline saja, saat ini dengan berkembangnya digitalisasi dan kemampuan masyarakat dalam menggunakan Smartphone maka strategi pemasaran secara online juga perlu menjadi perhatian. Peluang peningkatan penjualan saat ini juga semakin merambah hingga melakukan promosi melalui Tiktok dan Youtube. Sehingga kedepan generasi muda khususnya pelaku usaha di sekitar wilayah IKN juga perlu semakin mengembangkan kemampuannya agar produk usahanya dapat bertumbuh dan bersaing di pasar global. Pelaksanaan pelatihan pada kegiatan ini dilakukan dengan durasi waktu kurang lebih dua jam.

### **3. Monitoring dan Evaluasi**

Monitoring dilakukan dengan mempersilakan peserta untuk memberikan pertanyaan serta saran melalui wawancara singkat dengan dibatasi waktu selama maksimal 15 menit diskusi setiap pertanyaan. Selanjutnya peserta dapat meminta masukan terkait kendala yang dihadapi dalam mengelola akun Instagram bisnisnya. Pada sesi ini narasumber memberikan tips dan trik terkait solusi penyelesaian permasalahan yang ditemukan dalam pengelolaan bisnis salah satunya pelaku usaha diharapkan tetap konsisten mengunggah postingan baik foto, video reel ataupun Instagram story agar pengikut tetap kembali mengingat dan memutuskan untuk membeli atau menggunakan produk yang kita jual. Pada sesi diskusi narasumber memberikan pengalamannya terkait postingan video reel instagram yang dapat ditonton oleh banyak orang bahkan berkali-kali lipat dari jumlah pengikut yang ada. Sehingga narasumber juga menyarankan agar konten promosi dan pengenalan produk serta usaha tidak hanya terpaku pada foto saja, melainkan juga perlu konten video. Konsistensi pengunggahan foto dan video dapat mengoptimalkan strategi social media marketing yang telah ditetapkan oleh perusahaan/UMKM.

Evaluasi kegiatan ini dilihat berdasarkan kemampuan peserta dalam mengoperasikan aplikasi editor foto/video secara sederhana sehingga semua peserta diharapkan mampu membuat konten foto dan video yang menarik

untuk pengembangan bisnisnya Hasil evaluasi ini dijadikan dasar tindak lanjut untuk pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang selanjutnya. Hasil evaluasi kegiatan ini yaitu sebanyak 80% peserta webinar memahami materi yang disampaikan narasumber serta mampu mengoperasikan aplikasi editor foto dan video secara sederhana untuk membuat foto produk dan video reel yang menarik. Nilai evaluasi ini didapatkan dari data wawancara saat diskusi dan pengisian Google Form yang dilakukan selama proses pelatihan. Hasil evaluasi kegiatan pelatihan seperti terlihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Hasil Evaluasi Kegiatan Pelatihan

No	Indikator Evaluasi	Ya	Tidak	Sebagian
1	Kegiatan pelatihan penerapan foto produk dan video reel instagram sangat bermanfaat untuk pengelolaan akun Instagram bisnis serta pengembangan usaha	100%	0%	0%
2	Peserta mampu mengoperasikan aplikasi sederhana untuk membantu membuat foto produk dan video reel Instagram yang menarik untuk pengembangan usaha	80%	0%	30%
3	Materi pentingnya foto produk, video reel instagram bisnis sebagai optimalisasi strategi <i>social media marketing</i> dalam menyambut IKN dapat dipahami dan diterapkan pada usaha yang dimiliki	80%	0%	30%

Hasil pencapaian sebesar 80% ini sesuai dengan target sasaran pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yaitu meningkatkan pemahaman generasi muda khususnya mahasiswa yang berada Kalimantan Timur tepatnya di sekitar wilayah pembangunan IKN. Pelatihan ini dilakukan agar mahasiswa dapat memiliki kemampuan dan bersaing di skala nasional dan mampu memasarkan produk yang dihasilkan hingga bersaing di pasar global.

#### 4. Kendala Yang Dihadapi

Kendala yang dihadapi pada pelatihan ini yaitu terdapat sebagian kecil peserta yang terlambat masuk pada media Zoom dikarenakan koneksi jaringan yang kurang stabil. Permasalahan ini disebabkan karena terdapat daerah yang jaringan sinyalnya kurang memadai Kendala tersebut akan dievaluasi kembali saat melaksanakan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya. Solusi yang dapat diberikan untuk meminimalisir kendala jaringan terputus adalah peserta dapat berpindah atau masuk ke saluran Youtube dan melihat kembali tayangan ulang kegiatan pelatihan di media Youtube sehingga peserta mendapatkan materi yang disampaikan narasumber secara utuh. Solusi lainnya yang dapat dilakukan adalah untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan

datang dapat dilakukan secara langsung atau luring agar menghindari permasalahan terputus atau kurang stabilnya koneksi jaringan internet.

#### **D. SIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa baik yang baru berminat untuk menjadi wirausaha muda dan mahasiswa yang telah memiliki usaha. Dengan memiliki kemampuan pengelolaan media social maka akan meminimalisir biaya marketing yang dikeluarkan. Harapannya pelaku usaha dapat membuat foto produk dan video reel yang menarik sebagai konten pengenalan produk yang dihasilkan dan juga promosi produk yang ada. Strategi social media marketing perlu digunakan karena menyesuaikan kebutuhan pemasaran dan peluang yang ada saat ini. Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini berjalan lancar walaupun peserta berada pada lokasi daerah yang berbeda-beda. Peserta mengikuti kegiatan pelatihan dengan antusias karena diberikan contoh-contoh pengalaman narasumber dalam mengelola akun Instagram bisnis baik dari bisnis sendiri dan juga dari bisnis yang menjadi klien usaha kenalkan.co. dari sebelumnya hanya 35% peserta yang mampu memahami pentingnya strategi *social media marketing* dan setelah mengikuti kegiatan pelatihan terdapat sebanyak 80% peserta dapat memahami materi yang diberikan dan peserta ikut berdiskusi untuk menanyakan solusi dari permasalahan yang dihadapi, sehingga kedepannya peserta dapat membuat konten foto dan video Instagram yang lebih menarik dari sebelumnya. Saran yang dapat diberikan adalah perlu ditambah materi lain terkait strategi pembuatan kemasan yang menarik dan logo usaha dan saran untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya adalah agar menayangkan kegiatan secara penuh pada media Youtube agar dapat diulang kembali dan kiranya untuk menghindari jaringan internet yang kurang stabil kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya dapat dilaksanakan secara luring.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema pelatihan penerapan teknik foto produk dan video reel Instagram bisnis sebagai optimalisasi strategi social media marketing dalam menyambut IKN ini terlaksana atas dukungan serta kerjasama dari Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Mulawarman, Narasumber dalam hal ini sebagai Mitra yaitu TDA Community Samarinda, Panitia, rekan-rekan Dosen dan Mahasiswa sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

## DAFTAR RUJUKAN

- Amanan, A. (2022). Nusantara Dari Satu Kawasan Sampai Nama Ibu Kota Negara. *Ensiklopedia of Journal*, 4(3), 43–48.
- Andriana, A. N., Fourqoniah, F., & Hetami, A. A. (2022). Strategi Mempertahankan Eksistensi Usaha Dalam Menghadapi Perubahan Pola Konsumsi Dan Perilaku Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 601–610.
- Andriana, A. N., Hijrah, L., Putri, D. A., Putri, W. U., Fauziah, S., & Darus, C. O. (2022). Pelatihan Strategi Social Media Marketing Menggunakan Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1477–1485.
- Andriana, A. N. (2021). *Peran Wirausaha Dalam Pengembangan Umkm Dan Desa Wisata*. Penerbit Lakeisha.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- Irpansyah, M. A., Ramdan, A. M., & Danial, R. D. M. (2019). Kredibilitas dan Kekuatan Selebgram dalam Meningkatkan Minat Beli pada Toko Online di Instagram. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 2(2), 248–255.
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, A. (2018). Efektivitas promosi melalui instagram pada umkm sektor makanan dan minuman di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita*, 3(2), 239-247.
- Khasanah, F. N., Samsiana, S., Handayanto, R. T., Gunarti, A. S. S., & Raharja, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51–62.
- Maria Nila Anggia, & Muhammad Rifki Shihab. (2019). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>
- Ningsih, D. N., Hidayat, C. W., & Rusno, R. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Dan Social Media Terhadap Minat Beli Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1).
- Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Deepublish.
- Nurlailiy, F., Asmoro, P. S., & Aini, E. K. (2021). Pelatihan teknik foto produk menggunakan smartphone untuk meningkatkan visual branding usaha rintisan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 347–356.
- Pribadi, A., Ghozali, K., Hidayanto, B. C., Hafidz, I., Muqtadiroh, F. A., Al Hafidz, M., ... & Sari, R. (2018). Pelatihan Teknik Social Media Marketing sebagai Sarana Pemasaran Produk pada Konveksi Kerudung ‘Al-Kattar’Di Kelurahan Merjosari, Malang. *SEWAGATI*, 2(1).
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Salsabila, M., & Ratnasari, A. (2022). Promosi Produk Footwear di Instagram. *In Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1).
- Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 327–337.