



Optimalisasi Digital Marketing Melalui Facebook Ads PKK Kelurahan Tukmudal Sumber

Nana Suarna¹, Nining Rahaningsih², Fathurrohman³

^{1,2,3} STMIK IKMI Cirebon

nanansuarna@ikmi.id¹, niningr@ikmi.ac.id², faturrahman@ikmi.ac.id³

Kata kunci:	Abstrak
Digital, marketing, facebook Ads	Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi penggunaan media sosial, khususnya Facebook Ads, dalam mendukung kegiatan promosi dan pemasaran bagi pengusaha online di suatu desa. Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui kegiatan pengabdian masyarakat dengan melibatkan anggota PKK Kelurahan Tukmudal sebagai peserta. Pada tahap awal kegiatan, dilakukan pertemuan langsung dengan anggota PKK untuk merancang rencana sosialisasi tentang penggunaan Facebook Ads dalam optimalisasi digital marketing. Kegiatan dilaksanakan dengan menyampaikan materi melalui presentasi Power Point dengan penekanan pada penargetan audiens yang relevan dan pemahaman fitur-fitur Facebook Ads. Peserta kegiatan pengabdian berjumlah lebih dari yang diharapkan, yaitu 62 orang, yang terdiri dari berbagai pengusaha online dengan beragam jenis usaha. Sesi diskusi menunjukkan antusiasme peserta dan banyak pertanyaan yang diajukan terkait penggunaan Facebook Ads. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta mengambil manfaat besar dari sosialisasi ini. Mereka memahami pentingnya menentukan target audiens yang spesifik dan merancang iklan yang menarik. Peserta juga menunjukkan minat dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi untuk bisnis mereka. Kegiatan pengabdian ini dianggap berhasil dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta terkait pemasaran digital melalui Facebook Ads. Diharapkan bahwa peserta dapat mengimplementasikan pengetahuan yang mereka peroleh dalam upaya meningkatkan bisnis online mereka dan memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi desa..

Pendahuluan

Digital marketing telah menjadi salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran global pada era digital saat ini. Dengan adopsi teknologi digital yang semakin luas di seluruh dunia, perusahaan-perusahaan dari berbagai ukuran dan industri merasa perlu untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan ini. Konsep digital marketing global tidak lagi hanya menjadi pilihan, melainkan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan yang ingin tetap bersaing di pasar yang semakin terhubung dan berubah dengan cepat.

Digital marketing global adalah praktik memanfaatkan berbagai platform (Mei et al., n.d.) digital dan alat-alat online untuk mencapai audiens internasional, mempromosikan produk atau layanan, membangun merek, dan meningkatkan penjualan di pasar global. Hal

ini melibatkan sejumlah strategi dan teknik yang dirancang khusus untuk mencapai tujuan ini, mulai dari pemasaran konten hingga periklanan online, optimisasi mesin pencari (SEO), media sosial, email marketing, dan banyak lagi. (William et al., n.d.)

Pemanfaatan Facebook Ads adalah salah satu strategi pemasaran digital yang efektif untuk mencapai audiens global dan lokal. Facebook Ads memungkinkan menampilkan iklan di platform Facebook, Instagram (yang dimiliki oleh Facebook), dan berbagai jaringan afiliasi, termasuk WhatsApp dan Audience Network. Berikut adalah beberapa langkah penting untuk memanfaatkan Facebook Ads dalam kampanye pemasaran (Rachman et al., 2018):

Salah satu keunggulan besar Facebook Ads adalah kemampuannya untuk menargetkan audiens yang sangat spesifik berdasarkan berbagai faktor seperti usia, jenis kelamin, lokasi geografis, minat, perilaku, dan banyak lagi. Ini memungkinkan mencapai audiens yang paling relevan dengan produk atau layanan. (Andrian et al., n.d.)

Facebook Ads adalah alat yang kuat untuk pemasaran digital yang memungkinkan penjualan menjangkau audiens yang sangat tersegmentasi. Dengan merencanakan dan mengelola kampanye dengan baik, Anda dapat memanfaatkan potensi penuh platform ini untuk mencapai tujuan pemasaran. (Silitonga, 2020)

Facebook ads bagi masyarakat tukmudal menambahkan wawasan mengenai kemampuan untuk menargetkan audiensi daya saing penjualang di digital marketing. (Waruwu et al., n.d.)

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Tukmudal ini menggunakan pendekatan persuasif edukatif dengan metode ceramah dan diskusi melalui tahapan sebagai berikut: (Ginting et al., n.d.)

- a. Persiapan kegiatan pengabdian oleh tim untuk merencanakan kegiatan mencakup waktu, materi, dan teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian.
- b. Konfirmasi dengan ketua PKK Kelurahan Tukmudal sebagai tempat pelaksanaan pengabdian mengenai tempat, sarana prasarana, peserta, dan teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian.
- c. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dibuka oleh Ketua beserta Kader-kader PKK Kelurahan Tukmudal. (Dhika & Isnain, 2020)
- d. Penyampaian materi dengan metode ceramah yang digunakan untuk memperkenalkan sekaligus mengajak para peserta dengan menumbuhkan motivasi peserta mengenai pentingnya pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan usaha online.
- e. Metode ceramah digunakan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang optimalisasi pemasaran secara digital melalui Facebook Ads. Selain itu, metode ini juga digunakan untuk mengenalkan manfaat dan penggunaan beriklan menggunakan fitur Facebook Ads dalam mempromosikan bisnis online yang digeluti.
- f. Selanjutnya, dalam kegiatan pengabdian ini peserta diajak berdiskusi untuk mampu mengenal dan termotivasi untuk memanfaatkan dan menggunakan Facebook Ads untuk mengoptimalkan pemasaran secara digital melalui mediasosial. (Prambudia et al., 2020)

Hasil dan Pembahasan

Dalam fase awal kegiatan pengabdian, dilakukan pertemuan langsung dengan anggota PKK Kelurahan Tukmudal. Dari pertemuan ini, dihasilkan beberapa kesepakatan, salah satunya adalah rencana untuk menyelenggarakan sosialisasi tentang penggunaan Facebook Ads dalam optimalisasi digital marketing. Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang penggunaan media sosial, khususnya Facebook, sebagai alat promosi dalam bisnis mereka.

Media sosial dianggap sebagai sarana komunikasi yang dapat digunakan untuk berinteraksi dan berbagi informasi dengan luas. Dalam konteks bisnis, kampanye iklan berbayar di Facebook memungkinkan merek untuk menargetkan audiens tertentu dan mengoptimalkan fitur yang ada untuk meningkatkan kesadaran merek di kalangan calon konsumen.

Kegiatan ini diadakan pada 25 November 2019 di Aula Kelurahan Tukmudal, yang dipilih karena telah menjadi tempat biasa untuk pertemuan PKK. Materi disampaikan melalui presentasi menggunakan alat bantu Power Point dan proyektor LCD. Saat materi disampaikan, peserta diperkenalkan dan diberi pemahaman tentang media sosial serta cara menggunakan fitur Facebook Ads untuk promosi, dengan penekanan pada potensi promosi yang dapat dicapai melalui Facebook Ads.

Setelah presentasi, diadakan sesi diskusi. Peserta kegiatan pengabdian jumlahnya melebihi target awal, yaitu sebanyak 62 orang. Mereka terdiri dari berbagai pengusaha online yang menjual makanan, pakaian, sepatu, produk perawatan kulit, kosmetik, properti, dan percetakan. Selama sesi diskusi, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dan merespons positif dengan mengajukan berbagai pertanyaan. Banyak hal menarik yang belum diketahui atau belum dioptimalkan dalam penggunaan fitur-fitur Facebook Ads sebagai alat promosi.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengenalkan dan memotivasi peserta untuk memanfaatkan Facebook Ads dalam upaya meningkatkan pemasaran secara digital melalui media sosial. Ini merupakan strategi komunikasi pemasaran yang mengintegrasikan semua divisi pemasaran dengan optimal, dengan harapan dapat meningkatkan penjualan produk bagi masyarakat di Kelurahan Tukmudal.

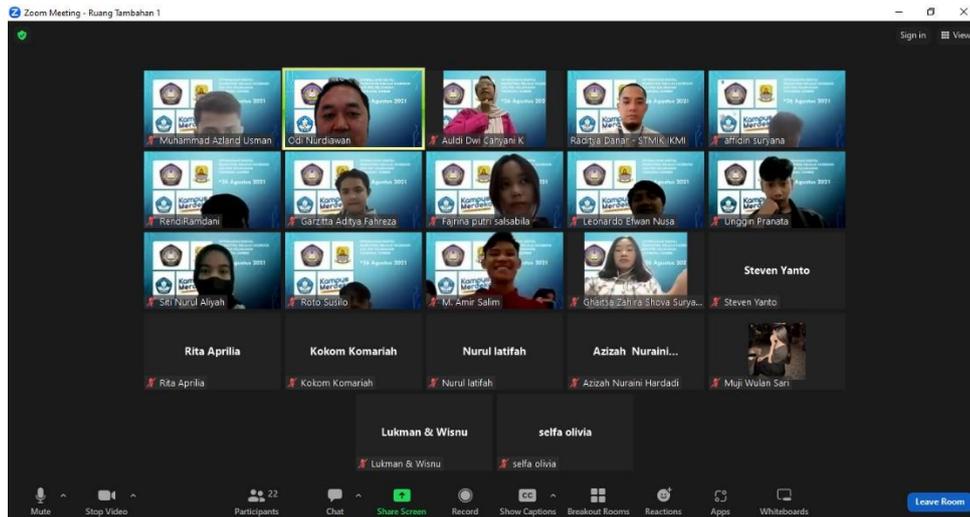
Kegiatan berlanjut dengan pemaparan mengenai tips promosi melalui Facebook Ads, yang mencakup strategi menentukan target yang sangat spesifik dan merancang berbagai tujuan pemasaran yang lebih efektif. Pada sesi ini, pentingnya menentukan audiens target ditekankan agar iklan dapat menarik perhatian audiens yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh para pengusaha online. Sesi terakhir berfokus pada kemampuan peserta dalam menulis judul, deskripsi, serta memilih foto atau video yang akan digunakan dalam iklan. Ini adalah langkah penting dalam memastikan iklan menarik dan persuasif.

Secara keseluruhan, peserta mengikuti kegiatan pengabdian dengan penuh antusiasme. Hal ini mencerminkan minat peserta setelah diberikan pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana memanfaatkan media sosial, khususnya Facebook, untuk promosi dengan mengoptimalkan fitur Facebook Ads. Bahkan setelah kegiatan pengabdian berakhir, peserta masih bersemangat untuk bertanya lebih lanjut dan meminta kontak pribadi untuk diskusi lebih lanjut.

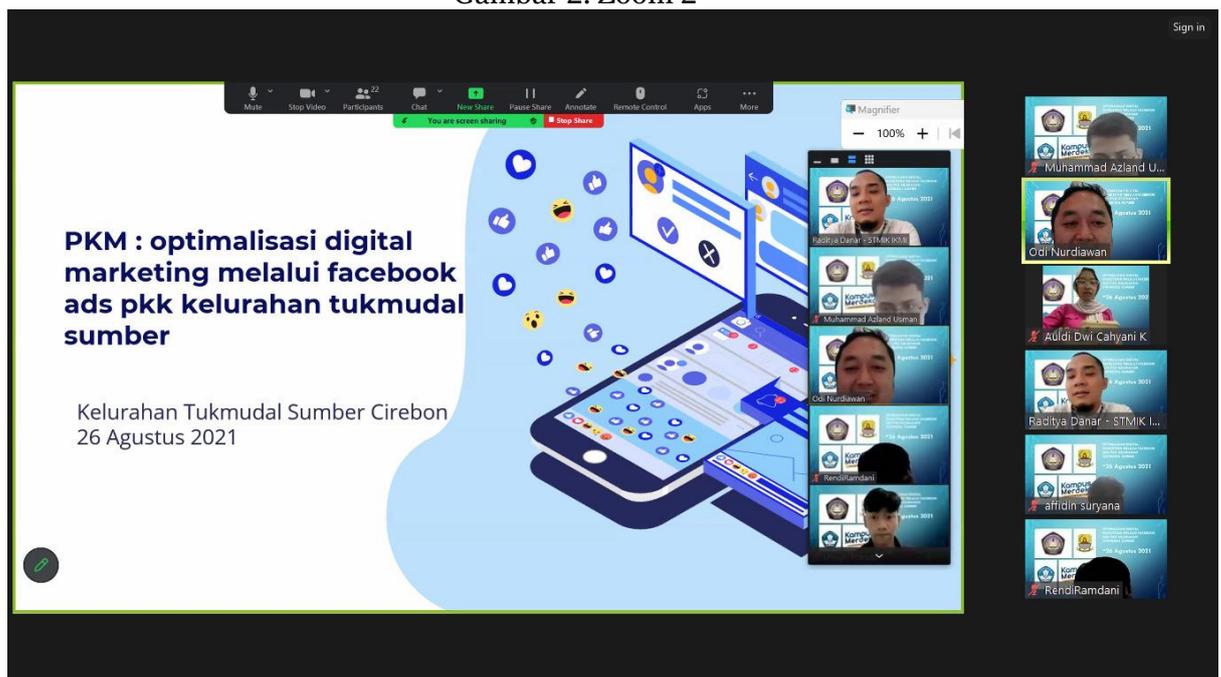
Keseluruhan kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pemahaman peserta tentang pemasaran digital melalui media sosial, dan diharapkan akan berdampak positif pada bisnis online mereka. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dianggap sukses dalam memberikan wawasan dan keterampilan yang berguna kepada peserta.



Gambar 1. zoom



Gambar 2. Zoom 2



Gambar 3. Zoom 3

Kesimpulan

Dalam era digital yang terus berkembang, pemasaran digital melalui platform seperti Google Ads dan Facebook Ads telah menjadi bagian integral dari strategi pemasaran global dan lokal. Baik Anda beroperasi di tingkat global atau sebagai desa yang ingin meningkatkan visibilitas dan pertumbuhan ekonomi, keduanya memiliki manfaat yang signifikan.

Dalam konteks desa, pemasaran digital dapat membantu mempromosikan produk lokal, meningkatkan pariwisata, menggalang dana untuk proyek komunitas, dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu penting. Penggunaan cerita lokal, konten berkualitas, dan interaksi yang aktif dengan komunitas sangat penting untuk membangun hubungan yang kuat dan mendukung pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan desa.

Daftar Pustaka

Andrian, T., Tinggi, S., & Kharisma Bandung, T. (n.d.). *KONSELING ALKITABIAH LUKA BATIN DAN RELEVANSINYA DENGAN MINAT BELAJAR ANAK-ANAK SEKOLAH MENENGAH TEOLOGI KRISTEN (SMTK) WAKABUBAK SUMBA BARAT.*

- Dhika, H., & Isnain, N. (2020). PENERAPAN E-COMMERCE PADA KELOMPOK PKK DI KELURAHAN PABUARAN-CIBINONG. *Jurnal PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(03).
- Ginting, J., Paulus Hermanto, Y., Simanjuntak, F., Tinggi, S., & Kharisma Bandung, T. (n.d.). *PERANAN KEMITRAAN GEREJA DENGAN LEMBAGA KRISTEN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN JEMAAT*. <https://e-journal.iaknambon.ac.id/index.php/KNS/article/view/87/126>
- Mei, T., Gori, C., Teologi, S. T., Arastamar, I., Setia, (, & Jakarta,). (n.d.). *SOSIALISASI PASTORAL TENTANG PEMULIHAN PELAYANAN BAGI JEMAAT GEREJA KRISTEN SETIA INDONESIA (GKSI) JEMAAT PONDOK NATAI KECAMATAN TUMBANG TITI*. <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>.
- Prambudia, Y., Caesaron, D., & Arini, I. Y. (2020). *PENINGKATAN KETERAMPILAN PENGGUNAAN APLIKASI E-INVENTORI DAN E-COMMERCE MASYARAKAT DESA SUKAJAYA CISEWU GARUT*. <http://jurnal.sttgarut.ac.id>
- Rachman, D., Najeri Al Syahrin, M., Handayarti, F., Sapri, S., Kadri Ansyceri, A., Konservasi Kura-Kura Kaki Gajah di Ka bupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur Lutfi Maulana Hakim, S., Tria Raharja, A., Buah Naga Merah Di Kecamatan Samboja Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur Heri Wijaya, P., Budianti Saemarie, Y., Fatiman, N., Promos, P., Melalui Media Film Dalam Upaya Meningkatkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat Anak Sekolah Dasar Wilayah Pesisir Kepulauan Selviana Selviana, K., Suivarni PDF, L., Sunarti, S., Herrting Puspita, R., & Ernawati, R. (2018). Pelatihan Pengembangan Pemasaran Usaha Kecil Kue Tradisional Rumahan Melalui Media E-Commerce MOST READ LAST WEEK CURRENT ISSUE. *ARCHIVES*, 2(2). <https://doi.org/10.24903/jam.v2i2>
- Silitonga, R. (2020). RESPON GEREJA ATAS PANDEMIK CORONA VIRUS DESEASE 2019 DAN IBADAH DI RUMAH. *Manna Rafflesia*, 6(2), 86–111. https://doi.org/10.38091/man_raf.v6i2.125
- Waruwu, F., Teologi, S. T., Arastamar, I., & Jakarta, S. J. (n.d.). *METODE PENGENALAN ALLAH MELALUI ALAM SEKITAR KEPADA ANAK-ANAK DI DUSUN SAKATETANG-PUTUSSIBAU*. <https://jurnal.sttsetia.ac.id/index.php/phr/article/view/3>.
- William, R., Paulus Hermanto, Y., & Prihanto, J. (n.d.). *GEREJA MEMPERSIAPKAN PEMUDA MELALUI MENTORING DI GBI ASIA AFRIKA BANDUNG*. <https://skripsi.sttjaffray.ac.id/index.php/skripsi/article/view/49>.