

## Pelatihan Desain Dan Konten Sosial Media Sebagai Penguatan Promosi Pasar Kreatif Rejomulyo

| Diterima: 15 November 2022 | Direview: 27 November 2022 | Disetujui: 8 Januari 2023 |

**Fajri Arif Wibawa<sup>1</sup>, Lilian Mega Puri<sup>2</sup>, Desi Budiono<sup>3</sup>**

Universitas Muhammadiyah Metro, Jl. Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia

Email: [fajriwibawa@gmail.com](mailto:fajriwibawa@gmail.com)

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bermitra dengan Pengurus Tim Kreatif Pasar Kreatif Kelurahan Rejomulyo, Kota Metro Selatan, Kota Metro. Mayoritas anggota Tim Kreatif Pasar Kreatif Kelurahan Rejomulyo Metro Selatan Kota Metro kebanyakan adalah anak muda yang masih produktif. Dengan memberikan pendampingan kepada Tim Kreatif Pasar Kreatif Kelurahan Rejomulyo Metro Selatan, Kota Metro diharapkan mampu memajukan generasi muda yang mampu meningkatkan kegiatan ekonomi kreatif tingkat masyarakat. Seiring dengan berkembangnya era industri 4.0 yang menuntut semua kalangan terutama kaum muda untuk dapat mengakses informasi dan aktivitas secara online, diperlukan persiapan untuk meningkatkan pemahaman dan mengembangkan kemampuan. tentunya akan sangat mendukung kemajuan Pasar Kreatif Rejomulyo di masyarakat yang lebih sejalan dengan era industri 4.0. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengembangkan pemahaman dan mengembangkan kemampuan di bidang Desain dan Konten Media Sosial bagi Tim Kreatif Pengelola Pasar Kreatif Rejomulyo, serta kesiapan menghadapi era industri 4.0. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung selama 3 bulan dengan tiga tahapan utama yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Untuk memantau hasil dan keberlanjutan kegiatan ini akan dipantau selama dua minggu. Tim kreatif pengelola Pasar Kreatif Rejomulyo diberikan Pelatihan Penguatan Media Sosial melalui Desain dan Konten Media Sosial kepada Tim Kreatif Pengelola Pasar Kreatif Rejomulyo.

**Kata Kunci:** Pelatihan, Sosial Media, Desain dan Konten

### ABSTRACT

*This service activity is in partnership with the Creative Market Creative Team Manager, Rejomulyo Metro Selatan Village, Metro City. The members of the Creative Market Creative Team, Rejomulyo Metro Selatan Village, Metro City, are mostly young people who are still productive. By empowering the management of the Creative Market Creative Team, Rejomulyo Metro Selatan Urban Village, Metro City is expected to be able to advance the youth generation who are able to increase community-level creative economic activities. Along with the development of the industrial era 4.0 which requires all people, especially youth to be able to access information and activities online, it is necessary to prepare to increase understanding and development of capabilities in the field of Strengthening Social Media Through Social Media Design and Content Training for the Creative Team of Rejomulyo Creative Market Management. will greatly support the progress of the Rejomulyo Creative Market in the midst of a society that is more in line with the industrial era 4.0. The purpose of this service activity is to develop understanding and development of capabilities in the field of Design and Social Media Content for the Creative Team of the Rejomulyo Creative Market Management, as well as readiness to face the industrial era 4.0. The implementation of this service activity is for 3 months with three main stages, namely preparation, implementation, and evaluation. For monitoring the results and sustainability of this activity will be monitored for two weeks. The creative team management group of Rejomulyo Creative Market was given Social Media Strengthening through Social Media Design and Content Training to the Creative Team of Rejomulyo Creative Market Management.*

**Keywords:** Training, Social Media, Design and Content

## **PENDAHULUAN**

Dalam penelitian Aldi dan Muhammad (2020) pasar memiliki dua peran yaitu penjual dan pembeli. Pasar dapat diartikan sebagai akses yang membentuk hubungan sosial dan infrastruktur kemudian menciptakan barang, jasa dan tenaga kerja bagi orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang fiat. Dalam ekonomi arus utama, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk bertukar barang, jasa, dan informasi. Pertukaran barang atau jasa dengan uang disebut transaksi. Pasar juga diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Pasar tradisional adalah pasar yang kegiatan penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau waktu tertentu dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar modern adalah pasar modern dimana barang dagangan diperjualbelikan dengan harga yang sesuai sehingga tidak ada aktivitas tawar menawar dan dengan pelayanan yang baik.

Penggunaan media sosial memberikan dampak yang sangat positif terutama dalam berinteraksi baik secara sosial, politik maupun ekonomi. Penggunaan media sosial memudahkan untuk berkomunikasi, baik teman maupun keluarga, yang tidak memungkinkan untuk bertatap muka karena jarak. Anang (2016) media sosial adalah media online, dengan penggunaanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Fatimah (2015) media sosial berperan penting dalam pemasaran digital dalam bisnis online saat ini, khususnya dalam memasarkan produk dan jasa. Media sosial yang sedang ramai dibicarakan oleh konsumen dan pebisnis adalah Facebook, Twitter, dan Instagram. Ketiga media sosial tersebut telah mengeluarkan platform dan fitur khusus untuk mendukung kegiatan digital marketing, melalui Facebook Ads, Twitter Ads, dan Instagram Sponsored Ads. Pengguna dapat menjelajahi dan memanfaatkan fasilitas tersebut untuk mempromosikan produk dan layanan mereka, baik melalui promosi gratis maupun berbayar.

Merujuk pada “Analisis Penerapan Media Sosial Sebagai Strategi Bisnis Online” (Aditya Wahana, 2014). Penelitian ini meliputi penerapan langsung Facebook dan Twitter

pada beberapa pelaku bisnis online dan penyusunan strategi bisnis dengan mengimplementasikan media sosial sebagai sarana pemasaran. Literatur berikutnya adalah penelitian berjudul "Studi Alat Pemasaran Media Sosial Online – Akankah Alat Pemasaran Internet yang Muncul Hari Ini Menjadi Alat Pemasaran Internet yang Efektif Besok?" (Tejal Andharia, 2012). Penelitian ini menjelaskan pentingnya seorang pebisnis mempelajari pemasaran berbasis online untuk cara meningkatkan keuntungan setelah menggunakan media pemasaran online.

Maka dari itu hamba memberikan tawaran solusi yaitu dengan memberikan "Penguatan Media Sosial Melalui Pelatihan Desain dan Konten Media Sosial Bagi Tim Kreatif Pengelola Pasar Kreatif Padas Grojok Rejomulyo". Pasar Kreatif Padas Grojok Rejomulyo berdiri belum lama ini yaitu pada tanggal 28 November 2021 yang dibina oleh UM Metro melalui hibah PHP2D Himadikmi FKIP UM Metro. Permasalahan yang ditemukan adalah pengelola Pasar Kreatif Padas Grojok Rejomulyo khususnya tim kreatif kurang mengetahui desain dan konten media sosial Pasar Kreatif Padas Grojok Rejomulyo, sehingga pasar ini dapat selalu terjaga eksistensinya. dan promosi. Kontribusi pengabdian kepada masyarakat adalah meningkatkan pemahaman dan mengembangkan keterampilan di bidang Media Sosial melalui Perancangan Pelatihan dan Konten Media Sosial bagi Tim Kreatif Pengelola Pasar Kreatif Padas Grojok Rejomulyo.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan Pelatihan Desain dan Konten Media Sosial Untuk Memperkuat Promosi Pasar Kreatif Rejomulyo diadakan di Ruang Diskusi Pasar Kreatif Desa Rejomulyo dan diikuti oleh 21 peserta. Program layanan pelatihan menggunakan beberapa metode sebagai berikut: (1) Metode Ceramah, untuk memberikan informasi materi tentang pentingnya mengelola media sosial, konten media sosial yang baik, penggunaan keterampilan desain grafis CorelDRAW dan materi penggunaan aplikasi CorelDRAW, (2 ) Metode praktis, bagi peserta pelatihan mendapatkan pengalaman langsung dalam membuat konten yang baik dan tata cara merancang aplikasi grafis CorelDRAW. (3) Metode tanya jawab dan diskusi, untuk menjawab pertanyaan dari peserta pelatihan dan mengukur sejauh mana pemahaman peserta setelah metode ceramah dan selama metode praktik dilakukan oleh tim pengabdian, serta secara bersama-sama melakukan dialog mengenai pembuatan konten yang baik dan cara menggunakan aplikasi CorelDRAW.

## **HASIL, PEMBAHASAN DAN DAMPAK**

### **Sosialisasi Program Pengabdian**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu tahap awal dan tahap pelaksanaan kegiatan. Pada tahap awal tim pengabdian melakukan sosialisasi kepada pengelola Pasar Kreatif Rejomulyo. Sebelum sosialisasi ke seluruh peserta, tim pengabdian berkoordinasi dengan ketua Pasar Kreatif Rejomulyo, Bapak Suparmo. Selanjutnya tim pengabdian mengkoordinasikan kegiatan yang akan dilakukan dalam sosialisasi. Koordinasi ini dilakukan pada 11 Maret 2022. Koordinasi ini membahas tentang pentingnya media sosial serta desain dan rencana pelaksanaan pelatihan. Koordinasi ini ditraining oleh ketua dan pengurus inti Pasar Kreatif Rejomulyo. Dalam kegiatan koordinasi tim pengabdian menjelaskan program pelatihan yang akan dilakukan pada pertemuan berikutnya. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan partisipasi anggota mitra terhadap program pelatihan “Penguatan Media Sosial Melalui Desain Pelatihan dan Konten Media Sosial kepada Tim Kreatif Pengelola Pasar Kreatif”.

### **Pelatihan Desain Dan Konten Sosial Media Sebagai Penguatan Promosi Pasar Kreatif Rejomulyo**

Pada tahap implementasi kegiatan dibagi menjadi 3 bagian yaitu tahap penyampaian materi tentang pentingnya pengelolaan media sosial, konten media sosial yang baik dan praktik desain grafis dalam berbagai kegiatan Pasar Kreatif. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 22 Mei 2022 di Ruang Diskusi Pasar Kreatif, Desa Rejomulyo, Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro. Peserta pelatihan yang hadir merupakan perwakilan pedagang dan pengelola Pasar Kreatif Rejomulyo. Pedagang dan pengelola Pasar Kreatif Rejomulyo yang hadir mayoritas adalah anak-anak muda yang masih produktif. Dengan memberdayakan para pedagang dan pengelola Pasar Kreatif Rejomulyo, diharapkan mampu memajukan generasi muda dalam kegiatan sosial Pasar Kreatif Rejomulyo, mampu meningkatkan keterampilan dalam bidang pengelolaan media sosial dan desain grafis CorelDRAW hingga meningkatkan pengunjung pasar kreatif.

Jadwal Pelatihan Desain dan Konten Media Sosial adalah sebagai berikut: a) Pembukaan, b) Sambutan ketua tim pengabdian, c) Sambutan Ketua Pasar Kreatif, d) Penjelasan Materi Pentingnya Media Sosial Tata Kelola, e) Penjelasan dan Praktik Materi Konten Sosial Media yang Baik d) Praktik membuat desain pada aplikasi CorelDRAW, pengenalan menu, cara membandingkan, desain, CorelDRAW hingga praktik membuat

desain pamflet e) Penutupan dengan foto bersama antara mitra dan pemateri serta tim pengabdian dari Universitas Muhammadiyah Metro.



**Gambar 1.** Sambutan Pengabdi dan Penjelasan Mengenai Program Pengabdian Kepada Masyarakat UM Metro

Dalam sambutan hamba yang disampaikan oleh ketua tim Fajri Arif Wibawa, M.Pd. menjelaskan program pengabdian masyarakat UM Metro, hamba menjelaskan bahwa pengabdian masyarakat merupakan salah satu kewajiban dosen untuk berkontribusi bagi negara dengan memberikan layanan dan kontribusi kepada masyarakat. Selain itu, masyarakat juga akan mendapatkan bekal untuk memecahkan masalah dan menjawab tantangan dalam kehidupannya. Masyarakat juga nantinya akan memberikan pelajaran kepada perguruan tinggi tentang realitas kehidupan. UM Metro merupakan salah satu perguruan tinggi yang ada di kota Metro, tentunya salah satu program pengabdian kepada masyarakat adalah dengan memberikan. Fajri Arif Wibawa, M.Pd. selaku ketua tim pengabdian kepada masyarakat dalam sambutannya mengatakan, “Kami dari kalangan dosen dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro bermaksud untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu dengan judul “Penguatan Media Sosial melalui Pelatihan Perancangan dan Konten Media Sosial Bagi Rejomulyo Tim Pasar Kreatif”, selain itu kami berniat membuat acara lomba mewarnai TK & PAUD, alhamdulillah disetujui oleh pengurus. Semoga dengan adanya kegiatan ini Pasar Kreatif Tangguh Rejomulyo (PAK RT) bisa lebih maju dan tersebar sayapnya.

Bapak Suparmo selaku ketua pengurus pasar kreatif Tangguh Rejomulyo (PAK RT) dalam sambutannya mengatakan, “Kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Metro yang sudah mau bekerja sama dengan kami dan terima kasih telah

mengadakan kegiatan seperti ini di Rejomulyo Pasar Kreatif Tangguh (PAK RT), kami berharap kegiatan seperti ini dapat terus berlanjut.”



**Gambar. 2.** Penyampaian Materi “Pentingnya Pengelolaan Media Sosial”

Usai pembukaan acara, dilanjutkan dengan pelatihan Social Media Design and Content bagi Tim Kreatif Pasar Kreatif Rejomulyo. Narasumber pertama adalah Ibu Lilian Mega Puri, M.Pd. dengan judul “Pentingnya Manajemen Media Sosial”. Dalam penyampaian materinya Ibu Lilian menyampaikan bahwa manusia dan media berinteraksi sehingga saat ini kebanyakan interaksi dilakukan melalui media sosial. Di media sosial kita bisa berbagi foto, cerita, pengalaman bahkan bisnis. Maka dari itu promosi PAK RT sangat berpengaruh saat ini dengan pengelolaan media sosial yang baik.

Salah satu yang erat kaitannya dengan digital marketing adalah manajemen media sosial. Pasalnya, kebanyakan digital marketing dilakukan melalui berbagai media sosial. Namun pada kenyataannya tidak semua pelaku bisnis menyadari pentingnya manajemen ini. Hal ini terlihat dari banyaknya pelaku bisnis yang belum mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk kepentingan bisnisnya. Maka dari itu, pada halaman ini Anda akan diberikan pengetahuan tentang pentingnya manajemen dalam bisnis media sosial. Melalui media sosial, kita bisa bertemu dan berkenalan dengan orang-orang baru, terutama saat bergabung dalam sebuah komunitas. Kita bisa mencari komunitas yang berhubungan dengan hobi, pekerjaan, atau hal-hal yang menarik minat kita. Intinya, manajemen media sosial adalah penggunaan berbagai alat, perangkat lunak, dan layanan yang dapat membantu para pebisnis membagikan konten bisnisnya di media sosial.

Mengelola media sosial dengan baik akan membuat bisnis kita mendapatkan penghasilan yang tinggi. Maka dari itu, sekarang kita harus memperdalam pengelolaan media sosial agar bisa bermanfaat bagi bisnis. Inilah mengapa penting untuk mengelola media sosial:

### **1. Meningkatkan *Brand Awareness***

Pentingnya pengelolaan media sosial yang pertama adalah dapat meningkatkan brand awareness terhadap bisnis tersebut, terutama untuk brand dan produk yang dikeluarkan. Tentu saja hal ini akan berdampak baik bagi bisnis, sehingga bisnis akan lebih cepat berkembang. Caranya tidak sulit, karena Anda hanya perlu membuat konten yang menarik dan sesuai dengan bisnis, lalu mengunggahnya secara konsisten di media sosial. Dengan demikian, tingkat brand awareness dari pelaku bisnis akan meningkat, sehingga membuat brand awareness semakin tinggi.

### **2. Praktis sebagai Media Informasi, Berita, dan Promosi**

Media sosial merupakan tempat yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, berita, dan promosi. Menggunakannya sebagai wadah promosi adalah pilihan yang tepat untuk bisnis. Hal ini dikarenakan pengguna media sosial yang banyak sehingga mereka melakukan promosi kemungkinan besar akan dilihat banyak orang. Jadi, kesempatan untuk mendapatkan penghasilan juga terbuka lebar.

### **3. Meningkatkan Penjualan**

Melalui promosi seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, peluang Anda untuk meningkatkan penjualan sangat besar. Hal ini dikarenakan pengguna media sosial tidak hanya berasal dari satu daerah saja, sehingga dapat menjangkau pelanggan dimanapun mereka berada. Apalagi saat ini akses pengiriman barang juga sudah mudah, sehingga produk bisa sampai ke pelanggan dimanapun berada.

### **4. Pengenalan Usaha atau Bisnis**

Pengelolaan media sosial yang baik juga dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif dalam memperkenalkan usaha atau bisnis kepada masyarakat luas. Semakin banyak orang yang mengetahui bisnis tersebut, semakin besar peluang bisnis untuk berkembang pesat.

### **5. Menunjukkan Kualitas**

Melalui media sosial, Anda bisa menunjukkan kualitas bisnis Anda kepada banyak orang, tanpa perlu mengundang mereka untuk bertatap muka. Namun demikian, dapat mengurangi biaya untuk melakukan promosi berkualitas besar.

## 6. Menarik Pelanggan Baru

Melalui media sosial, Anda dapat dengan mudah menjangkau masyarakat di seluruh wilayah bahkan dunia, sehingga peluang untuk mendapatkan pelanggan baru juga terbuka lebar. Ini juga sangat menguntungkan, karena pendapatan bisa meningkat berkali-kali lipat..

## 7. Dapat Membantu Mengenal Pelanggan

Media sosial dapat digunakan untuk melakukan interaksi virtual dengan pelanggan secara langsung. Namun, mengenal pelanggan lebih dekat, sehingga mereka dapat dengan mudah mengetahui apa yang mereka inginkan dari bisnis tersebut.



**Gambar 3.** Penyampaian Materi “Konten Media Sosial yang Baik”

Narasumber kedua adalah Bapak Desi Budiono, M.Pd. dengan materi “Konten Sosial Media yang Baik”. Dalam penyampaian materinya Pak Budi memberikan contoh caption yang menarik. Manfaat membuat konten yang baik di media sosial 1) Merek lebih cepat dikenal, 2) Menjadi tempat interaksi pelanggan, 3) Menunjukkan Karakteristik Merek Dapat Menjangkau Lebih Banyak Orang. Kemudian pengurus diminta untuk berlatih membuat atau mencontohkan konten yang baik untuk PAK RT.

Konten Media Sosial adalah konten dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada saat ini seperti blog, wiki, forum diskusi, obrolan, tweet, podcasting, pin, gambar digital, video, file audio, iklan dan lain-lain. Pengguna Aktif Media Sosial Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah tersebut meningkat 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 170 juta orang. Social Media Insight Whatsapp adalah media sosial paling populer oleh pengguna internet di dunia. Berdasarkan laporan We Are Social, persentase pengguna internet yang menyukai Whatsapp mencapai 15,7% per Januari 2022. Hasil Riset Minat baca masyarakat Indonesia hanya 0,001%. Artinya, dari 1.000 orang Indonesia, hanya 1 orang

yang gemar membaca. UNESCO Indonesia berada di peringkat 60 dari 61 negara dalam hal minat baca – Central Connecticut State University. Manfaat Promosi PAK RT Melalui Sosial Media Brand lebih cepat dikenal. Menjadi tempat interaksi pelanggan menunjukkan karakteristik merek dapat menjangkau lebih banyak orang.

Cara membuat konten media social kenali target audience, rencanakan konsep materi yang jelas, buat konten yang berkualitas, penting membuat konten yang original, rutin membagikan konten.

Pemasaran di dunia sosial media tidak akan berhasil tanpa strategi konten yang tepat. Dan ciri-ciri konten yang baik sebagai berikut:

### 1. Memberikan *Value* Kepada *Audiens*

Salah satu ciri utama konten berkualitas adalah memberikan nilai kepada audiens. Artinya, ketika audiens melihat konten dari akun media sosial Anda, audiens merasa mendapatkan sesuatu yang baru yang belum pernah mereka lihat sebelumnya. Banyak bisnis yang hanya mengupload konten saja, tanpa memikirkan apakah konten yang diupload tersebut akan bermanfaat bagi yang melihatnya atau tidak. Contoh paling mudah adalah ketika bisnis mengupload konten yang berorientasi untuk menjual produk/jasa mereka. Nilai apa yang akan didapat penonton dengan melihat konten seperti itu. Tidak ada nilai berarti tidak ada keterlibatan, tidak ada keterlibatan berarti tidak ada kepercayaan, dan tidak ada kepercayaan berarti tidak ada penjualan. Konten yang tidak berorientasi pada audiens tidak akan memberikan hasil apapun bagi perkembangan media sosial.

### 2. Sesuai dengan Visi Usaha

Ada berbagai format konten dan bahasa yang dapat digunakan perusahaan, namun bukan berarti mereka harus menggunakan semuanya dalam akun mereka. Perlu diingat bahwa tidak semua format dan bahasa cocok untuk akun bisnis. Sayangnya, masih banyak perusahaan yang percaya harus viral dulu untuk sukses di media sosial.

### 3. Dibuat Tanpa Rekayasa

Konten yang dibuat-buat, clickbait, atau rekayasa serupa memang bagus untuk memancing engagement sesaat. Tetapi pada saat yang sama berpotensi membunuh citra merek. Bayangkan jika seseorang tertarik dan berinvestasi pada informasi dari sebuah akun, namun kemudian mengetahui bahwa informasi tersebut salah, tentu kepercayaan terhadap akun tersebut akan berkurang secara signifikan.

Setelah mengetahui bagaimana ciri konten yang baik, kini saatnya mengetahui cara membuat konten. Sebenarnya tidak banyak teori yang harus kita kuasai, yang penting anda harus mengerti bagaimana ekspektasi audience terhadap akun anda.

#### 1. Cari Tahu Masalah Audiens

Untuk dapat memberikan apa yang diharapkan, tentunya Anda harus mengetahui apa yang menjadi ekspektasi audiens. Analisis potensi masalah yang dihadapi calon audiens, kekuatan yang kita miliki, dan peluang yang ada. Kemas hal-hal tersebut dalam setiap konten yang akan dibuat. Khalayak tentu akan senang mendapatkan informasi yang bisa menjawab permasalahan mereka.

#### 2. Buat Format yang Beragam

Format yang pas-pasan tentu bisa membuat penonton bosan. Jangan ragu untuk berkreasi dengan format konten Anda. Baik itu video, humor, QnA, komedi putar, microblog, galeri foto, dan sebagainya. Selama format konten bisa membantu penyampaian pesan secara efektif dan menarik, tidak ada salahnya.

#### 3. Jual Value, Bukan Produk

Misalkan kita sedang berada di sebuah pusat perbelanjaan, lalu tiba-tiba seorang penjual menghampiri dan menawarkan produk yang sama sekali tidak Anda ketahui. Tapi mereka tidak menjelaskan apa-apa, dan hanya fokus pada penjualan. Apa yang kamu rasakan? Ini menyebalkan, bukan? Itu yang dirasakan audiens Anda, ketika Anda membombardir mereka dengan produk/jasa yang tidak mereka pahami fungsi dan manfaatnya. Mereka bahkan tidak tahu bahwa produk/jasa itu harus ada di dunia ini. Oleh karena itu, banyak praktisi pemasaran digital menyarankan bisnis untuk menjual nilainya. Dengan nilai, audiens dapat memahami mengapa Anda menawarkan produk/jasa kepada mereka. Dan tentunya nilai memiliki pengaruh yang lebih besar dalam pengambilan keputusan calon pelanggan.

#### 4. Pastikan Tidak Lari Dari Topik yang dikuasai

Tidak ada satu bisnis pun yang cocok untuk semua orang di dunia. Oleh karena itu, mengejar audiens dari semua jenis pengguna media sosial bukanlah strategi yang baik. Membuat konten yang hanya untuk mengejar viral juga bukan ide yang bagus untuk berkomunikasi dengan audiens. Mengingat tidak semua yang viral bisa relevan dengan bisnis yang dipasarkan. Tetap dalam koridor bisnis dan fokus pada nilai yang Anda miliki. Hanya gunakan gelombang konten viral jika format dan topiknya relevan dengan bisnis Anda.

---

## 5. Buat Konten Untuk Audiens, Bukan Untuk Diri Anda

Banyak perusahaan yang fokus pada kekuatannya, tetapi kemudian lupa apakah keunggulan tersebut dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Merek mungkin memiliki ratusan keunggulan, tetapi apakah pelanggan Anda merasakan hal yang sama? Oleh karena itu, jangan fokus menyombongkan kelebihan Anda, tapi jawablah masalah pelanggan dengan kelebihan Anda. Jangan lupa, pastikan kelebihan yang Anda bawa berdampak nyata pada solusi yang ditawarkan.

Dan perlu diingat bahwa strategi media sosial adalah strategi jangka panjang. Anda tidak mungkin mendapatkan hasil langsung dari hari pertama saat Anda membuka akun. Bahkan, dalam beberapa kasus, ada brand yang produk/layanannya sama sekali asing bagi masyarakat, butuh waktu berbulan-bulan untuk mulai mendapatkan hasil dari strategi media sosialnya.



**Gambar 4.** Penyampaian Materi “Praktik Desain simpel Media Sosial dengan CorelDRAW”

Narasumber ketiga adalah Bapak Fajri Arif Wibawa, M.Pd. dengan materi “Praktik Desain Media Sosial Sederhana dengan CorelDRAW”. Pada materi ini Pak Fajri mempraktekkan cara membuat desain media sosial untuk PAK RT. Dalam penyampaian materi, Pak Fajri mengatakan, “Sebelum mendesain, yang perlu diperhatikan di PAK RT adalah Branding. Branding adalah ciri khas PAK RT. Misalnya dari ciri warnanya. Sehingga dalam mendesain harus mendominasi warna-warna yang sudah ditentukan menjadi warna branding PAK RT.

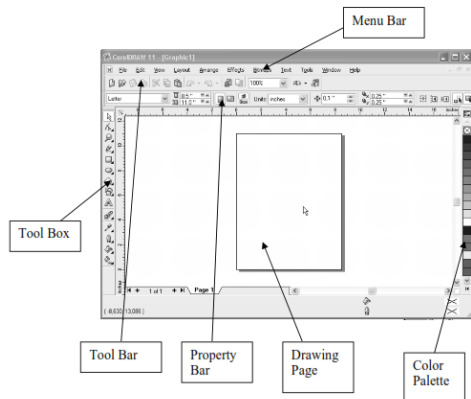
Materi ketiga kegiatan tersebut diawali dengan pentingnya desain grafis CorelDRAW dalam berbagai kegiatan kepemudaan. Seiring dengan berkembangnya era industri 4.0 yang serba digital, menuntut pengelola dan pedagang untuk menyeimbangkan dan membekali mereka dengan kemampuan dan keterampilan yang lebih sesuai. Pengembangan kemampuan di bidang desain grafis CorelDRAW tentunya akan sangat mendukung berbagai aktivitas

anak muda. Kegunaan dari desain grafis CorelDRAW ini antara lain ketika organisasi kepemudaan akan memberikan ucapan selamat Hari Kebangsaan tentunya membutuhkan desain ucapan yang menarik dan masih banyak kegunaan lainnya.

Materi kedua adalah desain grafis CorelDRAW. Rini (2017) Tutorial Memulai Ilmu Grafis CorelDraw Untuk Pemula berisi pengenalan dan panduan dasar dalam belajar desain komputer. Dimulai dari materi branding berupa ide, kata, desain, desain grafis atau suara yang melambangkan produk, jasa dan perusahaan yang menghasilkan produk dan jasa tersebut yang membedakannya dengan produk atau perusahaan lain. Branding terdiri dari beberapa elemen diantaranya Nama, Logo, Warna, Visi, Pesan, Bentuk. Dalam memulai desain grafis, Anda harus memulai dengan branding. Karena branding adalah mendefinisikan karakteristik dan properti di dalam dan di luar penawaran, memberikan identitas dan membuatnya dikenal dan membuat perbedaan. Apalagi dalam berbagai kegiatan kepemudaan, branding tentu sangat berpengaruh dengan identitas organisasi kepemudaan. Karena biasanya setiap daerah memiliki kelompok pemuda, tentunya brandingnya akan berbeda.

Materi selanjutnya adalah desain yaitu kegiatan kreatif merencanakan dan merancang sesuatu yang secara umum bersifat fungsional dan belum ada sebelumnya guna memecahkan suatu masalah tertentu sehingga memiliki nilai lebih dan menjadi lebih bermanfaat bagi penggunaannya. Dalam pemanfaatan desain menggunakan aplikasi CorelDRAW dalam berbagai kegiatan kepemudaan terdapat beberapa seperti logo kepemudaan, poster kegiatan kepemudaan. Tentu saja dalam mendesain Anda harus berpikir kreatif agar desain terlihat menarik.

Materi selanjutnya adalah tentang aplikasi CorelDRAW serta prakteknya. Dimana tahap pertama para peserta diarahkan untuk mengenali tampilan dan menu yang ada di aplikasi CorelDRAW. Dimana kegiatan ini dipadukan langsung dengan praktek pembuatan desain poster agar lebih mudah dipahami peserta.



**Gambar 5.** Tampilan CorelDRAW

Peserta pelatihan mengenal bagaimana memulai mendesain lembaran baru, didampingi pembicara yang menjelaskan fungsi menu dengan metode ceramah dan tanya jawab. Dimulai dengan memasukan objek untuk bahan dasar background poster yang akan dibuat. Menyisipkan objek lain seperti teks, gambar, mengubah warna objek, gradasi warna objek agar desain terlihat menarik.

Peserta yang mengalami kesulitan dalam praktik dibantu oleh pemateri dan tim pengabdian. Peserta yang mengalami kesulitan rata-rata jarang menggunakan laptop atau komputer sehingga merasa kebingungan dalam mempraktekkan materi CorelDRAW. Pada tahap ini peserta berada pada tahap akhir proses desain grafis menggunakan aplikasi CorelDRAW yaitu mengubah hasil desain menjadi file JPG. Pada tahap ini langkah yang perlu dilakukan adalah masuk ke menu bar, pilih File, lalu pilih menu Export atau dengan shortcut CTRL+A. Maka akan muncul kotak dialog. Pilih format JPG atau format yang sesuai dengan kebutuhan Anda. Karena tutorialnya merubah format CDR menjadi JPEG dan PNG, maka saya beri contoh pada tutorial ini saya memilih format JPG. Klik Ekspor lalu klik ok. Kemudian file tersebut akan disimpan sebagai file JPG.



**Gambar 6.** Dokumentasi Foto Bersama Pengurus Pasar Kreatif



**Gambar 7.** Dokumentasi Foto Bersama

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai pelatihan desain grafis CorelDRAW dapat disimpulkan bahwa mitra Pasar Kreatif Rejomulyo mampu meningkatkan pengetahuan mengenai pentingnya pengelolaan media sosial, bagaimana membuat konten media sosial yang baik dan pentingnya desain grafis. Mitra juga telah berhasil memiliki kemampuan membuat konten media sosial yang menarik dan mampu mendesain menggunakan aplikasi CorelDRAW, serta mengetahui tips dan trik membuat desain grafis dalam berbagai kegiatan Pasar Kreatif Rejomulyo.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Metro yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Selain itu, pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada mitra karang taruna Pemuda Mandiri Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Metro Selatan Kota Metro yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, Muhammad. 2020. Revitalisasi Pasar Prawirotaman Menjadi Pasar Kreatif Dengan Pendekatan Arsitektur Kontekstual Sebagai Konsep Desain. Jurnal Arsitektur Zonasi. Volume 3 - Nomor 1 – Februari 2020
- Anang. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. Jurnal Publiciana. <https://Journal.Unita.Ac.Id/Index.Php/Publiciana/Article/View/79>
- Andharia, Tejal. (2012). *Study of Online Social Media Marketing Tool –Will This Today’s Emerging Internet Marketing Tool be an Effective Internet Marketing Tool of Tomorrow?*. India : Gujarat Perspective.
- Christina, dkk. 2020. Dampak *Social Distancing* Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona. Jurnal Ilmiah Muqoddimah Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora. Volume 4, Nomor 2, Agustus 2020.
- Fatimah. 2015. Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis Online. Jurnal TRANSFORMASI, Vol. 11, No. 2.
- Hoedi, Wahudi. 2018. Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset. Jurnal Teknik Industri, Vol. 13, No. 1.
- Wahana, Aditya. 2014. Analisis Penerapan Sosial Media Sebagai Strategi Bisnis Online. Yogyakarta : STMIK Amikom Yogyakarta.