

# Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Kuliner Di Kampung Jawi Kelurahan Sukorejo Semarang

Dinar Anggit Wicaksana<sup>1</sup>, Febrian Wahyu Christanto<sup>2</sup>, Astrid Novita Sari<sup>3</sup>, Ayang Fitrianti<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Semarang

E-mail: <sup>1</sup>dinar\_anggit@usm.ac.id, <sup>2</sup>febrian.wahyu.christanto@usm.ac.id, <sup>3</sup>astrid@usm.ac.id, <sup>4</sup>ayangfitrianti@usm.ac.id

## Abstrak

Salah satu kendala yang dihadapi oleh anggota kelompok UMKM Kampung Jawi Kelurahan Sukorejo Semarang adalah ketidakmampuan mereka untuk menggunakan media digital untuk mempromosikan produk makanan dan penyewaan tempat. Salah satu tujuan dari kegiatan ini adalah membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kemampuan membuat konten dan mempromosikan produk melalui TikTok untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Metode kegiatan ini adalah dengan mengajarkan peserta tentang cara membuat konten dan mempraktikannya dengan menggunakan smartphone melalui aplikasi Tiktok. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta UMKM mengalami peningkatan kemampuan, seperti yang ditunjukkan oleh hasil kuesioner post-test sebesar 97% terhadap jawaban "YA", yang menunjukkan bahwa peserta UMKM telah memahami materi pelatihan yang diberikan dan telah membuat konten video yang profesional untuk produk.

Kata kunci: Tiktok, konten, Kampung Jawi Semarang

## Abstract

*One of the obstacles faced by members of the Kampung Jawi MSME group, Sukorejo District, Semarang, is their inability to use digital media to promote food products and place rentals. One of the aims of this activity is to help MSMEs improve their ability to create content and promote products via TikTok to increase the number of visitors. The method of this activity is to teach participants how to create content and practice it using a smartphone via the Tiktok application. The results of this activity show that MSME participants have increased their abilities, as shown by the post-test questionnaire results of 97% with the answer "YES", which shows that MSME participants have understood the training material provided and have created professional video content for products.*

*Keywords: Tiktok, content, Kampung Jawi Semarang*

## 1. PENDAHULUAN

Wisata kuliner bernuansa jawa menjadi kekuatan di Kampung Jawi Kelurahan Sukorejo Kecamatan Gunung Pati, Semarang, Jawa Tengah. Disamping itu, Kampung Jawi telah meraih juara 1 Trisakti Tourism Award 2021 Kategori Desa Wisata dari DPP PDI Perjuangan. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) ini merupakan tempat kuliner tradisional, pertunjukkan seni tradisional (seni wayang dan tari) serta persewaan tempat (pernikahan, rapat, dll). Kampung Jawi memiliki nuansa jawa tempo dulu yang unik karena menggunakan uang kepeng dalam membeli produk makanannya. Satu kepeng memiliki nilai Rp 3.500,00. Aktivitas kegiatan di Kampung Jawi dikelola Bersama antar masyarakat, Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) dan kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis).

Di dalam usahanya untuk mempromosikan produk kuliner dan tempat, para pelaku UMKM memiliki kendala yaitu keterbatasan kemampuan membuat media promosi yang kreatif, menarik dan tepat sasaran bagi konsumen. Hasil wawancara dengan pendiri Kampung Jawi masih belum maksimal dalam promosi sehingga jumlah pengunjung masih belum sesuai dengan yang

diharapkan dan persewaan tempat masih dirasa sepi pengunjung.

Dari permasalahan tersebut, salah satu cara untuk peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan cara memberikan workshop [1]. Strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan dalam menawarkan produk sangat menentukan keberhasilan sebuah perusahaan dalam bersaing, berkembang dan bertahan hidup [2]. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Kecil Menengah (UKM), strategi pemasaran *online* untuk UKM sangat penting dilakukan untuk mendukung efektivitas penjualan.

Saat ini, sosial media banyak dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu media promosi [3]. Hal tersebut menunjukkan bahwa sosial media saat ini memiliki peranan penting dalam strategi promosi yang digunakan baik untuk usaha kecil maupun besar [4]. Promosi dengan menggunakan social media tidak terlepas dari konten yang diunggah sesuai dengan tujuan yaitu promosi sebuah barang atau jasa [5]. Konten yang diunggah pada sosial media haruslah konten yang menarik sehingga dapat menarik perhatian *audiens* yang mana hal tersebut dapat mencapai tujuan dilakukannya promosi [6].

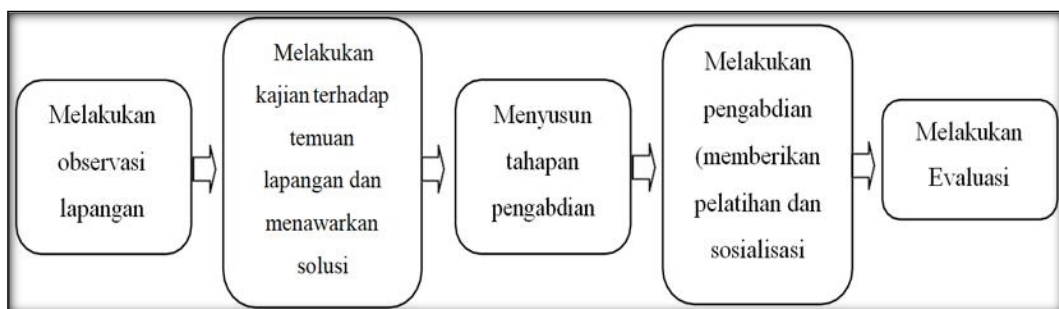
Laporan *We Are Social* per April 2023 mencatat Indonesia menduduki urutan kedua di Dunia dengan jumlah pengguna sebanyak 113 juta setelah Amerika Serikat. Tiktok menjadi media promosi yang efektif karena Tiktok memiliki banyak pengguna, mudah digunakan, populer di kalangan milenial, sering digunakan oleh selebriti dan memiliki fitur Tiktok ads yang dapat mengoptimalkan penyebaran konten [7]. Dalam penelitian yang telah dilakukan pada akun tiktok Eni Lestari terhadap sebuah produk Es Jagung Embul mengalami peningkatan jumlah pembeli [8]. Hal serupa juga ditunjukkan pada penelitian mengenai pembuatan konten Tiktok dengan konsep AIDA (Awareness, Interest, Desire, Action) dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan [9]. Penggunaan media TikTok yang dikemas dengan menarik dapat menambah jumlah followers, likes dan views pada suatu brand [10].

Pelatihan ini merupakan program lanjutan dari pelatihan yang telah dilakukan oleh tim PkM USM dengan ketua yang sama. Sebelumnya telah dilaksanakan pelatihan peningkatan editing video menggunakan kinemaster dan diupload melalui Youtube serta editing foto menggunakan Canva [11]. Peserta kegiatan dalam pelatihan sebelumnya memberikan respon positif dan antusias untuk mengembangkan kemampuan digital marketing serta

Dari hasil wawancara oleh ketua pengurus Kampung Jawi didapati bahwa Kampung Jawi masih belum memiliki akun Tiktok. Hal inilah yang memotivasi pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) untuk edukasi UMKM di Kampung jawi terkait membuat konten yang menarik menggunakan Tiktok sebagai optimalisasi digital marketing dengan tujuan promosi tempat.

## 2. METODE

Metode yang dilaksanakan dalam kegiatan ini adalah metode ceramah dan praktik. Tahapan dan Langkah-langkah pada pengabdian ini ditunjukkan pada Gambar 1 sebagai berikut.



Gambar 1. Proses dan Langkah PkM

Sedangkan jadwal kegiatan pada kegiatan ini terdapat dalam Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan PkM

No	Kegiatan	Bulan												
		Agustus 2023			September 2023				Oktober 2023				November 2023	
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Pembuatan dan pengajuan proposal	■												
2	Proses persetujuan proposal dan proses surat menyurat		■	■										
3	Konfirmasi peserta dan daftar nama peserta				■	■	■	■						
4	Pelaksanaan kegiatan								■					
5	Jurnal, HKI, poster, dan publikasi media massa									■	■	■		
6	Pembuatan laporan pelaksanaan PkM												■	■

Jadwal kegiatan pada Tabel 1 adalah jadwal kegiatan PkM ini dimulai dari Agustus 2023 berupa pembuatan, pengajuan, serta proses persetujuan kegiatan PkM baik oleh pihak Universitas maupun pihak UMKM Kampung Jawi. Dilanjutkan pada bulan September 2023 adalah tahap observasi, konfirmasi peserta, serta pelaksanaan kegiatan. Pembuatan jurnal PkM, HKI, Poster, dan publikasi media massa ditargetkan pada bulan Oktober 2023 dan pembuatan laporan dilaksanakan pada bulan November 2023.

Pada kegiatan PkM ini target khalayak peserta adalah pelaku UMKM Kampung Jawi. Peserta sebanyak 10-20 orang yang telah dipilih berdasarkan hasil observasi sebelumnya. Masing-masing peserta menggunakan 1 unit *Handphone* (HP) selama praktek berlangsung. Kegiatan dilaksanakan dalam 1 (satu) hari dengan durasi peningkatan kemampuan selama 3 (tiga) jam, terdiri dari :

- 40 menit untuk tes awal dan pengenalan Tiktok
- 100 menit untuk materi pembuatan konten menggunakan Tiktok dan praktik pengambilan video konten yang nantinya akan dinilai oleh panitia.
- 40 menit untuk tes akhir dan evaluasi keseluruhan materi.

Evaluasi keberhasilan kegiatan peningkatan kemampuan ini dilakukan pada awal kegiatan dan pada akhir kegiatan berupa kuesioner. Indikator keberhasilan kegiatan ini dilihat dari respon positif dari para peserta melalui evaluasi yang diberikan. Hasil yang ingin dicapai adalah peningkatan kemampuan peserta dalam pembuatan konten sebagai media promosi. Melalui Peningkatan kemampuan ini, diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan dan menerapkan teknologi informasi sebagai media promosi sehingga mendukung proses bisnis guna meningkatkan penjualan dan laba pelaku UMKM.

Dalam rangka melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang mengambil tema “Peningkatan Kemampuan *Editing* Foto untuk Promosi UMKM Kampung Jawi Sukorejo Semarang” diperlukan beberapa kepakaran tim untuk kelayakan pelaksanaan PkM ini. Kepakaran yang diperlukan adalah antara lain kemampuan instruktur dalam penguasaan kuesioner dan analisa kegiatan yang dikuasai oleh Dinar Anggit Wicaksana, S.Si., M.Pd.,

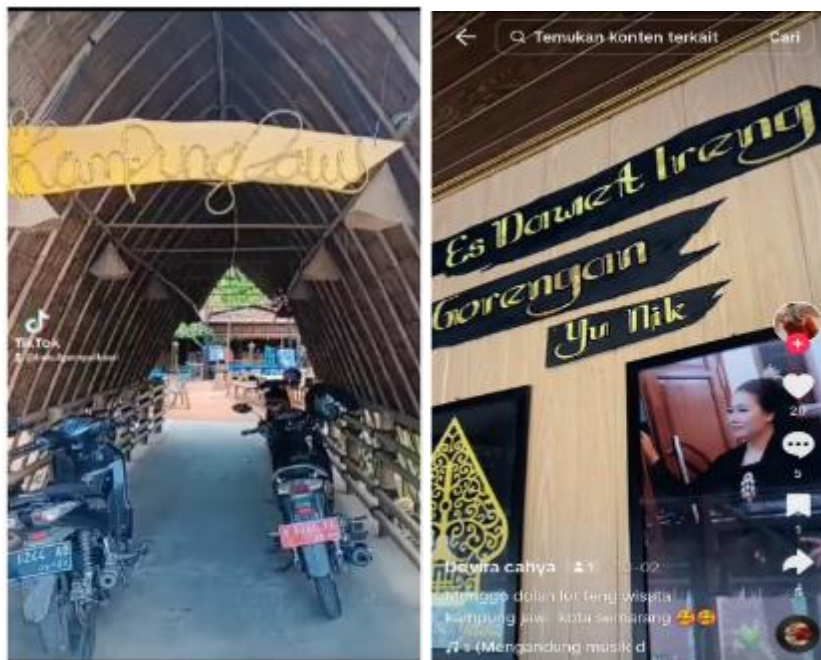
kepakaran tentang sosial media dan *internet* dikuasai oleh Febrian Wahyu Christanto, S.Kom., M.Cs., sedangkan kepakaran lainnya adalah penguasaan pembuatan konten menggunakan Tiktok dikuasai oleh Astrid Novita sari, M.Kom dan Ayang Fitrianti, S.S., M.I.Kom. Berdasarkan beberapa kepakaran yang dimiliki oleh tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tim pelaksana layak untuk mengadakan PkM ini.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada hari Selasa, 3 Oktober 2023 bertempat di Aula Kampung Jawi Kecamatan Gunungpati, selama 3 (tiga) jam mulai pukul 09.00 – 12.00 WIB dengan peserta adalah pelaku UMKM Kampung Jawi sebanyak 20 orang. Berikut Gambar 2 adalah dokumentasi kegiatan PkM pada UMKM Kampung Jawi.



Hasil dari kegiatan Pk Mini berupa pembuatan konten Tiktok untuk promosi produk-produk pelaku UMKM di Kampung Jawi. Hasil konten pelaku UMKM dari kegiatan ini terdapat dalam Gambar 3 berikut.



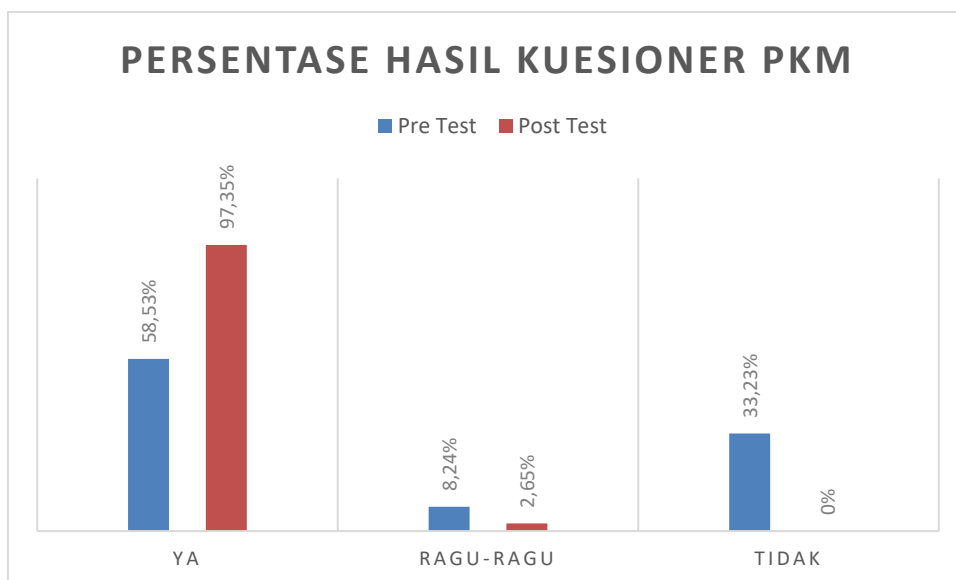
Gambar 3 Hasil pembuatan konten Tiktok Peserta

Di awal dan akhir kegiatan PkM, para peserta diminta mengisi kuesioner secara online didapatkan hasil evaluasi dan tingkat keberhasilan kegiatan PkM ini. Hasil rekapitulasi dari 20 peserta PkM dalam menjawab pertanyaan pre test dan post test terdapat pada Tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2 Rekapitulasi Pre test dan Post Test Kegiatan PkM

No	Pertanyaan	Pre Test			Post Test		
		Ya	Ragu	Tidak	Ya	Ragu	Tidak
1	Apakah sebelumnya anda sudah pernah membuat <i>editing video</i> ?	15	0	5	20	0	0
2	Apakah anda mengerti manfaat <i>editing video</i> ?	14	2	4	19	1	0
3	Apakah anda pernah menggunakan video sebagai sarana promosi?	15	1	4	20	0	0
4	Apakah anda perlu media promosi?	20	0	0	20	0	0
5	Apakah anda pernah menggunakan Tiktok untuk <i>editing video</i> ?	5	0	15	20	0	0
6	Apakah anda memahami kegunaan aplikasi Tiktok?	5	0	15	20	0	0
7	Apakah anda tertarik menggunakan Tiktok?	20	0	0	20	0	0
8	Apakah anda perlu untuk mempelajari Tiktok untuk menambah kemampuan dalam melakukan promosi?	20	0	0	20	0	0
9	Apakah anda memahami secara garis besar cara menggunakan Tiktok?	5	0	15	20	0	0
10	Apakah anda memahami cara menggunakan menu navigasi di dalam aplikasi Tiktok?	5	0	15	20	0	0
11	Apakah anda nyaman menggunakan Tiktok menggunakan HP?	5	5	10	17	3	0
12	Apakah tutorial pembuatan konten dengan Tiktok ini bermanfaat bagi anda?	15	5	0	20	0	0
13	Apakah anda perlu menggunakan Tiktok untuk sarana promosi?	19	1	0	20	0	0
14	Apakah anda memiliki akun Tiktok?	5	0	15	20	0	0
15	Apakah anda pernah mengunggah video di Tiktok	5	0	15	20	0	0
16	Apakah anda puas dengan pelatihan ini?	13	7	0	20	0	0
17	Apakah anda akan selalu mempromosikan lewat Tiktok setelah pelatihan?	13	7	0	15	5	0
Rata-rata Responden		11,71	1,64	6,65	19,47	0,53	0
Persentase Responden		58,53%	8,24%	33,23%	97,35%	2,65%	0

Pada Tabel 2 diatas pertanyaan ke 7 dan 8 menjelaskan bahwa para peserta antusias dalam mengikuti pelatihan pembuatan konten menggunakan Tiktok. Pertanyaan ke-16 menjelaskan bahwa semua responden merasa puas dengan pelatihan ini. Kemudian pertanyaan ke-17 masih menunjukkan bahwa terdapat 5 responden yang masih ragu untuk selalu mempromosikan lewat Tiktok dikarenakan faktor usia yang rata-rata usia 50 tahun yang kesulitan beradaptasi dalam teknologi. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan PkM sukses dilaksanakan dengan tujuan untuk mempromosikan produk melalui konten Tiktok menggunakan video yang menarik telah tercapai. Pada pertanyaan 1 – 3 para peserta memang sudah memiliki kemampuan editing video karena sebelumnya tim USM juga telah melakukan pelatihan editing video menggunakan kinemaster dan diupload ke youtube. Hasil Analisa kuesioner berupa diagram batang terdapat pada gambar 4 berikut.



Gambar 4 Analisa Kuesioner PkM

Dari hasil evaluasi kuesioner terhadap 20 responden yang menjawab 17 pertanyaan pada Gambar 4 menghasilkan analisa bahwa terjadi peningkatan yang signifikan pada *post test* sebesar 97%. Artinya peserta PkM telah memahami materi pelatihan yang diberikan yaitu telah berhasil mengunggah konten Tiktok sebagai media promosi yang menarik.

Luaran kegiatan PkM ini menghasilkan pula poster kegiatan dan publikasi kegiatan pada media massa *online* yang terbit pada kanal berita Suara baru (<https://suarabaru.id/2023/10/03/tim-pkm-dosen-ftik-usm-beri-pelatihan-pengembangan-konten-tiktok>) dan kanal berita Media Aktual (<https://mediaaktual.id/2023/10/03/tim-pkm-usm-beri-pelatihan-pengembangan-konten-tiktok-ke-pelaku-umkm-kampung-jawi>). Kedua berita tersebut sama-sama terbit pada tanggal 3 Oktober 2023. Berikut dalam Gambar 5 dan Gambar 6 adalah luaran PkM lainnya yaitu berita pada media massa dan poster kegiatan PkM.



Gambar 5 Berita Pada Media Massa Online

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) pembuatan konten promosi bagi pelaku UMKM Kampung Jawi di Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang telah dilaksanakan dengan baik dan lancar. Peserta pelatihan sebanyak 20 peserta yang berasal dari pelaku UMKM Kampung Jawi. Peningkatan kemampuan peserta PkM ditunjukkan dengan peningkatan hasil kuesioner *pre test* dan *post test* sebesar 97,35% terhadap jawaban “YA” yang artinya peserta PkM telah memahami materi pelatihan yang diberikan. Dengan peningkatan

kemampuan pembuatan konten menggunakan Tiktok, maka hal ini dapat digunakan oleh pelaku UMKM Kampung Jawi sebagai media promosi barang atau jasa yang ditawarkan sekaligus mengajak banyak masyarakat untuk berkunjung ke daerah wisata tersebut. Diharapkan dari PkM ini akan terjadi peningkatan penjualan barang dan jasa bagi pelaku UMKM Kampung Jawi.

Saran yang dapat diberikan sehubungan dengan kegiatan PkM ini adalah diperlukan pemantauan dan keberlanjutan materi PkM agar pelaku UMKM Kampung Jawi semakin dapat meningkatkan kemampuan promosi dan *branding* produk. Kegiatan ini melatih pelaku UMKM Kampung Jawi secara mandiri untuk memanfaatkan konten Tiktok mereka sehingga dapat memperluas pangsa pasar. Pada kegiatan selanjutnya, tim pengabdian merekomendasikan pelatihan e-commerce dan manajemen strategi sehingga pelaku UMKM Kampung Jawi mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Semarang yang telah membiayai kegiatan pengabdian di Kampung Jawi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nasution, Winda, S. L. 2022. Digitalization of Marketing to Support MSMSs in the Midst of the Covid-19 Pandemic. *Abdimas Talenta*, No. 1, Vol. 7, 222-230. <https://talenta.usu.ac.id/abdimas/article/view/6546/4990>.
- [2] Arda, Mutia. 2019. Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Analisis SWOT. *Perwira (Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia)*, No. 1, Vol. 2, 61-69. <https://perwiraindonesia.com/eJournal/index.php/perwira/article/view/21/13>.
- [3] Rara, D. H. M. 2022. Media Sosial Sebagai Alternatif Penjualan Pengusaha Kain Jumputan Sutra Ditengah Pandemi Covid-19. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, No. 1, Vol. 2, 45-52, <https://doi.org/10.38043/parta.v2i1.3171>.
- [4] Tiwow, V. A., Amin, B. D., & Sulistiawaty, S. A. 2021. Pemanfaatan Media Sosial untuk Bisnis Online Bagi Kelompok Usaha Mikro. *SMART: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, No. 1, Vol 1, 32, <https://doi.org/10.35580/smart.v1i1.24436>.
- [5] Darmastuti, S., Juned, M., Ali, S., & Satrio, J. 2021. Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial dalam Strategi Marketing Bagi Karang Taruna Desa Panyirapan, Serang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)*, No. 3, Vol. 1, 83-92. <https://ejournal.pskp.or.id/index.php/jpm/article/view/18/19>.
- [6] Ahmad, N. S., Musa, R., & Harun, M. H. M. 2016. The Impact of Social Media Content Marketing (SMCM) towards Brand Health. *Procedia Economics and Finance*, No. 16, Vol. 37, 331-336, [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30133-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30133-2).
- [7] Chriswardana, B. D., Lina, A. S. 2021. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid – 19. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, No. 1, Vol. 12, 65-71. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah>.
- [8] Winda, P., Anis, E., Sri, N. 2023. Tiktok Sebagai Media Kreasi Oleh Konten Kreator Dalam Mempromosikan Produk. *Jurnal STIA Bengkulu Committee To Administration For Education Quality*, No. 2, Vol. 2, 99-114. <https://jurnal.stiabengkulu.ac.id/index.php/jsb/article/download/106/142/745>.
- [9] Kemala, D. 2023. Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital pada Aplikasi Tiktok Studi Kasus Akun Tiktok @zaaferindonesia. *Jurnal Penelitian Inovatif*, No. 2, Vol 3, 507-514. <https://doi.org/10.54082/jupin.189>.
- [10] Permatasari, V. I., Apriyanto, P., Putra, M. A., Asih, S. 2023. Penggunaan Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM di Desa Jendi, Kecamatan Girimarto. *MARTABE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, No3, Vol 6, 1135-1142. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/9827>.

- [11] Dinar, A. W., Siti A., Titin, W., 2022. Peningkatan Kemampuan Editing Video Untuk Promosi UMKM Kampung Jawi Sukorejo Semarang. *ABDIFORMATIKA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, No 2, Vol 2, 80-86. <http://abdiformatika.org/index.php/home/article/view/164/33>.