

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk Bank Sampah Pentul Asri Semarang

Toto Haryadi¹, Dimas Irawan Ihya' Ulumuddin², Erisa Adyati Rahmasari³, Puri Sulistiyawati^{4*}

^{1,2,3,4}Desain Komunikasi Visual, Universitas Dian Nuswantoro

E-mail: ¹toto.haryadi@dsn.dinus.ac.id, ²dimas.irawan@dsn.dinus.ac.id,

³erisa.adyati@dsn.dinus.ac.id, ⁴puri.sulistiya@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

“Pentul Asri” merupakan salah satu bank sampah di Kota Semarang yang telah mendapatkan dukungan dari Dinas Lingkungan Hidup. Sayangnya, saat ini kondisi bank sampah Pentul Asri masih stagnan. Sejak berdiri pada tahun 2015, kegiatan yang dilakukan oleh pengelola bank sampah belum mengalami perkembangan yang signifikan. Selama ini, kegiatannya fokus pada pengumpulan dan pengolahan sampah menjadi produk kerajinan yang kreatif dan bernilai jual, namun belum dipromosikan secara luas. Hal ini dikarenakan, mereka belum memahami fungsi media sosial seperti Instagram, WhatsApp, maupun Facebook dan belum memanfaatkannya sebagai media promosi yang potensial. Padahal, fungsi media sosial sangatlah luas, terutama dalam hal promosi. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, menjadi salah satu solusi untuk memberikan pelatihan kepada bank sampah “Pentul Asri” tentang pemanfaatan media sosial yang dapat digunakan sebagai media promosi produk unggulannya. Selama pelatihan berlangsung, seluruh peserta berhasil membuat iklan produk bank sampah yang diunggah ke akun Whatsapp atau Instagram melalui perangkat smartphone. Postingan tersebut juga dilengkapi dengan hashtag dan caption yang menarik.

Kata kunci: Bank sampah, media sosial, Pentul Asri, promosi

Abstract

“Pentul Asri” is one of the waste bank in Semarang city which had been supported by Environmental Office. Unfortunately, waste bank of Pentul Asri currently in a stagnant condition. Since its establishment in 2015, activities carried out by people who operate the waste bank did not have significant progress. They have been still focus on collecting and processing waste into creative and valuable handicraft products, but have not been promoted widely. It because they do not understand the function of social media such as Instagram, WhatsApp, or Facebook and use them as potential promotion media. Whereas, the function of social media is very broad, especially in terms of promotion. Through this community service activity, it become one of the solution to provide training for “Pentul Asri” waste bank about the use of social media that can be used as a promotion media for their valuable products. During the training, all participants succeeded in creating waste bank product advertisement that were uploaded to their Whatsapp or Instagram account using their smartphone devices. That posts also include interesting hashtags and caption.

Keywords: Waste bank, social media, Pentul Asri, promotion

1. PENDAHULUAN

Promosi merupakan suatu hal yang dibutuhkan dalam berbagai bidang. Promosi menjadi solusi untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa dengan fungsi yang beragam, mulai dari: menjaga reputasi, membentuk citra, meningkatkan keuntungan, hingga agar tetap bersaing dengan kompetitor [1]. Promosi dibutuhkan semua level usaha. Secara umum, tingkatan usaha bisa terdiri dari usaha perorangan, firma, CV, PT, hingga koperasi [2]. Peranan promosi saat ini bukan lagi hanya untuk ranah komersial, namun juga dibutuhkan dalam ranah sosial khususnya berbagai kegiatan masyarakat tingkat RT maupun RW. Dari beragam program atau kegiatan

sosial masyarakat, yang mendapat perhatian tinggi pemerintah pusat maupun kota saat ini yaitu program bank sampah.

Bank sampah merupakan salah satu program yang bertujuan meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan agar bersih dan sehat [3]. Pada awalnya, program bank sampah ditujukan untuk meningkatkan keaktifan peran serta ibu – ibu PKK dalam tingkat RT RW hingga kelurahan dalam menjaga kebersihan lingkungan. Seiring berjalannya waktu, kegiatan ini mulai diarahkan ke ranah komersial yakni untuk mendapatkan penghasilan melalui pengolahan sampah-sampah daur ulang menjadi produk layak jual. Data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan tahun 2023 menunjukkan bahwa bank sampah yang tersebar di seluruh Indonesia mencapai 25.540 unit[4]. Di Semarang yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia, jumlah bank sampah per Agustus 2023 mencapai 521 bank sampah, meningkat pesat dan naik lebih dari dua kali lipat dibanding tahun sebelumnya yang berjumlah 225 unit[5].

Kenaikan ini merupakan salah satu solusi dalam menghadapi predikat Indonesia sebagai salah satu negara penghasil sampah tertinggi, yang mana masih memiliki masalah dalam penanganannya. Di sisi lain, bank sampah dituntut bukan sekedar untuk mengelola sampah sebagai upaya mengurangi volume yang semakin bertambah setiap tahun, tetapi juga dituntut mampu mendayagunakan sampah menjadi sesuatu yang bernilai ekonomis. Hal ini sesuai dengan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan RI Nomor 14 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Sampah pada Bank Sampah, yang menekankan 4 (empat) fungsi utama bank sampah yakni sebagai: sarana mengolah sampah, sarana edukasi, perubahan perilaku dalam pengelolaan sampah, serta pelaksanaan ekonomi Sirkular[6].

Bank sampah “Pentul Asri” merupakan salah satu dari 521 unit bank sampah di kota Semarang yang perlu mendapat perhatian. Pada tahun 2022, bank sampah yang terletak di kelurahan Tinjomoyo Kecamatan Banyumanik ini memperoleh hibah dari Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Semarang tahun 2022 berupa kendaraan roda 3 sebagai alat transportasi serta rumah sebagai tempat operasional kegiatan. Salah satu hasil program bank sampah Pentul Asri yang patut dibanggakan yakni mengolah kertas dan kemasan bekas menjadi produk kerajinan tangan atau souvenir yang layak jual, seperti: tempat pensil, tas, wadah tisu, gantungan kunci, bunga hias, dan lain sebagainya.



Gambar 1. Rumah operasional bank sampah Pentul Asri dan kegiatan pemilahan sampah



Gambar 2. Contoh hasil kreasi bank sampah Pentul Asri

Meskipun memiliki produk kreasi yang unik dan layak jual, para penggerak bank sampah Pentul Asri belum bisa memaksimalkan potensi yang dimiliki. Berdasarkan observasi tim pelaksana pada bulan Juli 2023, produk – produk hasil kreasi bank sampah hanya ditaruh di dalam lemari kaca dan menjadi pajangan semata. Bersamaan dengan waktu tersebut, tim

pelaksana sebelumnya juga telah memberikan pelatihan foto produk dan katalog sebagai salah satu upaya untuk memperkenalkan produk olahan bank sampah Pentul Asri, dengan hasil berupa contoh foto – foto produk kerajinan yang dipotret menggunakan smartphone, serta contoh desain katalog produk yang dibuat menggunakan aplikasi Canva[7]. Sayangnya, dari pihak bank sampah Pentul Asri belum lagi mengembangkan ilmu yang telah diperoleh dan masih fokus hanya pada pengolahan sampah saja. Kondisi ini diperparah dengan hanya sedikit masyarakat yang mengetahui bahwa bank sampah Pentul Asri menghasilkan produk – produk yang layak jual, karena belum dipromosikan secara luas.

Sejauh ini, promosi yang telah dilakukan bank sampah Pentul Asri baru sebatas dari mulut ke mulut. Produk yang dihasilkan saat ini hanya dipesan oleh masyarakat yang kenal dengan pengelola bank sampah. Perkembangan media yang sangat pesat berdampak pada promosi konvensional dari mulut ke mulut mulai kurang relevan. Semestinya, pengelola bank sampah perlu memanfaatkan promosi yang tepat dan cepat menyebar ke calon konsumen, salah satunya yaitu promosi berbasis *online* melalui media sosial. Berdasarkan penelusuran tim pelaksana, bank sampah Pentul Asri sudah memiliki akun media sosial Instagram dengan postingan terakhir dilakukan pada 12 November 2020 dan hanya menyajikan foto contoh hasil kerajinan produk. Hal terpenting dalam menggunakan promosi online adalah menciptakan pesan yang persuasif dan efektif sehingga menarik perhatian konsumen yang lebih luas [8]. Perubahan cara promosi perlu dilakukan, yang mana kurang lebih satu dasawarsa yang lalu, media cetak semacam brosur masih menjadi pilihan utama untuk promosi dengan persentase mencapai 53,84% [9]. Para pelaku usaha masih banyak yang mengandalkan pemasaran secara konvensional, karena kemampuan para pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran relatif rendah [10]. Padahal sosial media memiliki akses yang mudah dan cepat sehingga memudahkan melakukan promosi produk karena jaringan internet yang tersebar luas dan tidak memiliki batasan ruang maupun waktu[11]. Dari beberapa jenis media sosial yang ada instagram memiliki komunitas pengguna indonesia yang cukup besar di asia pasifik dengan pengguna aktif 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang[8]. Instagram tidak hanya menjadi media sosial untuk hiburan saja namun juga dapat memberikan peluang besar dalam kegiatan bisnis.

Berdasarkan analisis situasi di atas, maka diperlukan kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial (Instagram) sebagai sarana promosi produk bank sampah Pentul Asri dengan harapan agar produk kerajinan tangan yang telah dihasilkan bisa dipromosikan secara lebih luas dan cepat. Selain itu, yang paling utama yaitu mendorong bank sampah Pentul Asri untuk bisa mengimplementasikan fungsi terakhir bank sampah yang belum tercapai, yakni pelaksanaan ekonomi Sirkular.

2. METODE

Upaya pelatihan yang diberikan kepada pengelola bank sampah pentul asri semarang terkait dengan pemanfaatan media sosial sebagai promosi produk dilakukan dengan beberapa tahapan, diantaranya :



Gambar 3. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

2.1 Tahap Analisis

Tahapan awal dalam kegiatan pengabdian ini dimulai dengan analisis kondisi lapangan. Yang mana tahapan ini diawali dengan koordinasi antara tim pelaksana dengan mitra yakni bank sampah Pentul Asri. Tujuan koordinasi ini yaitu untuk memahami permasalahan dan kebutuhan mitra sebagai langkah awal menentukan materi yang akan disampaikan. Adapun permasalahan yang menjadi kendala bank sampah pentul asri saat ini yaitu kurangnya promosi produk-produk yang sudah dihasilkan, sejauh ini promosi hanya dilakukan lewat mulut kemulut. Padahal bank sampah tersebut telah memiliki akun media sosial instagram namun sayangnya akun tersebut jarang digunakan untuk promosi produk karena kurangnya pemahaman anggota bank sampah dalam penggunaan media sosial. Berkat dari permasalahan tersebut maka diperoleh kesepakatan terkait dengan materi yang diberikan terkait dengan optimalisasi media sosial sebagai promosi produk bank sampah.

2.2 Tahap Perencanaan

Tahapan berikutnya tim pelaksana mempersiapkan administrasi kegiatan berkaitan dengan dokumen – dokumen yang dibutuhkan terkait ajuan dan awal pelaksanaan program seperti surat permohonan menjadi mitra, surat ketersediaan mitra, surat tugas pelaksanaan kegiatan pengabdian dari LPPM, serta surat undangan bagi peserta. Adapun peserta dari kegiatan pelatihan ini adalah seluruh anggota dan pengelola bank sampah pentul asri. Disamping itu tim juga mempersiapkan materi untuk pelatihan yang disesuaikan dengan kompetensi tim pelaksana. Materi yang dipersiapkan meliputi materi teori dalam bentuk slide dan materi untuk demonstrasi langsung dalam bentuk praktik

2.3 Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan yaitu tanggal 28 September 2024 di rumah operasional bank sampah pentul asri. Pertama-tama kegiatan yang dilakukan adalah pemaparan materi singkat tentang karakteristik media sosial dan rasio ukuran desain yang tepat untuk media sosial. Kemudian dilanjutkan dengan sesi praktikum membuat desain promosi yang menarik di media sosial, dan dilanjutkan dengan mengunggah postingan di instagram. Dalam pelaksanaan ini kegiatan diakhiri dengan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana proses kegiatan berjalan dan manfaat bagi mitra dan peserta kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam merealisasikan kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk bank sampah pentul asri dilakukan secara terjadwal dan terstruktur. Kegiatan ini diikuti oleh 12 peserta yang terdiri dari anggota pengelola bank sampah pentul asri. Adapun pelaksanaan kegiatan tersebut dibagi dalam 2 sesi, yang mana pada sesi pertama berisi pemaparan materi mengenai pentingnya promosi dan jenis – jenis media sosial yang bisa dimanfaatkan dengan mudah tanpa biaya, serta mengedukasi bagaimana merencanakan strategi promosi melalui media sosial sebagai langkah awal untuk lebih memperkenalkan produk – produk kerajinan bank sampah. Kemudian pada sesi kedua dilanjutkan dengan pendampingan dalam penyajian dan posting iklan yang sesuai dengan ketentuan media sosial beserta caption atau *copywriting* yang mendukung. Pada sesi kedua tersebut para peserta dipandu untuk memasakan produk yang telah dihasilkan bank sampah melalui postingan di media sosial (instagram) dan membuat caption yang dapat menarik interaksi dengan audience melalui perangkat smartphone dan akun media sosial masing-masing. Peserta sangat antusias dalam mengikuti pelatihan dari awal hingga akhir karena hal ini menjadi

pengalaman yang baru. Selama ini bank sampah dikelola oleh bapak-bapak dan ibu-ibu yang sudah cukup berumur, jadi meskipun bank sampah sudah memiliki akun media sosial namun cenderung tidak aktif, beberapa konten yang diposting adalah bagian dalam kegiatan pengabdian yang dilakukan sebelumnya dan tidak ada keberlanjutan. Hal tersebut karena kurangnya pemahaman para pengelola bank sampah dalam mempromosikan produk melalui media sosial. Dengan pelatihan ini pengelola bank sampah dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial yang sudah dimiliki dan dapat mendatangkan profit dari penjualan produk yang dapat digunakan dalam pengembangan bank sampah pentul asri. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan terlampir dalam gambar 4.

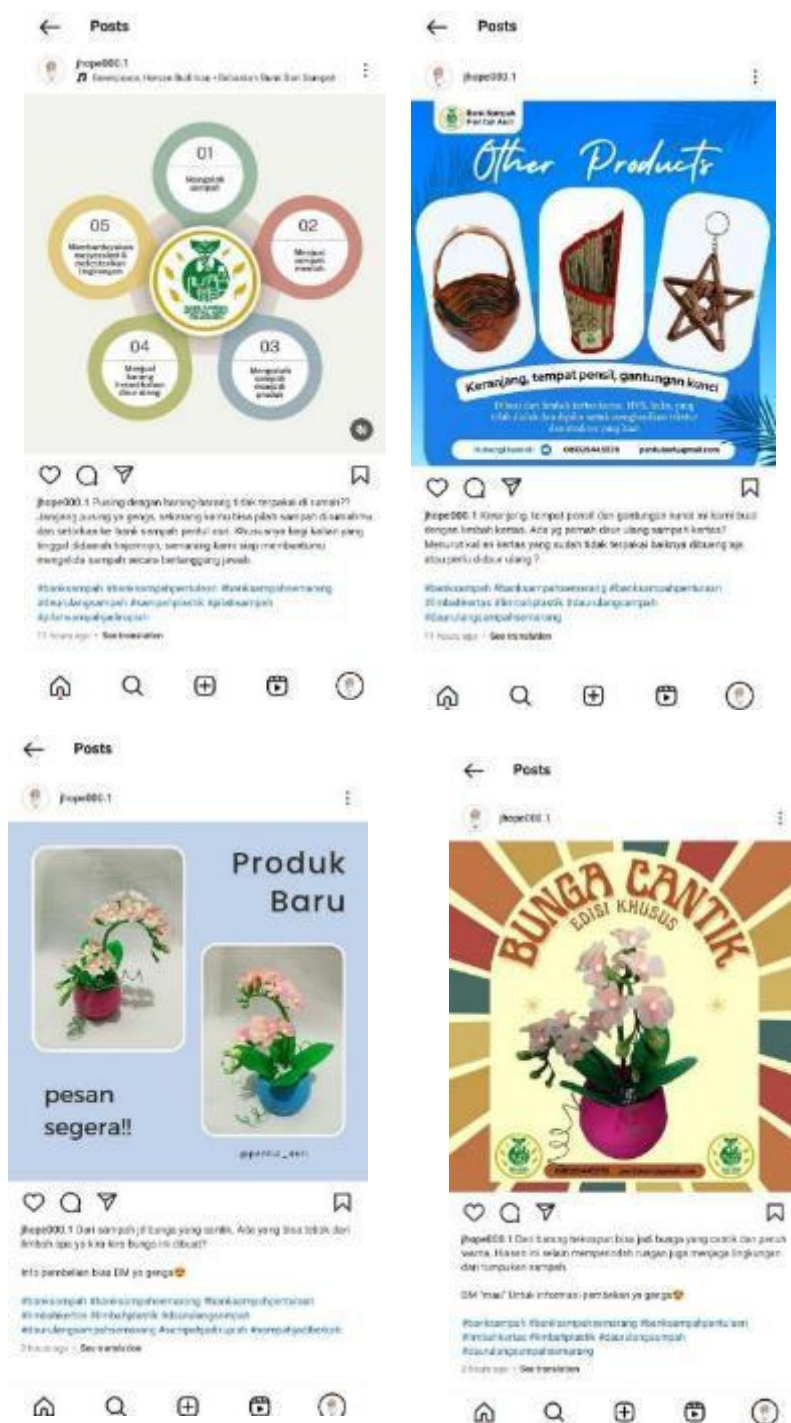


Gambar 4. Dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat

Media iklan yang digunakan sebagai konten untuk diposting pada media sosial memanfaatkan foto produk dan desain katalog yang telah dihasilkan pada kegiatan pelatihan sebelumnya yang ditunjukkan pada gambar 5. Gambar tersebut merupakan hasil produk dari bank sampah pentul asri yang difoto kemudian didesain dengan menggunakan canva.



Berikutnya media iklan yang sudah ada didistribusikan untuk diposting pada feeds media sosial instagram. Dalam proses ini peserta juga didampingi dalam membuat caption yang menarik agar dapat menciptakan interkasi dengan audience, hastag serta memberikan musik dan penandaan lokasi serta kolaborasi. Berikut hasil media iklan bank sampah pentul asri yang telah berhasil diposting pada media instagram. Adapun yang dipublikasikan adalah berkaitan dengan pengenalan pilar bank sampah pentul asri dan produk-produk daur ulang yang telah dihasilkan.

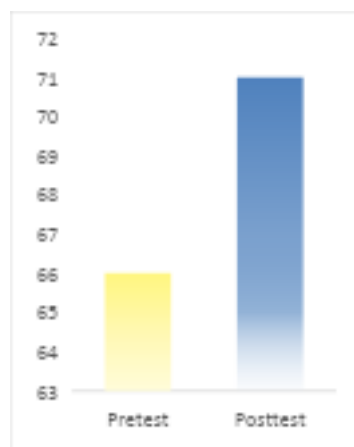


Gambar 6. Publikasi konten di media sosial instagram

Sebagai evaluasi untuk mengukur keberhasilan dari kegiatan yang dilakukan, sebelum pelatihan dimulai peserta diberikan pre-test dan diakhir kegiatan dalam bentuk post test. Hasil nilai pre-test dan post test ditunjukkan pada gambar 5. Test yang dilakukan terdiri dari 5

Pertanyaan seputar pemahaman dasar media sosial, adapun pertanyaan yang dibagikan adalah sebagai berikut :

- Q1. Berikut ini yang termasuk media sosial adalah (Facebook/Instagram/X(Twitter)/Whatsapp/Semua Benar)
- Q2. Ukuran rasio postingan di story whatsapp adalah (16:9/1:1/Semua benar)
- Q3. Ukuran rasio postingan di feed instagram adalah (16:9/1:1/Semua benar)
- Q4. Ukuran rasio postingan di Story atau Reels instagram adalah (16:9/1:1/Semua benar)
- Q5. Ukuran rasio posting di Facebook adalah (16:9/1:1/9:16/Semua benar)



Gambar 7. Hasil pre test dan post test

Dari diagram diatas diketahui bahwa hasil post test diperoleh nilai rata-rata yang lebih baik dibandingkan dengan nilai pre test. Yang hasil nilai rata-rata pretest 66 dan nilai rata-rata post test 70. Hasil tersebut menunjukkan adanya peningkatan pemahaman para pengelola bank sampah pentul asri mengenai pemanfaatan media sosial. Sedangkan dari hasil pengamatan yang dilakukan saat pendampingan penyajian dan posting iklan produk bank sampah di sosial media, seluruh peserta berhasil memposting iklan diakun masing-masing dan diikuti dengan caption atau copywriting serta hastag yang menarik.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat kepada pengelola bank sampah pentul asri berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan perancangan. Dari kegiatan tersebut dapat disimpulkan beberap hasil diantaranya 1). Meningkatnya pemahaman peserta mengenai pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai promosi produk bank sampah pentul asri. 2). Meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat *copywriwiting/caption* yang dapat meningkatkan interaksi dengan audience. 3). Peserta dapat mengunggah media promosi produk bank sampah yang menarik pada media sosial. Dengan pelatihan tersebut diharapkan para pengelola bank sampah lebih aktif lagi dalam penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk yang telah dihasilkan agar lebih dikenal dan dapat menghasilkan profit sehingga dapat dimanfaatkan untuk mendukung berbagai kegiatan pengelola bank sampah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) Universitas Negeri Dian Nuswantoro yang telah mendukung dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah berjalan di bank sampah pentul asri semarang, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hendrik Nuryanro, "Tujuan dan Fungsi Promosi: Fungsi, Jenis-jenis dan Manfaat," *Gramedia Blog*, 2023. <https://www.gramedia.com/literasi/tujuan-dan-fungsi-promosi/> (accessed Sep. 14, 2024).
- [2] S. Wibowo, *Petunjuk Mendirikan Perusahaan Kecil (edisi revisi)*. Depok: Penebar Swadaya, 2007.
- [3] R. R. E. Maryani, Dedeh and Nainggolan, "Isi_Buku_Bu_Dedeh_Revisi_14.docx(1)-halaman-1-2,20,51-52,89-90,127-128,236-237." pp. 236–237, 2019.
- [4] Nunu Anugrah, "Festival Peduli Sampah Nasional 2023: Solusi Kurangi Sampah Plastik." 2023. <http://ppid.menlhk.go.id/berita/siaran-pers/7225/festival-peduli-sampah-nasional-2023-solusi-kurangi-polusi-plastik> (accessed Sep. 16, 2024).
- [5] E. Y. Fajlin, H. tribunnews.com/2023/08/03/dlh-kota-semarang-targetkan-pengurangan-sampah-30-persen. Artikel ini telah tayang di [TribunJateng.com](https://tribunnews.com) dengan judul DLH Kota Semarang Targetkan Pengurangan Sampah 30 Persen, and P. E. Y. F. | E. Muslimah, "DLH Kota Semarang Targetkan Pengurangan Sampah 30 Persen," *Tribun Jateng*, 2023. [https://jateng.tribunnews.com/2023/08/03/dlh-kota-semarang-targetkan-pengurangan-sampah-30-persen#:~:text=Lebih lanjut%2C Bambang menyampaikan%2C sebelumnya,sudah ada 521 bank sampah](https://jateng.tribunnews.com/2023/08/03/dlh-kota-semarang-targetkan-pengurangan-sampah-30-persen#:~:text=Lebih%20lanjut%2C%20Bambang%20menyampaikan%2C%20sebelumnya,sudah%20ada%20521%20bank%20sampah) (accessed Sep. 16, 2024).
- [6] O. M. D. Lidia Br Tarigan, *PENGLOLAAN SAMPAH KREATIF*. Malang: Rena Cipta Mandiri, 2023.
- [7] E. A. Rahmasari, P. Sulistiyawati, T. Haryadi, D. I. I. Ulumuddin, and N. Rijati, "Pelatihan Desain Foto dan Katalog Produk Bank Sampah Pentul Asri Semarang," *Abdimasku J. Pengabd. Masy.*, vol. 6, no. 3, p. 1064, 2023, doi: 10.62411/ja.v6i3.1563.
- [8] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," *J. Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, 2019, doi: 10.34010/common.v3i1.1950.
- [9] A. Hasan, *Marketing dari Mulut ke Mulut: Word of Mouth Marketing*. Yogyakarta: MedPress, 2010.
- [10] L. D. Fitriani, Y. Herlambang C.P, N. Hasanah U.D, L. Purnamasari, G. Hudiwinarsih, and A. K. Riqqoh, "Pemanfaatan Social Media Marketing Tools Sebagai Sarana Pemasaran Produk UMKM," *J. Pengabd. UNDIKMA*, vol. 4, no. 3, p. 563, 2023, doi: 10.33394/jpu.v4i3.7828.
- [11] S. E. Ramadhani, D. A. Supangkat, and R. Febrianita, "Pemanfaatan Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Pada Masa Pandemi," *Sawala J. Pengabd. Masy. Pembang. Sos. Desa dan Masy.*, vol. 3, no. 1, p. 47, 2022, doi: 10.24198/sawala.v3i1.35094.