
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PENGENALAN PRODUK DAN POTENSI DESA TANJUNG KERANG KABUPATEN BANYUASIN

Kurniawan¹, Vira yunizka²

^{1,2} Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

Email: kurniawan@binadarma.ac.id¹, 191910014@binadarma.ac.id²

ABSTRAK

Desa Tanjung Kerang ini kebanyakan penduduknya adalah pendatang, karena daerah Kecamatan Babat Supat ini adalah transmigrasi pada tahun 1966. Penduduk pendatang yang tinggal di Desa Tanjung Kerang transmigrasi dari suku Bugis dari Sulawesi Selatan. Sedangkan penduduk transmigrasi yang berasal dari pulau Sumatera berasal dari Lahat, Sekayu, dan Banyuasin dan termasuk juga penduduk asli melayu sudah lama menetap tinggal dibagian Dusun I, Dusun II, Dusun III Dusun V, Media sosial digunakan sebagai strategi kegiatan pemasaran dengan Instagram. Karena media sosial merupakan salah satu cara yang ampuh untuk mempromosikan produk barang dan jasa melalui internet marketing. Caranya mudah sederhana tetapi memiliki efek yang luar biasa. Dengan 700 juta pengguna aktif setiap bulannya, kekuatan dan jangkauan Instagram memang tidak dapat disangkal. Instagram memang dimulai sebagai aplikasi foto sederhana. Tetapi Instagram telah mengalami banyak perubahan dan menjadi sebuah platform yang memungkinkan pengguna membangun identitas visual bisnis. Penting untuk diingat bahwa pengguna Instagram menghargai konten berkualitas tinggi. Desa tanjung kerang memiliki sumber daya alam yang berlimpah dan mempunyai masyarakat yang mudah untuk berkomunikasi maka dari itu penyusun tertarik untuk meneliti dan mengembangkan sumber daya alam yang ada didesa tersebut dengan adanya media social Instagram untuk mengembangkan usaha- usaha yang ada di desa tanjung kerang untuk memperluas pengenalan produk yang ada di Desa Tanjung Kerang.

Kata kunci: Pengenalan, Media Sosial, Instagram, Desa

ABSTRACT

Most of the inhabitants of Tanjung Kerang village are immigrants, because the Babat Supat sub-district was transmigrated in 1966. The immigrant population living in Tanjung Kerang village was transmigrated from the Bugis tribe from South Sulawesi. Meanwhile, the transmigration population originating from the island of Sumatra comes from Lahat, Sekayu, and Banyuasin and includes the indigenous Malays who have long lived in the Hamlet I, Dusun II, Dusun III Hamlet V. Social media is used as a strategy for marketing activities with Instagram. Because social media is a powerful way to promote goods and services through internet marketing. The method is simple, but has an extraordinary effect. With 700 million monthly active users, Instagram's power and reach is undeniable. Instagram did start out as a simple photo app. But Instagram has gone through many changes and become a platform that allows users to build a visual identity for businesses. It's important to remember that Instagram users value high-quality content. Tanjung Shell Village has abundant natural resources and has an easy community to communicate, therefore the authors are interested in researching and developing the natural resources in the village with Instagram social media to develop businesses in Tanjung Shell Village to expanding the introduction of existing products in Tanjung Kerang Village..

Keywords: Introduction, Social Media, Instagram, Village

PENDAHULUAN

Desa Tanjung Kerang terdiri dari 17 RT dan 7 Dusun. Dari 7 dusun yang ada salah satu diantaranya secara umum keadaan sosial ekonomi masyarakatnya cukup tertinggal dari dusun-dusun lainnya. Lingkungannya cukup memprihatinkan. Melihat keadaan yang ada maka akhirnya Dusun 7 Desa Tanjung Kerang dianggap perlu mendapat perhatian khusus. Maka melalui proses penelitian dan beberapa pertimbangan akhirnya disepakati bahwa dusun tersebut dijadikan sebagai Kampung KB yang pada tanggal 25 September 2017 telah diresmikan oleh Camat Kecamatan Rambutan.

Dalam sambutannya, selaku Camat Kecamatan Rambutan, dengan ditetapkannya dusun ini sebagai Kampung KB diharapkan mampu memberikan pemahaman yang benar terhadap berbagai program dan kegiatan yang dilaksanakan pemerintah kepada seluruh lapisan masyarakat antara lain semakin terpacunya masyarakat khususnya Dusun 7 untuk berperan aktif dalam mendukung tercapainya seluruh tujuan program pemerintah pusat, propinsi, kecamatan, kabupaten terutama dalam ber-KB serta menunjang program BKKBN. Namun dengan kaya raya nya sumber daya alam di desa ini, tidak selaras dengan pembangunan potensi alam dan sosial kemasyarakatan . Untuk potensi alam di Desa Tanjung kerang ini, bisa dibilang masih berpotensi untuk menjadi desa wisata. Karena lokasi desa ini termasuk perbukitan dataran tinggi dan rendah. Ada beberapa objek yang menurut saya sangat cocok untuk dijadikan tempat wisata, diantaranya dataran rendah yaitu di sebut dengan di laut yang ada sungai indah Selain potensi alam yang berpotensi untuk menjadi desa wisata, potensi sosial kemasyarakatan juga termasuk ke dalam pengembangan.

Desa Tanjung Kerang ini kebanyakan penduduknya adalah pendatang, karena daerah Kecamatan Babat Supat ini adalah transmigrasi pada tahun 1966. Penduduk pendatang yang tinggal di Desa Tanjung Kerang transmigrasi dari suku Bugis dari Sulawesi Selatan. Sedangkan penduduk transmigrasi yang berasal dari pulau Sumatera berasal dari Lahat, Sekayu, dan Banyuasin dan termasuk juga penduduk asli melayu sudah lama menetap tinggal dibagian Dusun I, Dusun II, Dusun III Dusun V, Dusun VI, Dusun VII, Dusun VII yang ada di Desa Tanjung Kerang. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan yang

dilakukan di desa Tanjung kerang sebagai Menambah pengetahuan tentang Potensi Pengembangan sumber daya alam dan usaha -usaha yang di jalankan di Desa Tanjung Kerang. Memberikan masukan pada pihak terkait yang dapat di kelolah sumber daya alam nya untuk menjadi sebuah produk untuk yang bisa di pasarkan melalui media social Instagram serta meningkatkan potensi desa tanjung kerang.

METODE PELAKSANAAN

Desa Tanjung Kerang adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Rambutan Yang berada dibagian selatan Kabupaten Banyuasin. Jarak tempuh wilayah Desa Tanjung Kerang dari Ibu Kota Kabupaten Banyuasin 86.00 km. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan melakukan analisis kuantitatif dan kualitatif. Data kualitatif yang berasal dari variabel sosial dianalisis. Penelitian ini juga berusaha menggambarkan kondisi kualitas perairan, daya dukung kawasan beserta kesesuaian kawasan secara umum dan tingkatan partisipasi masyarakat serta pilihan strategi pengelolaan kawasan.

Masalah pengolahan sumber daya alam di desa Tanjung Kerang cukup lah banyak sumber daya alam yang berlimpah termasuk salah satu nya kebun singkong mungkin bagi masyarakat desa tanjung kerang singkong hal yang bisa di perjual beli kan akan tetapi tidak untuk di olah serta tidak ada nya pendorong untuk pengolahan singkong dijadikan untuk sebuah produk unggulan desa tanjung kerang, Dengan ada nya bantuan kami di desa ini kami meyakini kan bahwa singkong yang di olah menjadi keripik singkong khas nya tanjung kerang akan di jadikan oleh – oleh yang merupakan produk keunggulan suatu desa tanjung kerang dan bernilai jual yang bisa menguntungkan masyarakat desa ,serta desa akan lebih terkenal berkat ada nya produk unggul ini ,Kami mengajak karang taruna desa tanjung kerang serta masyarakat desa tanjung kerang untuk ikut berpartisipasi untuk mengelolah keripik singkong ini jadi suatu produk unggul yang di jadikan oleh- oleh Desa Tanjung Kerang. Kegiatan ini dilakukan selama 3 bulan di Desa Tanjung Kerang Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin.



Gambar 1. Peta Desa Tanjung Kerang

Table 1 Jumlah Penduduk

No	Penduduk	Jumlah Jiwa
1.	Jumlah Penduduk Laki -Laki	1.254 Jiwa
2.	Jumlah Penduduk Perempuan	1.202 Jiwa
	Jumlah	2.456 Jiwa

HASIL DAN PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) merupakan suatu bentuk pengimplementasian ilmu yang telah di dapatkan oleh Mahasiswa di bangku perkuliahan. Hal tersebut dimaksudkan agar mahasiswa bisa menghadapi dunia kerja yang menanti setelah lulus dari perguruan tinggi, dimana dunia kerja menuntut berbagai kemampuan yang hanya bisa dipelajari jika mahasiswa terjun langsung ke masyarakat. KKN-T juga sebagai cara agar mahasiswa mampu berpikir kritis setelah melihat permasalahan lingkungan yang beragam, serta menemukan pemecahan yang sesuai.

Pelaksanaan dari program kerja ini adalah mahasiswa terjun secara langsung mengedukasi warga tentang strategi pemasaran melalui media online Instagram dan mem beritahu tentang bagaimana pemasaran produk agar produk bisa di kenal luas melalui

sosial media Instagram tentang mengenai personal branding di Kalangan Remaja maupun masyarakat serta umkm kecil yang ada di desa Tanjung Kerang .Kegiatan yang berlangsung untuk menjawab keresahan minim nya pengetahuan tentang instagram dan cara memperkenalkan luas suatu produk melalui media sosial Instagram di Desa Tanjung Kerang dan menarik minat pengetahuan , menumbuhkan kepercayaan diri dan rasa ingin tahu masyarakat . Mahasiswa mengajarkan bagaimana agar produk yang akan kita jual itu terkenal lebih dahulu melalui instagram , membuat kan Instagram , stragtegi pemasaraan melalui media sosial Instagram melakukan kegiatan ini selama beransur ansur di selama 2 bulan 1 minggu.

Berdasarkan rencana program kerja yang telah dibuat, dalam melaksanakan program kerja, waktu dan target pencapaian program kerja di usahakan sama dengan yang telah direncanakan. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan apabila antara pelaksanaan dengan rancangan terdapat perbedaan karena alasan tertentu. Perbedaan-perbedaan yang terjadi tersebut dapat berupa pergeseran waktu pelaksanaan program, penambahan atau pengurangan jumlah program kerja yang dilaksanakan. Adapun yang menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan program antara lain:

1. Kebutuhan Masyarakat.
2. Manfaat bagi tim pelaksana maupun bagi masyarakat sasaran.
3. Waktu yang tersedia.
4. Alat dan fasilitas yang tersedia
5. Pengetahuan dan kemampuan mahasiswa KKN-T.

Kegiatan KKN-T mulai dilaksanakan tanggal 24 Mei 2022. Sebelum penerjunan KKN-T, kegiatan awal adalah pembekalan yang dilaksanakan di Aula Universitas Bina Darma. Selanjutnya bimbingan dengan DPL dan DPK. Hasil bimbingan DPL adalah mahasiswa diminta untuk observasi langsung ke lokasi, observasi dilakukan untuk mempersiapkan proker yang akan dilakukan selama KKN-T Observasi yang dilakukan mencakup analisa mengenai keadaan sekitar Tanjung kerang dan potensi-potensi sumber alam yang ada di desa tanjung kerang.

Table 2. Jumlah Kartu Keluarga Berdasarkan Data di 2022

No	Kartu keluarga	Jumlah kk
1	Total kepala keluarga	106 kk
2.	Total kepala keluarga yang tidak mampu	330 kk
	Jumlah total kepala keluarga semua nya	667 kk

Table 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jumlah Penduduk

Mata Pencarian	Jumlah Orang
Petani	500 orang
Nelayan	27 orang
Buruh pabrik	6 orang
PNS	15 orang
Pegawai swasta	37 orang
Pedagang	201 orang
POLRI	4 orang
Bidan	4 orang
Perawat	4 orang
Pegawai lain	264 orang
Buruh tani	27 orang
Kepala desa	1 orang
Jumlah	1.090 orang

KESIMPULAN

Kegiatan KKN-Tematik di Desa Tanjung Kerang adalah suatu pengabdian kepada masyarakat Desa yang secara langsung diterapkan. Dengan bekerjasama membangun desa, meskipun tim tergolong lamban dan hanya memiliki sedikit waktu untuk berbagi, tetapi tim berupaya secara optimal untuk memberikan yang terbaik bagi desa, khususnya di Desa

Mentor tempat tim melakukan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T). Tidak sedikit pula masalah yang muncul dalam pengajaran. Beberapa permasalahan yang terjadi yaitu; kurangnya pengetahuan warga terhadap Instagram. Dari kompleksnya permasalahan dapat dimusyawarahkan agar tercapai cita-cita yang sesuai dengan kepentingan masyarakat banyak. Dengan demikian tidak akan terjadi kesenjangan sosial di masyarakat tersebut. Hasilnya adalah yang memiliki UMKM telah mengerti penggunaan Instagram tidak hanya untuk mengirim pesan atau pun mengunggah foto tetapi sekarang warga dan UMKM lainnya telah mengerti dan di praktikan kejualannya Instagram bisa di jadikan untuk ajak mempromosikan pengenalan produk di kemasyarakatan luas tidak hanya dari kota bahkan bisa sampai keluar negeri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karuniannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) di desa Tanjung Kerang, Kecamatan Rambutan, Kabupaten Banyuasin. Penulisan laporan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar S-1 ilmu komunikasi di Universitas Bina Darma Palembang.

Segala puji selalu dilimpahkan kehadirat Tuhan, karena berkat kasih sayang-Nya kita semua mampu menyelesaikan laporan KKN individu dengan baik. Pada kesempatan yang bahagia ini saya ingin menghaturkan banyak terima kasih khususnya:

1. Orang tua saya yang telah memberikan motivasi dan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan program Kuliah Kerja Nyata ini.
2. Ibu Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M. selaku rektor universitas bina darma Palembang
3. Camat dan instansi yang memberi kemudahan dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata
4. Ibu Dr. Ir. Hj. Ratu, Mutia Lela Caropeboka, M.S. selaku Dosen Pembimbing/

Pendamping Keilmuan (DPK)

5. Bapak Suefda, selaku Kepala Desa Tanjung Kerang
6. Kepala Dusun, Ketua PKK, Ketua adat, Karang Taruna dan perangkat perangkatDesa Tanjung Kerang
7. Bapak kurniawan, M.M.Kom selaku Dosen Pembimbing/Pendamping Lapangan (DPL)
8. Segenap warga Desa Tanjung Kerang
9. Semua pihak yang ikut membantu yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Laporan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan, namun penulis sudah berusaha

semaksimal mungkin untuk mengerjakan dengan kemampuannya, oleh karena itu, penulis meminta maaf jika terdapat hal yang tidak baik atau kurang berkenan, semoga laporan ini dapat menjadi karya yang bermanfaat bagi yang membaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Belinda, A., & Loisa, R. (2019). Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Partipost). *Prologia* (Vol. 3, No 1), 9-16.
- Boone, & Krutz, D. L. (2011). *Contemporary Marketing* (15th edition). SouthWestern: Cengage Learning.
- Breakenridge, D. K. (2012). *Social Media and Public Relations Eight New Practices For the PR Professional*. New Jersey: Pearson.
- Kumparan. (2018, Juli 20). *Social Media Monitoring and Evaluating*. Retrieved from <https://kumparan.com/nadya-pratiwi1532007110920/social-media->