

**MEREK DAN MEDIA SOSIAL MANAJEMEN PADA USAHA BATUR DEKORASI
DI KECAMATAN TEGALLALANG, KABUPATEN GIANYAR, BALI**

***BRANDING AND SOCIAL MEDIA MANAGEMENT FOR SMALL BUSINESS
INDUSTRY BATUR DEKORASI, KECAMATAN TEGALLALANG, GIANYAR, BALI***

Bagus Made Sabda Nirmala^{1*}, Pande Putu Gede Putra Pertama²⁾

¹⁾Fakultas Informatika dan Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali
email: sabda@stikom-bali.ac.id

²⁾Fakultas Informatika dan Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali
email: putrapertama@stikom-bali.ac.id²⁾

ABSTRAK

Batur Dekorasi Bali merupakan usaha yang berfokus pada dekorasi tradisional khususnya untuk upacara adat di Bali seperti Upacara Mepandes (pernikahan Bali) dan Upacara-upacara lainnya. Batur Dekorasi Bali atau BTR Dekorasi Bali melayani kebutuhan pelanggan dari sewa seperti gayor tradisional Bali, dekorasi ruangan, sewa tenda dan sewa kursi. Saat ini BTR sering menerima pemesanan dari kerabat. Branding logo belum dimiliki oleh BTR hingga manajemen media sosial juga belum dikelola dengan baik. Pengabdian ini bertujuan membantu usaha Batur Dekorasi Bali atau BTR untuk branding logo atau produk jasa mitra agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat. Selain itu juga diberikan penyuluhan berupa manajemen media sosial yang baik sehingga bisa membantu mitra lebih dikenal melalui dunia maya khususnya media sosial. Hasil yang dicapai pada pengabdian ini yaitu *redesign branding logo* usaha, sebagai media pengenalan atau awareness yang bisa digunakan dalam melakukan promosi media sosial *Instagram*. Selain itu dilakukan migrasi akun *instagram* dari personal ke business account *instagram*. Sebanyak 67% anggota mitra menyatakan bahwa pengabdian tentang branding dan manajemen media sosial *Instagram* bermanfaat untuk UKM mitra.

Kata kunci: *Dekorasi bali, Media sosial instagram, Branding logo*

ABSTRACT

Batur Dekorasi Bali is a small business that focuses on traditional decoration for example Balinese ceremonies such as Mepandes Ceremony (wedding). Batur Dekorasi Bali or BTR Dekorasi Bali serve the needs of customers from rentals such as traditional Balinese gayor, room decorations, tent rentals and chair rentals. Nowadays BTR often accepts orders from their partner who need rent tent or chair. Branding logo are not yet applied by BTR and social media management is also not well managed. This report aims to help Batur Decoration Bali or BTR businesses to branding their logos or service products to be better known by the public or prospect customer. In addition, counseling will also be given in the form of how to do social media management, so that it can help BTR to better known by the wider community through online media, especially instagram. The results achieved in this report are redesigning the business logo for branding purpose, as an awareness media that can be used in promotions through Instagram, migration from personal to business account. About 67% of member Batur Dekorasi Bali agree this event help them know better about branding and social media management.

Keywords: *Balinese Decoration, Social media instagram, Branding*

PENDAHULUAN

Globalisasi dan pasar bebas menjadi tantangan bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk terus bertahan. Derasnya arus

informasi dan semakin bebasnya kompetisi telah meningkatkan kesadaran konsumen dan pelanggan akan banyaknya pilihan produk barang dan jasa yang dapat dipilih. Apabila

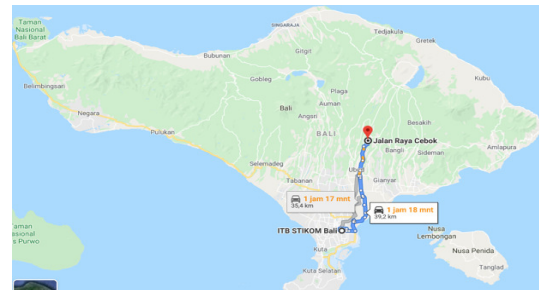
UKM tidak segera membenahi diri, maka UKM akan terancam kalah bersaing dan gulung tikar. Untuk itu, UKM perlu membenahi diri dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dan pelanggan [1],[2],[3].

Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan adalah potensi teknologi informasi. Teknologi informasi menawarkan banyak manfaat bagi UKM untuk meningkatkan produktivitas dan pemasarannya. Selain itu juga meningkatkan kesempatan UKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya [2], [4]. Salah satu teknologi informasi yang sedang berkembang pesat dan angkat berpotensi untuk mendorong kinerja UKM adalah media sosial. Media sosial seperti Instagram merupakan platform untuk berbagi ide, cerita dengan bentuk interaksi, komunikasi, dan berhubungan dengan orang lain melalui media digital [5]. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis[6], [7].

Dekorasi memiliki makna cukup luas dan memiliki keterkaitan dalam banyak hal, namun secara mudah ialah setiap bagian dari suatu tempat seperti contohnya, rumah, kamar, ruangan, panggung, teater, taman dan pelaminan yang dihias sebgas mungkin supaya terlihat menarik dan berbeda dari tempat di sekelilingnya. Dekorasi cenderung mengarah ke dunia seni dan hiburan.

Di Desa Kedisan khususnya di Banjar Cebok semua masyarakat yang berprofesi

sebagai pengerajin ukiran. Salah satunya adalah Ketut Juniarta yang memanfaatkan ukiran tersebut sebagai pelengkap dekorasi dalam upacara. Batur Dekorasi Bali merupakan usaha yang berfokus pada dekorasi tradisional khususnya untuk upacara adat di Bali. Lokasi BTR Dekorasi Bali terletak pada desa Cebok Kecamatan Tegallalang Kabupaten Gianyar, dimana jarak tempuh dari ITB STIKOM Bali ke tempat mitra sejauh 39.2 km ditempuh dengan waktu 1 jam 18 menit. Lokasi mitra dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Lokasi Mitra Batur (BTR) Dekorasi Bali

Batur Dekorasi Bali melayani kebutuhan pelanggan dari sewa seperti gayor tradisional Bali, dekorasi ruangan, sewa tenda dan sewa kursi. Saat ini Batur atau disingkat BTR sering menerima pemesanan tetapi belum memiliki branding logo oleh BTR hingga manajemen media sosial juga belum dikelola dengan baik oleh BTR Dekorasi Bali. Pada pemesanan barang yang tanpa logo BTR sangat rentan dengan tertukarnya peralatan sewa yang dimiliki oleh BTR. Selain itu sering peralatan sewa yang dimiliki BTR disewakan kembali oleh pihak kedua, jika tidak terdapat logo pada peralatan ini dapat mengakibatkan kerugian pada BTR.

Kerugian ini tidak saja kehilangan peralatan saja, tetapi berpengaruh pada cashflow usaha BTR Dekorasi Bali. Adapun beberapa foto kegiatan dari mitra, dapat di lihat pada gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan Mitra Batur Dekorasi Bali

Terdapat dua permasalahan yang terjadi di Batur Dekorasi, yaitu branding logo yang belum ada dan juga manajemen sosial media atau pemasaran yang belum dikelola secara baik seperti pada Instagram. Kedua permasalahan ini memiliki dampak yang cukup besar bagi usaha BTR (Batur) Dekorasi Bali ini

Adapun solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan semua permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Solusi yang dapat ditawarkan untuk mengatasi permasalahan pada Batur Dekorasi Bali adalah: a) Solusi pertama, membuat branding logo untuk identitas batur dekorasi dan mudah dikenali oleh masyarakat umum dan pemanfaatan teknologi tepat guna. Solusi kedua b) untuk permasalahan bidang pemasaran mitra membutuhkan solusi dengan menggunakan teknik Digital marketing. Digital marketing memungkinkan untuk dapat menjembatani antara masyarakat dengan Batur Dekorasi.

Pada Digital marketing ini merupakan cara untuk menggunakan sosial media sebagai sarana promosi.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Rencana kegiatan Pengabdian yang dilaksanakan meliputi: Kegiatan penyuluhan/sosialisasi **manajemen sosial media** dalam membantu meningkatkan awareness promosi digital pada jasa dekorasi yang dimiliki usaha Batur Dekorasi Bali Desa Cebok, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar.

Kegiatan pembuatan logo sebagai media **branding** usaha Batur Dekorasi Bali, sebagai sarana untuk memperkenalkan usaha Dekorasi yang dijalankan oleh Batur Dekorasi Bali.

Pemilihan mitra dilakukan dengan melakukan survei terlebih dahulu ke tempat mitra. melakukan wawancara terkait kelayakan dan kesiapan mitra untuk kegiatan pengabdian. Selain itu adapun peralatan dan bahan yang digunakan, peralatan dalam hal ini berupa software untuk membuat desain logo dan juga aplikasi Instagram untuk menunjukkan manajemen media sosial kepada mitra. Selain itu disiapkan juga alat tulis untuk dokumen dan juga foto sebagai kelengkapan pengabdian. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara atau diskusi dan kuisioner untuk mengetahui kebermanfaatan pengabdian yang dilakukan kepada mitra oleh pelaksana pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dimulai dengan pemberian materi tentang branding pada media sosial Instagram. Selain itu, dijelaskan juga materi tentang pentingnya logo branding untuk UKM sebagai media promosi atau pemasaran pada dunia online. Pemaparan pentingnya branding dalam usaha UKM dilanjutkan dan disampaikan lebih mendalam. Kepada Mitra, dijelaskan bagaimana pengaruh kuat sebuah branding yang mengakibatkan naiknya *awareness* terhadap sebuah produk atau usaha. Dampak baik sebuah branding dari logo, mengakibatkan dengan mudahnya banyak calon konsumen atau pengguna media sosial Instagram dalam mengenali brand UKM Batur Dekorasi Bali ini. Branding logo akan menggambarkan profesionalitas usaha UKM yang dijalankan di mata calon konsumen.

Kegiatan dilanjutkan dengan pembahasan desain, walaupun BTR (batur) Dekorasi Bali baru saja merealisasikan sebuah logo yang mereka gunakan sebagai pengenal usaha mereka, Mitra BTR Dekorasi Bali, masih merasa perlu dilakukan *re-branding* terhadap logo yang mereka gunakan. Alasan kuatnya dikarenakan logo yang awalnya mereka gunakan saat ini merupakan desain logo yang dibuat spontanitas untuk memasang label pada alat-alat dekorasi yang mereka miliki agar tidak tertukar dengan usaha Dekorasi lainnya. Foto – foto kegiatan pengabdian dan kegiatan mitra dapat dilihat pada gambar 3.

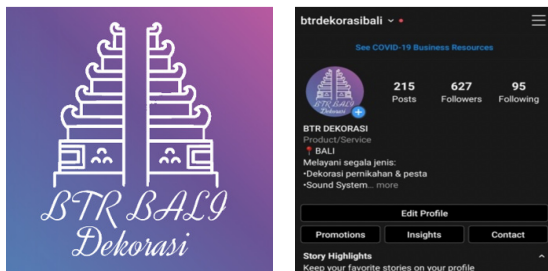


Gambar 3. Foto kegiatan pengabdian masyarakat, *branding* dan manajemen media sosial Instagram

Kegiatan selanjutnya, manajemen media sosial Instagram, dimulai dengan pemaparan pentingnya manajemen media sosial secara mendalam. Kepada Mitra, dijelaskan bagaimana pengaruh kuat sebuah media sosial yang mengakibatkan naiknya *awareness* terhadap sebuah produk atau usaha. Dampak baik manajemen media sosial, mengakibatkan dengan mudahnya banyak calon konsumen atau pengguna media sosial Instagram dalam mengenali brand UKM Batur Dekorasi Bali ini. Sosial media akan menggambarkan seberapa aktif sebuah UKM, secara tidak langsung menunjukkan profesionalitas usaha UKM yang dijalankan di mata calon konsumen. Kegunaan instagram saat ini untuk membantu memasarkan produk UMKM. Selain itu, pemasaran menggunakan

Instagram masih bisa dilakukan tanpa biaya yang harus keluar. Selain itu dijelaskan juga pemanfaatan pemasaran digital menggunakan Instagram dan contoh hasil dampak positif yang bisa dihasilkan dari pemasaran melalui Instagram.

Selanjutnya diberikan informasi bagaimana melakukan post yang menarik. Posting sebaiknya merepresentasikan produk BTR Dekorasi yang disewakan, yang mencakup foto-foto pemasangan dekorasi dari BTR Dekorasi. Posting yang menarik akan menjadi media pemasaran secara tidak langsung, dan dapat meningkatkan awareness dan trust dari calon konsumen. Mitra diberikan informasi untuk memanfaatkan Instagram sebagai *business account*. Dilanjutkan melakukan *upgrade* dari *personal* ke *business account*, sehingga UKM BTR Dekorasi Bali mampu melakukan *promote post*, memperoleh *insight*, sehingga hal ini akan memudahkan proses strategi pemasaran produk. Gambar 4 menunjukkan desain baru logo mitra dan juga implementasi logo pada *business account* Instagram mitra.



Gambar 4. Desain baru logo dan *business account* pada media sosial Instagram mitra

Selanjutnya, dijelaskan juga penentuan jadwal posting. Ini merupakan hal yang sangat penting dalam sosial media *marketing*.

Mitra diajarkan harus posting di jam tertentu dimana banyak pengguna Instagram yang akan online. Jadwal posting terbaik yang digunakan pada mitra dapat dilihat pada tabel 1.

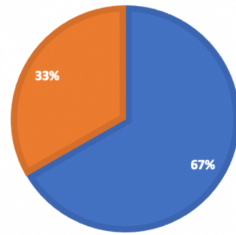
<i>Post</i>	Jam
Pagi	10.00
Siang	13.00
Malam	20.00

Tabel 1. Jadwal posting di instagram

Selain itu, juga dijelaskan strategi penggunaan hashtag. Ini merupakan strategi hasil riset yang telah dilakukan dan telah berhasil mampu meningkatkan follower. Tips penggunaan hashtag adalah sebagai berikut: a) Pilih *hashtag* yang memiliki 10.000 jumlah post. b) Pilih *hashtag* Maksimum 1.000.000 jumlah post waktu. c) Lakukan riset *hashtag group* sebanyak mungkin. Sebagai contoh 4 *group hashtag*. d) Pilih *hashtag* yang relevan di setiap *post*. e) Kombinasi hasil riset *hashtag*. Karena *hashtag* berfungsi sebagai kata kunci di Instagram. f) Bagi *hashtag* jadi 3 kategori dan Lakukan *Update hashtag* di setiap bulan agar tetap relevan.

Dilanjutkan dengan tahap evaluasi, mitra beserta penyelenggara pengabdian masyarakat berdiskusi terkait penyuluhan yang telah diberikan. Mitra ada yang menanyakan tentang hal penjadwalan posting Instagram yang harus dijadwalkan pada waktu-waktu tertentu seperti pada tabel 1. Selain itu peserta juga menanyakan tentang

seberapa pentingnya strategi hashtag dan diberikan kiat-kiat penggunaan hashtag.



Gambar 5. Hasil kuisisioner yang telah diberikan kepada mitra UKM BTR Dekorasi Bali

Berikut hasil kuisisioner yang telah diberikan kepada mitra. Sebanyak 67% dari anggota mitra menyebutkan bahwa pengabdian tentang branding dan manajemen media sosial Instagram bermanfaat untuk UKM mitra.

KESIMPULAN

- a) Mitra pengabdian UKM BTR (Batur) Dekorasi Bali memiliki antusias yang baik untuk mempelajari tentang manajemen media sosial instagram dan branding logo mitra sebagai sarana meningkatkan *awareness* calon konsumen BTR Dekorasi Bali.
- b) Peserta mendapatkan informasi melakukan *upgrade* ke *business account* dan peserta mendapatkan informasi menentukan jadwal *post* dan strategi *hashtag* yang baik. Hal ini dapat mengefisienkan strategi pengelolaan media sosial *Instagram* mitra.
- c) Sebanyak 67% anggota mitra menyatakan bahwa pengabdian tentang branding dan manajemen media sosial Instagram bermanfaat untuk UKM mitra.

SARAN

Adapun saran dari pengabdian masyarakat ini adalah mitra menginginkan

agar penyuluhan ini dapat dilakukan secara berkelanjutan sehingga mitra merasakan dampak positif dari pengabdian ini dan mampu memanfaatkan lebih jauh media sosial untuk hal-hal positif termasuk pengembangan usaha yang sedang dijalankan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali dan LPPM ITB STIKOM Bali atas pendanaan sehingga pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Terima kasih juga kepada mitra UKM Batur Dekorasi Bali di kecamatan Tegallalang Gianyar sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu kegiatan.

REFERENSI

- [1] I. M. S. Yoga, N. P. D. P. Korry, and N. M. D. R. Yulianti, "Information technology adoption on digital marketing communication channel," *Int. J. Soc. Sci. Humanit.*, 2019.
- [2] M. Ghobakhloo, M. Sadegh Sabouri, T. Sai Hong, and N. Zulkifli, "Information Technology Adoption in Small and Medium-sized Enterprises; An Appraisal of Two Decades Literature," *Interdiscip. J. Res. Bus.*, 2011.
- [3] M. Saravanakumar and T. SuganthaLakshmi, "Social media marketing," *Life Sci. J.*, 2012.
- [4] M. S. Neti, "Compu ting and Business Systems," *Int. J. Enterp. Comput. Bus. Syst.*, 2011.
- [5] A. Arora, S. Bansal, C. Kandpal, R. Aswani, and Y. Dwivedi, "Measuring social media influencer index- insights from facebook, Twitter and Instagram," *J. Retail. Consum. Serv.*,

- [6] vol. 49, no. January, pp. 86–101, 2019. [7] S. Edosomwan, S. K. Prakasan, D. J. Kuzma, V. Bell, and C. Logue, “A Study of the Use of Social Media Marketing in the Football Industry.,” *J. Emerg. Trends Comput. Inf. Sci.*, 2014. Kouame, J. Watson, and T. Seymour, “The History of Social Media and its Impact on Business,” *Management*, 2011.