

## **Sosialisasi Dan Pelatihan Praktis Pemanfaatan Media Sosial (Facebook) Untuk Memasarkan Hasil Budidaya Ikan Pada Kelompok Pembudidaya Pintu Air, Kampung Jampang, Kabupaten Bogor**

Rudhy Ho Purabaya<sup>1</sup>, Artika Arista<sup>2</sup>, Ruth Bunga Wadu<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ilmu Komputer

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

email: [rudhy.purabaya@upnvj.ac.id](mailto:rudhy.purabaya@upnvj.ac.id), [artika.arista@upnvj.ac.id](mailto:artika.arista@upnvj.ac.id),  
[ruthbungawadu@upnvj.ac.id](mailto:ruthbungawadu@upnvj.ac.id).

Jl. Rs. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12450, Indonesia

### Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul Sosialisasi dan Pelatihan Praktis Pemanfaatan Media Sosial (*Facebook*) untuk Memasarkan Hasil Budidaya Ikan pada Kelompok Pembudidaya Pintu Air, Kampung Jampang bertujuan untuk 1) melaksanakan sosialisasi dan pelatihan praktis pemanfaatan media sosial (*facebook*) untuk memasarkan hasil budidaya ikan; 2) meningkatkan kemampuan memasarkan hasil budidaya ikan dengan menggunakan media sosial (*facebook*); dan 3) memperluas jaringan pemasaran hasil budidaya ikan. Selain tujuan tersebut di atas, kegiatan ini juga bermanfaat bagi para pembudidaya dalam mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pengetahuan, sikap, dan keterampilan pembudidaya memanfaatkan media sosial (*facebook*) sebagai sarana memasarkan hasil budidaya ikan. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, demonstrasi, dan pelatihan praktis (tutorial) sehingga memudahkan pembudidaya dalam memahami dan mampu mengoptimalkan media sosial *facebook* sebagai sarana memasarkan hasil budidayanya. Target capaian dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan kelompok pembudidaya ikan air tawar dalam memasarkan hasilnya dengan memanfaatkan media sosial (*facebook*), serta memperluas jaringan pemasaran hasil budidaya ikan air tawar.

Kata kunci: Sosialisasi dan Pelatihan Praktis, Media Sosial (Facebook), Pemasaran, Budidaya Ikan

## **1 PENDAHULUAN**

Kampung Jampang, kecamatan Kemang, kabupaten Bogor merupakan salah satu desa yang memiliki 17 kelompok pembudidaya ikan air tawar di mana setiap kelompok terdiri dari 10 orang anggota. Salah satu kelompok pembudidaya ikan di desa Jampang ini bernama Kelompok Pertanian dan Perikanan "Pintu Air" yang disahkan dengan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0055952.AH.01.07. TAHUN 2016 Tentang Pengesahan Pendirian Badan Hukum Perkumpulan POKDAKAN PINTU AIR dan dikukuhkan dengan Keputusan Kepala Desa Jampang Nomor: 523.3/01/Kpts/Huk/XI/2016 Tentang Pengukuhan Kelompok Pertanian dan Perikanan "Pintu Air" Desa Jampang Kecamatan Kemang. Aktivitas POKDAKAN saat ini lebih memfokuskan kepada budidaya ikan dibandingkan pertanian, karena lahan pertanian di desa Jampang saat ini sudah semakin terbatas lahannya. Fokus terhadap budidaya ikan, baik ikan konsumsi maupun ikan hias, POKDAKAN telah menunjukkan hasil panen yang sangat signifikan. Pada tahun 2022, kelompok pembudidaya ikan ini telah memanen ikan lele, ikan nila dan ikan hias yang bisa dijual dengan rincian seperti terdapat pada Tabel 1. di bawah ini.

**Tabel 1. Hasil Komoditas Pembudidaya Ikan**

No.	Jenis Ikan	Jumlah Hasil Panen	Rata-rata Waktu Panen
1.	Ikan Lele	3 ton	2 bulan
2.	Ikan Nila	4 ton	4 bulan
3.	Ikan Hias (Koi, Koki, Manfish, Guppy, dan Lohan)	10.000 ekor	1 – 3 bulan

Sumber: Ketua Kelompok Pembudidaya Ikan Pintu Air, 2023

Dari data yang terdapat pada kedua tabel tersebut di atas menunjukkan, bahwa kelompok pembudidaya ikan Pintu Air memiliki potensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa maupun meningkatkan pendapatan asli desa. Peningkatan kesejahteraan tersebut tentunya harus diupayakan dengan berbagai cara yang sifatnya mendidik, salah satunya adalah dengan memberikan pelatihan memanfaatkan media sosial untuk memasarkan hasil budidayanya. Berbagai bentuk media sosial, mulai dari forum maupun situs jejaring sosial telah memberikan sarana bagi pengguna untuk berinteraksi sekaligus berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sosial secara virtual. Semakin sering pengguna berinteraksi melalui media sosial, maka akan semakin kuat ikatan relasi di antara pengguna. Dengan demikian, ikatan relasi yang kuat tersebut diharapkan dapat menjadi media komunikasi dalam memasarkan sebuah produk, baik itu barang maupun jasa. Sebuah produk akan lebih efektif dipasarkan dan dipromosikan oleh pengguna melalui media sosial. Oleh karena itu, pengabdian melakukan pengabdian dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan praktis pemanfaatan media sosial (*facebook*) untuk memasarkan hasil budidaya ikan pada kelompok pembudidaya Pintu Air kampung Jampang, kecamatan Kemang, kabupaten Bogor.

## 2 METODOLOGI KEGIATAN

Sebelum melaksanakan kegiatan, pengabdian melakukan observasi ke kampung Jampang, kecamatan Kemang, kabupaten Bogor pada tanggal 16 Januari 2023. Selain observasi pengabdian juga melakukan wawancara dengan ketua kelompok pembudidaya, yaitu bapak Umar Hamzah. Dari hasil wawancara, pengabdian mendapatkan data-data dan berbagai masalah yang dihadapi para pembudidaya, yaitu diantaranya adalah kendala memasarkan hasil budidaya. Pada tanggal 6 Mei 2023, pengabdian melaksanakan pengabdian melalui proses pelatihan dengan menggunakan video tutorial dan modul praktis memasarkan hasil budidaya melalui pemanfaatan media sosial, yaitu facebook. Pasca sosialisasi dan pelatihan praktis, pengabdian melakukan evaluasi melalui tanya jawab dengan beberapa perwakilan pembudidaya, dan hasil tanya jawab tersebut menunjukkan peningkatan kemampuan pembudidaya dalam menggunakan facebook untuk memasarkan hasil budidayanya.

## 3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam 3 (tiga) tahapan, yaitu:

### 3.1. Tahap persiapan

Tahap ini pengabdian melakukan survei ke lokasi pengabdian, yaitu kampung Jampang dengan subjek para pembudidaya ikan air tawar untuk melakukan identifikasi masalah mitra. Dari hasil identifikasi masalah, pengabdian melakukan rumusan masalah dan mengembangkan solusi penyelesaian masalah.

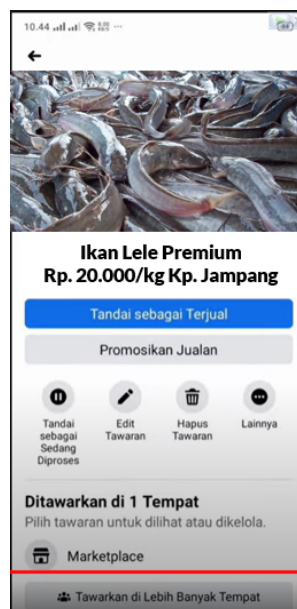
### 3.2. Tahap pelaksanaan

Tahap ini pengabdian merancang dan menyusun *storyboard* untuk pembuatan video pelatihan

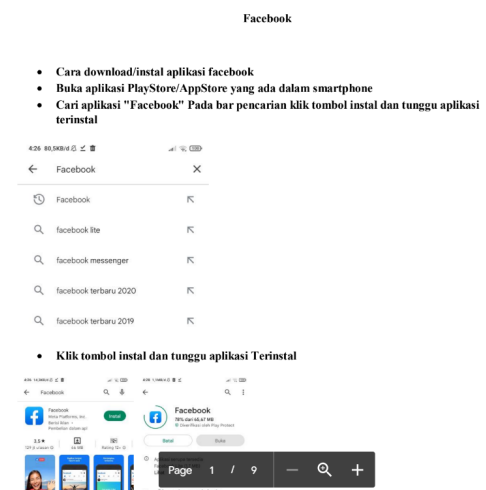
praktis dan modul pelatihan praktis pemasaran hasil budidaya dengan memanfaatkan media sosial (facebook) untuk diberikan kepada peserta pelatihan. Metode kegiatan yang dilaksanakan dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan praktis ini dilakukan dengan menggunakan video tutorial dan penjelasan (ceramah) penggunaan modul pelatihan praktis pemasaran hasil budidaya dengan memanfaatkan media sosial (facebook). Video tutorial dan modul yang telah dibuat diunggah di Youtube [<https://youtu.be/zmIVZysOnM8>], sehingga memudahkan untuk diakses di manapun dan kapanpun.



**Gambar 1. Cover Video Tutorial Sosialisasi dan Pelatihan Praktis Pemanfaatan Media Sosial (Facebook) untuk Memasarkan Hasil Budidaya Ikan**



**Gambar 2. Contoh sampel toko yang dibuat menggunakan Media Sosial Facebook**



**Gambar 3. Modul Pelatihan**



**Gambar 4. Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan Praktis Pemanfaatan Media Sosial (Facebook) untuk Memasarkan Hasil Budidaya Ikan pada Kelompok Pembudidaya Pintu Air**

### 3.3. Tahap Evaluasi

Setelah menyaksikan sampai selesai video tutorial dan membaca modul pelatihan praktis pemanfaatan, maka hasilnya menunjukkan bahwa para pembudidaya telah meningkatkan pengetahuannya dalam memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran yang efektif dan efisien.

## 4 KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan praktis pemanfaatan media sosial (facebook) untuk memasarkan hasil budidaya ikan pada kelompok pembudidaya Pintu Air, Kampung Jampang, kabupaten Bogor dengan menggunakan video tutorial dan modul pelatihan praktis pemasaran hasil budidaya ikan dengan memanfaatkan media sosial (facebook) telah memberikan dampak bagi para pembudidaya ikan dalam meningkatkan penjualan hasil budidayanya.

## **Referensi**

- Arista, A., Purbaya, M. E., & Ngafidin, K. N. M. (2021). Digital business roadmap webinar: Exploring creative digital business idea. *Community Empowerment*, 6(12), 2193–2199. <https://doi.org/10.31603/ce.6290>
- Benkler, Y. (2012). *Sharing Nicely*. In *The Social Media Reader*. New York: New York University Press.
- Khandaker, U. M. et al. (2019). Elevated concentration of radioactive potassium in edible algae cultivated in Malaysian seas and estimation of ingestion dose to humans. *Algal Research*. Elsevier, 38 (Desember 2018), p. 101386. doi: 10.1016/j.algal.2018.101386.
- Tuten, Tracy L. (2008). *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. Greenwood Publishing Group.
- Yanuarti R. C., Anwar, E. and Hidayat T. (2017). Profil Fenolik dan Aktivitas Antioksidan dari Ekstrak Rumpun Turbinaria conoides and Eucheuma Cottonii. 20, pp. 230–237.