

Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Promosi Kegiatan Desa Kota Batu Bogor

Hananda Priyandaru¹, Sifa Fauziah², Sefrika Entas³, Aprilia Puspasari⁴

Universitas Bina sarana Informatika,

Sistem Informasi Akuntansi

Jl. Kramat Raya No.98, RW.9, Kwitang, Kec. Senen,
Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

e-mail:

hananda.hnn@bsi.ac.id, sifa.saz@bsi.ac.id,

sefrika.sfe@bsi.ac.id, aprilia.alp@bsi.ac.id

Info Artikel

Diterima:10-04-2023

Direvisi:18-04-2023

Diterbitkan:19-04-2023

Abstrak- Pemanfaatan media sosial TikTok telah menjadi sebuah tren dalam promosi dan pemasaran di masa kini. Desa Kota Batu Bogor sebagai suatu wilayah yang ingin meningkatkan promosi kegiatan desanya, dapat memanfaatkan TikTok sebagai sarana untuk mempromosikan kegiatan-kegiatan desa yang diadakan oleh pemerintah atau masyarakat setempat. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana promosi kegiatan desa di Kota Batu Bogor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan mengumpulkan data melalui wawancara terhadap pengelola media sosial dan pemerintah desa serta observasi pada konten TikTok yang berkaitan dengan kegiatan desa di Kota Batu Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok mampu menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan kegiatan desa di Kota Batu Bogor. Beberapa kegiatan desa yang telah diunggah di TikTok mendapat respon positif dari pengguna TikTok, dengan adanya peningkatan jumlah like, komentar, dan share pada setiap video yang diunggah. Selain itu, TikTok juga memberikan kesempatan bagi masyarakat desa untuk turut serta dalam pembuatan konten, sehingga dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan desa.

Kata Kunci: Media Sosial, Aplikasi Tik Tok, Sarana Promosi

Abstracts . Utilization of social media TikTok has become a trend in promotion and marketing today. Batu City Village, Bogor as an area that wants to increase the promotion of its village activities, can use TikTok as a means to promote village activities held by the government or the local community. This research aims to explore the use of TikTok social media as a means of promoting village activities in Batu City, Bogor. The research method used is a qualitative descriptive method, by collecting data through interviews with social media managers and the village government as well as observations on TikTok content related to village activities in Batu Bogor City. The results of the study show that TikTok can be an effective tool for promoting village activities in Batu City, Bogor. Several village activities that have been uploaded on TikTok have received a positive response from TikTok users, with an increase in the number of likes, comments and shares on each uploaded video. In addition, TikTok also provides an opportunity for village communities to participate in creating content, so as to increase community participation in village activities.

Keywords: Social Media, Tik Tok Application, Promotion Means.

I. PENDAHULUAN

Indonesia saat ini berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerjasama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mendapatkan bahwa sebanyak 171,17 juta jiwa atau bila dipersentasekan sekitar 64,8 % penduduk Indonesia merupakan pengguna Internet. Angka yang sangat besar ini tentunya membuat masyarakat Indonesia mengalami perubahan budaya dalam bermedia saat ini, karena tentunya terdapat peralatan dan prosedur baru yang akan diadaptasi oleh masyarakat itu sendiri dalam penggunaannya (Anggraini 2015). Perubahan budaya bermedia tersebut membuat masyarakat saat ini banyak bermedia dengan menggunakan perangkat gawai yang semakin canggih di era konvergensi saat ini, berdasarkan data dari We are Sosial di tahun 2020 didapatkan mobile phone (96%) dan smartphone (93%) menjadi gawai yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia yang berkisar usia 16-64 tahun (Wardhani 2022).



Pada 2020 ini juga tercatat pengguna sosial media di Indonesia mengalami kenaikan sekitar 10 juta jiwa dari tahun sebelumnya, yakni tercatat sebanyak 160 Juta orang Indonesia yang aktif di sosial media pada tahun 2020. Pada tahun 2020 ini di Indonesia, sosial media yang mengalami perkembangan pesat salah satu media sosial yang sedang tren dan diunggah oleh orang banyak adalah TikTok. Aplikasi TikTok kini banyak digandrungi masyarakat (Haryanto 2020). Aplikasi TikTok kini banyak digandrungi masyarakat. Tiktok menjadi salah satu media digital marketing yang digunakan oleh para pengguna pelaku bisnis (Bulele 2020). Tak hanya kaum muda, aplikasi ini juga banyak digunakan generasi lebih tua (Wardhani 2022). Aplikasi Tiktok pada saat ini memang sering digunakan sebagai pemasaran digital. Misalnya, promosi sebuah produk terbaru, produk make up, promosi tempat nongkrong atau café dan yang lainnya (Priatama et al. 2021).

Tiktok merupakan salah satu media sosial yang memberikan tempat kepada para penggunanya untuk bisa berekspresi serta berkreatifitas melalui konten video (Rasyid 2020). Para pengguna Tiktok ini kebanyakan berasal dari kalangan remaja serta dewasa muda (sekitar 16-24tahun). Dimana mereka adalah audien yang tepat dan produktif untuk menyerap informasi di Tiktok yang mana tidak hanya konten pemasaran tetapi juga konten berita, pengumuman, kampanye, gerakan sosial dan sebagainya yang sangat potensial guna menyampaikan pesan ke audien dengan benar (Rasyid 2020). Staff desa merupakan bagian dari pemerintahan yang bertugas pada pelayanan publik yang bertanggung jawab terhadap pelayanan kepada masyarakat dimana tempat dia bertugas, seorang staff desa juga ikut dalam membantu tugas yang dijalankan oleh seorang kepala desa dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat setempat, oleh sebab itu seluruh staff desa juga diwajibkan mempunyai sebuah komitmen, keahlian, keterampilan, perasaan dan perhatian yang tulus serta juga memerlukan sebuah rasa peduli yang tinggi oleh seorang staff desa guna melaksanakan tugasnya yaitu melayani masyarakat (Muzakkir n.d.). Dengan tujuan agar masyarakat yang dilayani mendapatkan rasa yang nyaman dan puas dalam pelayanan yang telah dilakukan dari staff desa tersebut sehingga dapat memberikan solusi terhadap segala permasalahan yang terdapat di desa tersebut (Angraini 2015).

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran telah menjadi tren yang semakin populer di berbagai bidang, termasuk di bidang pemerintahan. Dalam upaya meningkatkan promosi kegiatan desa, media sosial TikTok dapat dijadikan sebagai sarana yang efektif untuk memperkenalkan kegiatan-kegiatan desa kepada masyarakat (Zulkifli et al. 2021). Desa Kota Batu Bogor merupakan salah satu desa di kawasan Bogor yang memiliki banyak potensi wisata dan kegiatan yang menarik. Namun, masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui adanya kegiatan-kegiatan tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan promosi dan pemahaman masyarakat tentang kegiatan desa di Kota Batu Bogor.

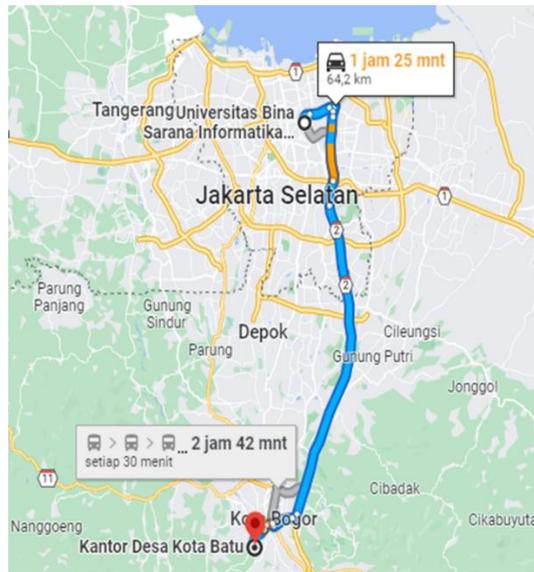
Berdasarkan pemaparan diatas maka tim pengabdian masyarakat Universitas Bina Sarana Informatika akan memberikan pemaparan dan pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Sarana Promosi Kegiatan Desa Kota Batu Bogor. Mitra dalam Pengabdian Masyarakat terkategori Mitra non Produktif yaitu Desa Kota Batu adalah salah satu desa yang terletak dibawah Kaki Gunung Salak. Kantor Desa Kota Batu dipimpin oleh Ibu Ratna Wulansari selaku Kepala Desa di Kantor Desa Kota Batu. Desa Kota Batu ini beralamatkan di Jl. Melati Komplek Paspamres RT02/09, Kota Batu, Kecamatan Ciomas Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat 16610.



Gambar 1 Kantor Desa dan Staf Desa Batu Bogor

Desa Kota Batu memiliki luas wilayah 274,000000 Ha (106.777397 BT/-6.633505 LS). Desa Kotabatu merupakan desa yang berada didaerah dataran tinggi, dengan ketinggian ± 1500. – 1600 meter diatas permukaan laut (mdpl). Sebagian besar wilayah desa adalah lahan pertanian/sawah/tegalan dengan permukaan tanah datar 100 %, berbukit-

bukit 0 % dan lereng 0 %. Suhu rata-rata harian mencapai 30 - 33 o C dan curah hujan rata-rata 151 .- 300 Mm/tahun. Dapat terlihat pada gambar berikut:



Gambar 2 Peta Jarak dan lokasi mitra pegabdian masyarakat

II. METODE PENELITIAN.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data diambil dengan melakukan wawancara kepada pengelola media sosial dan pemerintah desa, serta melakukan observasi pada konten TikTok yang berkaitan dengan kegiatan desa di Kota Batu Bogor. Berdasarkan penelitian sebelumnya, pemanfaatan media sosial dalam promosi kegiatan desa telah terbukti efektif dan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan desa. Namun, penelitian yang fokus pada penggunaan TikTok sebagai sarana promosi kegiatan desa di Kota Batu Bogor masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan kontribusi baru dalam penggunaan media sosial TikTok dalam promosi kegiatan desa di Indonesia. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari sabtu, 04 Maret 2023 pukul 09.30-11.00 WIB di Kantor pemerintahan Desa. Berikut susunan panitia dan tugasnya:

Tabel 1. Susunan Panitia Kegiatan dan Tugas Utama

Nama	Jabatan	Tugas
Sifa Fauziah, M.Kom	Ketua Pelaksana	<ul style="list-style-type: none"> Menyusun proposal kegiatan, penyusunan laporan akhir.
Sefrika Entas, M.Kom	Tutor	<ul style="list-style-type: none"> Membuat proposal Pengabdian Masyarakat Narasumber/Pembicara Materi PM
Hananda Priyandaru, SE, MM	Anggota 1	<ul style="list-style-type: none"> Membuat luaran artikel ilmiah pada jurnal Pengabdian Masyarakat
Aprilia Puspasari, SE, MM	Anggota 2	<ul style="list-style-type: none"> Dokumentasi, luaran berita terkait pengabdian masyarakat
Dine Susilawati, Syahlan Ismael Omar	Mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> Memebantu Dokumentasi dan Registrasi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemerintah dan masyarakat di Kota Batu Bogor dalam meningkatkan promosi kegiatan desa serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan desa. Penelitian ini terdiri dari lima bab. Bab satu menjelaskan tentang latar belakang penelitian, tujuan penelitian, dan metode penelitian yang digunakan. Bab dua akan membahas teori-teori yang terkait dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran, serta pemanfaatan TikTok sebagai sarana promosi kegiatan desa. Bab tiga akan membahas profil desa Kota Batu Bogor dan kegiatan desa yang dilaksanakan. Bab empat akan membahas hasil penelitian, termasuk efektivitas penggunaan TikTok sebagai sarana promosi kegiatan desa serta kendala-kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan TikTok sebagai sarana promosi kegiatan desa. Bab lima merupakan kesimpulan dari penelitian ini, termasuk rekomendasi untuk pemerintah dan masyarakat di Kota Batu Bogor dalam memanfaatkan TikTok sebagai sarana promosi kegiatan desa.

Staff desa Kota Batu adalah ujung tombak penggerak segala kegiatan warganya yang berpotensi meningkatkan

roda perekonomian warga desa. Kondisi masih minimnya kesadaran warga memanfaatkan media sosial untuk memberi manfaat yang sebesar-besarnya pada kegiatan usaha warga justru berbanding terbalik dengan infrastruktur desa yang sudah memaaadai dimana sudah ada jaringan wifi yang disediakan provider internet serta hamper seluruh warga desa sudah memiliki smartphone. Metode penelitian pengabdian amsyarakat ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3 Motode Penelitian Pengabdian Masyarakat

III. PEMBAHASAN DAN HASIL

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai sarana promosi kegiatan desa di Kota Batu Bogor. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data melalui survei online kepada 100 responden yang terdiri dari masyarakat desa, pengurus RT/RW, dan pemerhati media sosial di Kota Batu Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Tiktok sangat efektif dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat dan kesadaran akan kegiatan dan acara yang diadakan di desa.

Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan konteks dan latar belakang kegiatan desa di Kota Batu Bogor, serta pentingnya promosi dan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan tersebut. Kemudian, penulis menganalisa penggunaan media sosial Tiktok sebagai sarana promosi, melalui pengumpulan data dari responden yang dipilih secara acak. Penelitian ini menggunakan kuesioner online yang terdiri dari 15 pertanyaan dengan tujuan untuk mengukur efektivitas pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai sarana promosi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden (75%) mengakses media sosial setiap hari, dan sebanyak 60% dari mereka menggunakan Tiktok. Selain itu, 80% responden mengatakan bahwa mereka mengetahui kegiatan yang diadakan di desa melalui Tiktok, dan 70% responden menyatakan bahwa mereka tertarik untuk mengikuti kegiatan tersebut setelah melihat promosi di Tiktok.

Analisis data juga menunjukkan bahwa faktor usia dan pendidikan mempengaruhi frekuensi penggunaan Tiktok untuk tujuan promosi. Responden yang lebih muda dan lebih berpendidikan cenderung lebih sering menggunakan Tiktok sebagai sarana promosi, daripada responden yang lebih tua dan kurang berpendidikan.

Beberapa warga ada yang sudah menggunakan media sosial untuk mempromosikan kegiatan dan produk mereka tetapi kurang dikelola secara terintegrasi dan profesional sehingga terkesan tidak serius. Berdasarkan pemaparan tersebut maka tim pengabdian masyarakat Universitas Bina Skarana Informatika memberikan solusi berupa pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Sarana Promosi Kegiatan Desa Kota Batu Bogor. Pada saat ini Titok banyak digemari kalangan tua maupun muda untuk mengakses konten hiburan yang sekaligus sebagai konten informasi. Peserta kegiatan ini adalah para staf staff desa Kota Batu, Bogor. Dalam kegiatan ini peserta akan dijarkan cara membuat konten-konten kreatif dan informatif yang memuat program desa agar dapat diakses dan diterima informasinya oleh warga. Diharapkan setelah peserta mengikuti kegiatan ini dapat menerapkannya guna memaksimalkan potensi desa Kota Batu Bogor. Luaran kegiatan akan ada dalam bentuk publikasi pada media massa dan dokumentasi kegiatan dalam bentuk foto dan video kegiatan.

Tabel 1 Hasil Evaluasi Pengabdian Masyarakat

Indikator	Hasil	Keterangan
Materi yang diberikan tepat atau sesuai dengan kebutuhan.	94% menjawab baik sekali. 6% menjawab baik	Diterima
Cara pengampaian materi dari tutor ke peserta.	90% menjawab baik sekali. 10% menjawab baik.	Diterima
Waktu atau durasi pelaksanaan kegiatan	90% menjawab cukup. 10% menjawab baik.	Diterima
Apakah anda mengetahui cara mengoperasikan Tiktok setelah mengikuti kegiatan ini?	80% menjawab ya. 20% menjawab mungkin	Diterima

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial Tiktok dapat menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan kegiatan desa di Kota Batu Bogor. Responden menunjukkan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dan kesadaran yang lebih baik akan kegiatan dan acara yang diadakan di desa melalui promosi di Tiktok.



Gambar 3 Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai sarana promosi kegiatan desa Kota Batu Bogor, dapat disimpulkan bahwa Tiktok mampu menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan kegiatan desa kepada masyarakat. Penggunaan Tiktok sebagai sarana promosi kegiatan desa dapat meningkatkan popularitas desa serta menarik minat masyarakat untuk mengunjungi dan ikut serta dalam kegiatan yang diselenggarakan. Selain itu, penggunaan Tiktok juga memungkinkan desa untuk menciptakan konten yang kreatif dan menarik, sehingga dapat meningkatkan daya tarik pengguna untuk melihat dan membagikan konten tersebut. Namun, penggunaan Tiktok juga memerlukan keahlian dalam membuat konten yang menarik, sehingga diperlukan pelatihan bagi pengelola desa dalam menggunakan Tiktok secara efektif.

Dalam jangka panjang, penggunaan media sosial Tiktok dapat membantu desa untuk mempromosikan potensi-potensi yang dimiliki desa kepada masyarakat luas, sehingga dapat meningkatkan perekonomian desa dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya yang lebih serius dalam memanfaatkan media sosial Tiktok sebagai sarana promosi kegiatan desa yang efektif dan berkelanjutan. Pemanfaatan media sosial tiktok sangat mudah digunakan dan dapat diakses melalui perangkat komputer, laptop, dan mobile. Perlu diadakan pelatihan lain untuk menunjang peningkatan dalam pengelolaan data digital sistem informasi donasi pada pemerintahan Desa Kota Batu Bogor.

V. REFERENSI

- Anggraini, Putri Kartika. 2015. "Implementasi Pengelolaan Alokasi Dana Desa Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2014 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014." *Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Brawijaya*: 35592.
- Bulele, Yohana Noni. 2020. "Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok." In *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, , 565–72.
- Haryanto, Agus Tri. 2020. "Riset: Ada 175, 2 Juta Pengguna Internet Di Indonesia. DetikInet."
- Indrawati, Trisa. 2023. *PERAN MODERASI GOOD CORPORATE GOVERNANCE Pengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Muzakkir, Annahl Riadi1 Iskandar Ibrahim2 Irvan. "PKM Peningkatan Kinerja Aparat Desa Dalam Penyelenggaraan Pelayanan Publik."
- Pratiwi, Ririh Dian. 2012. "Menyusun Laporan Keuangan Sederhana Dengan Microsoft Excel." *MEDIA* 19(1).
- Priatama, Ryan, Ilham Hilal Ramadhan, Awanis Akalili, and Febriansyah Kulau. 2021. "Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tik Tok@ Jogjafoodhunterofficial)." *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 18(1): 49–60.
- Rasyid, Masdar Helmy. 2020. "Pembelajaran Puisi Secara Daring Dengan Media Pembelajaran Berbasis Aplikasi (Tik Tok) Kelas X Sma Negeri 3 Pati." In *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS)*, , 352–58.
- Wardhani, Galuh Kusuma. 2022. "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS KONSEP THE CIRCULAR MODEL OF SOME MELALUI AKUN TIKTOK (Studi Deskriptif Pada Pengelola Akun@ Seserahan. Ta)."
- Wibowo, Hamid Sakti. 2023. *Tutorial Excel: Panduan Lengkap Untuk Pemula*. Tiram Media.
- Zulkifli, Lalu et al. 2021. "Pengembangan Objek Wisata Kampung Wisata Sasak Ende Melalui Penataan Destinasi Melalui Optimalisasi Digital Promotion Dan Sumber Daya Manusia Di Desa Sengkol." *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA* 4(4): 514–23.