

Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya untuk Peningkatan Pengunjung pada Era New Normal di Taman Bunga Okura

EFRITA SOVIYANTI¹; FAIZAH KAMILAH²; ZULIA KHAIRANI³

^{1,2,3} Universitas Lancang Kuning
Jln. Yos Sudarso KM 08 Rumbai Telp. (0761) 52581
E-mail : efritasoviyanti@unilak.ac.id

Abstract: This Community Service activity aims to provide knowledge about alternative marketing media through Instagram and other social media and increase knowledge in sharing attractive product images so that potential consumers are interested in seeing and finally decide to visit. The method of this community service activity uses the lecture method, as well as question and answer. The lecture method is used to convey general knowledge and shows examples of Instagram accounts and other social media accounts that can be adapted by partners. Questions and answers are used to complete things that have not been accommodated by the lecture method. This training involved a lecturer from the Department of Accounting and Management who collaborated with the Okura Flower Garden group in the Rumbai Barat village as the target subject.

Keywords: marketing media, instagram and social media

Dalam era jejaring sosial seperti saat ini, telah terjadi pergeseran paradigma pemasaran, dari pemasaran tradisional (*offline*) ke pemasaran modern (*online*). Mulai diakui pentingnya pemanfaatan jejaring sosial atau media sosial sebagai sarana komunikasi dan interaksi sesama pengguna internet. Meledaknya jumlah pengguna dan pemilik akun atau ID beberapa media social telah merambah dalam berbagai sektor, salah satunya sektor ekonomi dan bisnis. Penggunaan internet sebagai sarana bisnis sangat berkembang cepat di era informasi dan jejaring. Hal ini terlihat dengan maraknya kemunculan berbagai bisnis *online* yang menawarkan aneka produk dan jasa yang tak terbatas baik untuk memenuhi segala kebutuhan. Munculnya media sosial dibarengi dengan berkembangnya industri *mobile phone* yang semakin pesat dapat mempermudah mengakses berbagai informasi untuk dilakukan dimana dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*.

Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara maju,

tetapi juga di negara berkembang seperti di Indonesia. Kecepatan media sosial melalui jejaring sosial yang dihubungkan dengan internet, juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita atau berbagai informasi. Transaksi bisnis melalui internet terutama menggunakan media sosial, merupakan satu fenomena bisnis baru. Kemunculan berbagai media sosial atau yang sering disebut *sosmed* (*social media*) telah memberikan warna tersendiri pada transaksi bisnis perdagangan *online*, salah satunya sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang atau jasa.

Taman bunga okura merupakan salah satu tujuan wisata yang ada di daerah rumbai. taman impian bunga okura di gagas oleh Muslim seorang pemuda asli kelahiran okura, yang mempunyai mimpi agar okura dikenal oleh masyarakat luas dalam berbagai bidang dengan keterbatasan tertentu pastinya. Muslim sapaan akrab sehari-hari, membuat ide membuat sebuah taman bunga hidup yang belum pernah ada di Okura maupun di Kota Pekanbaru. Pada akhirnya taman bunga yang di impikan

terwujud bahkan banyak pihak yang ikut serta memberikan bantuan yang dibutuhkan dalam mewujudkan mimpi para pemuda okura. Seiring berjalannya waktu taman impian bunga okura tersebar di tengah masyarakat secara luas, yang salah satunya berkat kemudahan media social, banyak perorangan, kelompok masyarakat, sekolah, perguruan tinggi, pemerintah bahkan datang dari luar provinsi riau yang datang ke taman.

METODE

Metode yang akan dilakukan oleh tim selama kegiatan pengabdian bagi masyarakat dengan Mitra kelompok bunga taman okura adalah sebagai berikut : a. Metode demonstrasi /Praktek. Pada metode ini, tim akan menunjukkan akun akun yang dapat diadaptasi oleh akun @tamanbungaokura dalam postingaanya,agar calon pengunjung tertarik untuk datang; b.Metode diskusi. Setelah metode demonstasi selesai, akan dilanjutkan dengan tanya jawab antara tim dan mitra,apabila ada hal hal yang kurang dipahami dalam penjelasan sebelumnya. Sosialisai Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alternatif Sarana Pemasaran. Sosialisasi mengenai pemanfaatan media sosial sebagai alternative dalam melakukan pemasaran dilakukan dengan model presntasi dengan powerpoint mengenai cara cara pemanfatan media sosial khususnya instagram untuk meningkatkan penjualan produk.dan juga memberikan contoh contoh akun yang dapat diapabtasi untuk produk mereka.. Diharapkan agar memperoleh pengetahuan tentang media pemasaran yang dapat digunakan untk produk mereka.

HASIL

Pada kunjungan ke lokasi mitra yang kami laksanakan pada hari kamis tanggal 3 juni 2021 dan bertemu dengan bapak muslim selaku pengelola beserta empat orang temannya yang juga ikut mengelola taman impian bunga okura.

Dalam pertemuan tersebut kami melakukan diskusi mengenai kondisi taman bunga impian okura terkini.karena tujuan

dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjung dimasa pandemi dengan memanfaatkan media sosial instagram,maka diskusi kami difokuskan pada : Aktivitas yang dilakukan pada akun instagram @tamanwisataokura Cara yang dilakukan oleh admin akun @tamanwisataokura dalam menarik calon pengunjung melalui postingan.

Kendala yang dialami admin dalam mengelola akun tersebut.kendala yang dihadapi oleh pengelola dalam kondisi new normal diantaranya berkurangnya jumlah pengunjung karena adanya aturan pembatasan kerumunan di tempat umum,ini juga yang membuat pengelola dalam waktu belakangan kurang dalam melakukan postingan di instagram,pengelola khawatir dengan adanya postingan pengunjung bertambah dan menjadi pengawasan atau teguran dari satgas covid 19.

Kendala lain yang dihadapi oleh penelora adalah tanaman yang belum memiliki ritme tumbuh dan mekar nya bunga yang teratur,sehingga pengelola juga tidak bisa menentukan waktu postingan yang teratur juga.

Dengan belum teraturnya pola tumbuhan yang ada,dan tidak tertibnya postingan di instagram,jumlah pengunjung belum optimal.jangkauan calon jumlah pengunjung terbatas karena upaya yang dilakukan melalui instagram juga belum konsisten.

Taman bunga okura juga mendapat kemudahan dalam menginformasikan tempat mereka karena ada kerjasama juga dengan asosiasi pariwisata provinsi riau,yang mana dengan kerjasama ini setiap wisatawan yang berkunjung berpotensi datang ke taman bunga okura karena diarahkan oleh asosiasi pariwisata tersebut. Taman bunga okura juga terbantu promosi dengan Cuma Cuma karena lokasi wisata seperti ini terbilang masih jarang dipekanbaru dengan begitu dengan mendengar dari pengunjung yang pernah ke taman bunga okura,orang langsung penasaran dan datang berkunjung.

Selebram pekanbaru yang sudah pernah berkunjung dan posting di instagram nya juga membuat nama taman bunga okura semakin dikenal luas masyarakat pekanbaru khususnya.

PEMBAHASAN

Dari hasil pengamatan dan diskusi dengan pengelola ;

1. Pemilihan media sosial instagram sebagai alternatif untuk meningkatkan pengunjung pada era new normal karena media ini paling banyak digunakan kaum milenial dan ini sangat sesuai dengan target calon pengunjung untuk taman bunga impian okura.
2. Dari hasil diskusi yang kami lakukan,pada dasarnya mitra sudah memi
3. liki pengetahuan dalam pemanfaatan media sosial instagram untuk menarik minat pengunjung untuk datang ke taman impian bunga okura.hanya saja tim mitra belum konsisten untuk melakukan postingan di instagram dengan tema yang bervariasi sehingga postingan masih seputar tumbuhan yang ada dilokasi saja.
4. Dengan melihat akun akun instagram lain,tim mitra mendapatkan pengetahuan bahwa postingan bisa juga berupa info info umum,berbagi tips dan trik,info kesehatan dan postingan tentang religi juga masih diperbolehkan untuk menarik follower di instagram.
5. Jenis jenis postingan sangat berpengaruh pada rasa ingin tahu dan penasaran follower instagram taman impian bunga okura.dengan demikian pemilihan jenis postingan juga diterapkan.misalnya postingan mengenai testimoni dari pengunjung,baik dalam bentuk foto maupun dalam bentuk video.perlu untuk diperhatikan juga beberapa postingan yang sudah dilakukan dan di cek seberapa banyak aktivitas like dan komentar pada suatu aktivitas postingan,jika ditemukan satu postingan

yang memiliki aktivitas like dan komentar yang tinggi,maka postingan sejenis dapat diulangi kembali agar like dan komentar pada postingan terbaru juga bisa sama ataulebih tinggi jumlah like dan komentarnya.

6. Taman bunga okura dapat dikatakan sebagai pinoner dalam hal wisata alam menjadi kekuatan karena didalam benak calon pengunjung taman bunga dipekanbaru itu taman bunga okura.
7. Kondisi covid 19 sangat berdampak pada aktivitas postingan instagram taman bunga okra.

SIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Pengelola taman bunga okura memiliki peningkatan pengetahuan tentang akun akun yang dapat diadaptasi postingannya agar ig @tamanbungaokura lebih bervariasi
2. Pengelola taman bunga okura dapat melakukan postingan yang lebih bervariasi dari postingan postingan yang dilakukan sebelumnya
3. Pengelola Taman bunga okura lebih memperhatikan lagi postingan di instagram untuk menimbulkan minat calon pengunjung untuk datang ke teman bunga okura.
4. Pengelola taman bunga okura memiliki wawasan tentang pentingnya selegram dalam pemanfaatn instagram dalam suatu usaha.
5. Pola atau ritme tanaman yang belum teratur membuat pengelola tidak bisa melakukan pemanfaatn instagram dengan optimal.kedepannya pengelola akan mengupayakan agar pola atau ritme tanaman lebih rapi.

DAFTAR RUJUKAN

- Lasmadiarta, Made. 2010. “*Extreme Facebook Marketing for Giant Profits*”. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Leoni, Rahmawati. 2013. *Media sosial Dalam Kewirausahaan Perempuan di Indonesia, Online Media and Social Network Specialist at REDD+ Task Force Indonesia*, http://www.slideshare.net/leonirahmawati/media-sosial-dalam-kewirausahaan-perempuan-diindonesia?qid=e0f8c7f9-e2ae-40d8-9a8c-e2a9223ce048&v=default&b=&from_search=9 , tanggal akses 8 sept 2014
- McLeod, Jr. Raymond., George Schell. 2004. ”*Sistem Informasi Manajemen*”, copyright © 2001. Prentice-Hall, Inc. PT. Indeks. Jakarta.
- Puntoadi, Danis, *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2011
- Setiawati, Ira. 2014, *Pengaruh E-Marketing Pada Bisnis Online Menggunakan Media Sosial (Studi Deskriptif Kulitatif)*, Seminar dan *Call for Paper*, FEB, Universitas Stikubank, Semarang
- Yoga satria siaga 2018. “Penerapan Dan Pemanfaatan Media Online Dalam Pengembangan Sistem Pemasaran Umkm (Agroindustri) Di Kabupaten Jembe