

[DM16]

Pengelolaan Konten *Instagram* Berbahasa Inggris sebagai Sarana Promosi UMKM *Grumpynurc*

Lusi Lian Piantari^{1*}, Thafhan Muwaffaq¹, Era Bawarti¹

¹Proram studi Bahasa dan Kebudayaan Inggris, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Al Azhar Indonesia, Jalan Sisingamangaraja, Kompleks Masjid Agung Al Azhar, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12110

Email penulis korespondensi: lusi_lian@uai.ac.id

Abstrak

Grumpynurc merupakan UMKM yang bergerak di bidang kerajinan rajutan. Selama ini, Grumpynurc menjual produknya baik secara daring maupun luring. Promosi dan pemasaran produk secara luring dilakukan melalui penjualan langsung di bazar-bazar maupun pameran-pameran. Sedangkan penjualan secara daring dilakukan melalui penjualan daring dan media sosial. Produk rajutan yang dihasilkan oleh Grumpynurc menarik pasar yang cukup luas tidak hanya peminat dari Indonesia tetapi juga banyak yang berasal dari negara-negara lain, termasuk para ekspatriat yang bekerja di Indonesia. Situasi ini menyebabkan Grumpynurc membutuhkan sarana promosi yang dapat menjangkau berbagai kalangan peminat produknya. Kondisi pandemi, membuat Grumpynurc harus dapat memperkenalkan dan mempromosikan produknya secara daring. Oleh karena itulah kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pengelolaan dan pelatihan pembuatan konten berbahasa Inggris di Instagram UMKM Grumpynurc. Pendampingan dan pelatihan yang dilakukan adalah pelatihan fotografi dan videografi sederhana, pelatihan bahasa Inggris sebagai bahasa yang digunakan dalam konten Instagram, pelatihan content creator, pendampingan pembuatan profil perusahaan dan katalog elektronik. Hasil yang diperoleh adalah konten yang dapat diunggah di akun Instagram mitra. Kegiatan ini mampu meningkatkan kreativitas dan keragaman konten dilihat dari peningkatan jumlah unggahan, pengikut akun, dan interaksi dengan viewers (pertanyaan tentang produk, tawaran mengikuti bazar/event, pembelian produk, dan pembukaan kelas rajut)

Kata kunci: *Media sosial, pelatihan Bahasa Inggris, Instagram, UMKM, promosi*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat ini sedang mendapat perhatian besar dari pemerintah Republik Indonesia. UMKM diyakini mampu menunjang perekonomian Indonesia. Kementerian Koperasi dan UKM RI mengatakan bahwa UMKM memiliki pangsa dan menyerap tenaga kerja yang sangat besar dari keseluruhan pelaku usaha di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah selalu menghimbau kepada masyarakat untuk membantu UMKM dengan misalnya membeli barang-barang yang dihasilkan oleh UMKM.

UMKM *Grumpynurc* yang menjadi mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini adalah sebuah usaha kecil di daerah Jakarta

Timur yang bergerak di bidang produksi kerajinan rajutan. Mitra berlokasi di Jl. Cipinang Asam Blok Melati No. 12, Rt.001/009 Kebon Pala, Makassar, Cililitan, Jakarta Timur yang berfungsi sebagai studi kerajinan rajut. Kegiatan utama mitra adalah membuat kerajinan kreasi rajutan dan mengadakan pelatihan kerajinan rajutan. UMKM *Grumpynurc* bertujuan untuk menjadi usaha yang menaungi para pengrajin dan dikenal secara global. Selama ini penjualan kerajinan rajut mitra dilakukan secara langsung maupun secara daring. Saat ini mitra memiliki dua akun Instagram yang aktif: *@grumpynurc* (memuat informasi kegiatan pelatihan) dan *@craftivitykita* (memuat promosi dan penjualan produk).

Permasalahan yang dihadapi mitra adalah kurangnya sumber daya yang terampil untuk menyusun konten di media sosial (*Instagram*) terutama *Instagram*, sebagai sarana promosi. UMKM *Grumpynurc* membutuhkan konten berbahasa Inggris yang memiliki cakupan nilai jual lebih luas (pangsa pasar mitra tersebar tidak hanya di Indonesia, melainkan juga dari beberapa negara lain). Oleh karena itu diperlukan pelatihan untuk membuat konten *Instagram* dalam bahasa Inggris yang berisi informasi produk, katalog, dan pelatihan kelas rajut.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi UMKM *Grumpynurc* ini merupakan pelayanan kepada masyarakat dengan memperkenalkan fungsi Bahasa Inggris yang efektif bagi promosi produk yang akan diunggah di media sosial, dalam hal ini *Instagram*. Adapun kegiatan pendampingan dan pelatihan, mencakup:

1. Mengevaluasi dua *Instagram* yang dimiliki oleh mitra: *@grumpynurc* dan *@craftivitykita*. Evaluasi awal ini memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana keaktifan konten *Instagram* mitra, jumlah pengikut, dan interaksi dengan para pengikut akun. Evaluasi awal ini dilakukan pada bulan 21 dan 26 Mei 2021 secara virtual (pertemuan melalui zoom).
2. Pelatihan fotografi dan videografi sederhana yang dikhususkan untuk melakukan pengambilan gambar dan video dari produk yang telah dikirimkan sebelumnya. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang paling sulit dilaksanakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini karena pada awalnya kegiatan ini akan dilaksanakan secara langsung di lapangan. Pada akhirnya pelatihan dilakukan melalui zoom. Diskusi dilakukan juga melalui *chat* dan telpon selain melalui pertemuan melalui zoom. Pelatihan ini dimulai pada tanggal 23 Juli 2021, 27 Agustus, 15, dan 24 Septertember 2021.
3. Pelatihan menjadi *content creator*. Tujuan dari kegiatan ini adalah pelaku usaha dapat menentukan gambar mana yang akan diunggah ke media sosial untuk dipromosikan. Pelatihan ini dititikberatkan pada pelatihan dengan penulisan Bahasa Inggris sederhana untuk kepentingan

pembuatan konten *Instagram*. Materi yang diberikan mencakup pemilihan diksi dalam bahasa Inggris yang dapat digunakan dalam konten *Instagram*. Selain itu pelatihan pembuatan kalimat-kalimat sederhana yang menarik perhatian juga diberikan pada pelatihan ini. Pelatihan Bahasa Inggris ini dilakukan sebanyak 4 kali yaitu pada tanggal 23, 30 September 2021 dan 8 dan 15 Oktober 2021. Pelatihan pembuatan konten pada *Instagram* kali ini dilakukan juga secara daring dan ditindaklanjuti dengan diskusi melalui *Whatsapp*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan mencakupi kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

Hasil evaluasi terhadap dua akun *Instagram* mitra menunjukkan bahwa dibutuhkan kreativitas dan variasi untuk konten unggahan pada *Instagram* mitra karena pada konten sebelumnya tidak terlalu banyak variasi dan informasi yang ditampilkan pada kedua akun tersebut.

Pada pelatihan fotografi dan videografi sederhana. Pelaksana abdimas mengajarkan teknik fotografi dan videografi dengan sangat sederhana. Pada pelatihan fotografi, aspek yang ditekankan adalah gagasan mengenai tata letak dan pencahayaan. Pelatihan ini dilakukan agar pemilik UMKM yang juga sebagai pengelola akun media sosial produknya dapat membuat konten-konten yang dapat dimuat pada IG mereka. Pelatihan ini dimulai pada tanggal 23 Juli 2021, namun hanya sekali dilakukan setelah itu sempat vakum selama satu bulan karena mitra sempat terdampak pandemi dan kegiatan sulit dilanjutkan. dilakukan pada tanggal 27 Agustus, 15, dan 24 Septertember 2021. Hasil yang diperoleh adalah foto-foto dan video sederhana yang dibuat sesuai dengan hasil diskusi dalam pendampingan antara pelaksana dan mitra.

Pelatihan Bahasa Inggris dititikberatkan pada pembuatan konten bagi unggahan di *Instagram*. Peran *content creator* ialah membuat konten baik berupa tulisan, gambar ataupun video yang akan ditampilkan pada berbagai media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* dan lainnya. Pelatihan dan diskusi mencakup penentuan warna dan tema, pencarian referensi konten dan topik-topik yang kreatif

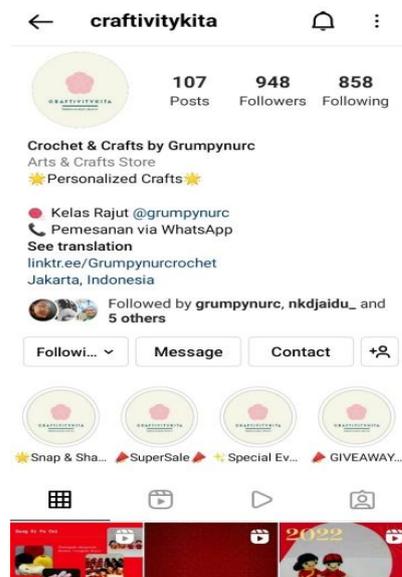
dan menarik yang berhubungan dengan Crochet. Pemilihan konten dan pembuatan *project timeline*. Tahapan selanjutnya adalah merapikan profil *Instagram Craftivitykita* dan *Grumpynurc*, membuat *Linktree*, mengedit konten-konten yang telah dipilih menjadi semenarik mungkin menyesuaikan warna dan tema, serta memberi *caption* untuk diunggah pada sosial media *CraftivityKita* dan *Grumpynurc* sesuai jadwal unggah yang telah ditentukan, membuat video testimoni dan mengadakan kuis berhadiah. Pelatihan untuk dapat membuat konten dalam Bahasa Inggris juga dilakukan. Pelatihan Bahasa Inggris terkait konten Instagram yang terkait konten Instagram mencakup pemilihan kata, kalimat yang dapat digunakan sebagai *caption*. Hasil yang diperoleh dari pelatihan dan pendampingan ini adalah konten Instagram yang lebih bervariasi dengan menggunakan bahasa Inggris yang baik dan menarik untuk dibaca sebagai sarana promosi.

Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan membuat katalog elektronik sederhana. Pelatihan ini dilakukan karena ragam produk yang dihasilkan oleh UMKM mitra cukup bervariasi. Seringkali pelanggan maupun calon pelanggan merasa bingung untuk menentukan produk yang akan dibeli. Selain itu bahan yang digunakan untuk membuat produk juga cukup beragam. Hal ini yang menyebabkan perlunya *company profile* atau katalog elektronik dibuat. Di sini pelaksana banyak melakukan pendampingan karena masalah bahasa. Konten disiapkan oleh mitra, sementara pelaksana Abdimas melakukan pendampingan dan pelatihan terhadap pemilihan kata, kalimat, tata letak foto untuk diletakkan pada profil dan katalog. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah katalog elektronik sederhana yang menampilkan informasi produk dari akun mitra.

Setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan tersebut dilakukan pemantauan akun Instagram mitra. Pemantauan ini dilakukan melalui *Insights Overview* yang menunjukkan penambahan jumlah pengikut, *accounts reached*, dan *account engaged*. Walaupun belum begitu signifikan, akun mitra memiliki peningkatan pengikut sekitar 200 akun. Hal tersebut dapat dilihat dalam gambar berikut:



Gambar 1



Gambar 2



Gambar 3

4. SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pendampingan dan pelatihan ditemukan bahwa pengetahuan dan keterampilan mengenai promosi melalui media sosial sangat diperlukan bagi pelaku usaha di masa pandemi seperti ini. Kegiatan ini mampu meningkatkan kreativitas dan keragaman konten dilihat dari peningkatan jumlah unggahan, pengikut akun, dan interaksi dengan *viewers*. Kreativitas dan keragaman konten unggahan di media sosial sangat dibutuhkan untuk menjaga keterlibatan *viewers* yang bisa jadi merupakan konsumen potensial bagi produk yang ditawarkan. Ada banyak kegiatan yang dapat dilakukan agar penggunaan akun Instagram sebagai sarana promosi dapat berfungsi secara maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Al Azhar Indonesia yang telah memberikan dana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini melalui skema *Competitive Public Service Grant* 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar. Tersedia di ukmindonesia.id
- Bou-Franch, P. *Analyzing Digital Discourse: New Insight and Future Directions*. 2019
- Danesi, M. *Messages, Signs, and Meaning. A Basic Textbook in Semiotics and Communication*. 2004.
- Husna, N.F., Azizah, S.N., Yahya, M. Penggunaan Kata dan Istilah Bahasa Inggris pada Promosi Penjualan *Online* di Instagram. *Sukma: Jurnal Pendidikan* Volume 3 (1) hlm. 203-206.