

Pemanfaatan Media Sosial *Tiktok* Sebagai Pemasaran Hasil Pertanian Desa Gajah Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Tanah Karo

¹⁾Eka Putri Saptari Wulan, ²⁾Eunike Pasaribu, ³⁾Cindi Kristiani Gea, ⁴⁾Ika Lovika Purba

^{1,2,3,4,5)}Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia. ¹²³⁴

Email Corresponding: Eunike.pasaribu@student.uhn.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Desa Gajah Hasil Pertanian Media Sosial Tiktok	Aplikasi TikTok kini banyak digandrungi masyarakat (Haryanto 2020). Aplikasi TikTok kini banyak digandrungi masyarakat. untuk meningkatkan promosi dan pemahaman masyarakat tentang kegiatan di Desa Gajah Kec. Simpang Empat Kab. Tanah karo. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PkM) maka tim mahasiswa pengabdian masyarakat Universitas HKBP Nommensen Medan akan memberikan pemaparan dan pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Sarana Promosi Kegiatan di di Desa Gajah Kec. Simpang Empat Kab. Tanah karo. Dalam Pengabdian Masyarakat terkategori Desa Gajah adalah salah satu desa yang terletak dibawah Kaki Gunung Sinabung. Kantor Desa Gajah dipimpin oleh Bapak Erguna Karo-karo selaku Kepala Desa di Kantor Desa Gajah. Desa Gajah ini beralamatkan di Desa Gajah Kecamatan. Simpang Empat, Kabupaten. Tanah karo di Provinsi Sumatera Utara. Diharapkan adanya peningkatan, pengetahuan, pengelolaan media social tiktok sehingga meningkatnya kesejahteraan dan perekonomian masyarakat karena permintaan hasil pertanian yang meningkat. Media social tiktok merupakan upaya pemasaran menggunakan perangkat elektronik/internet dengan beragam taktik marketing dan media digital dimana kita dapat berkomunikasi dengan calon konsumen secara online.
Keywords: Elephant Village Agricultural Products TikTok Social Media	ABSTRACT The TikTok application is now loved by many people (Haryanto 2020). The TikTok application is now loved by many people. to increase promotion and public understanding of activities in Gajah Village, Kec. Simpang Empat District. Karo land. Carrying out community service (PkM), the team of community service students from HKBP Nommensen University, Medan, will provide exposure and training on the use of Tiktok social media as a means of promoting activities in Gajah Village, Kec. Simpang Empat District. Karo land. In Community Service, Gajah Village is categorized as one of the villages located under the foot of Mount Sinabung. The Gajah Village Office is led by Mr. Erguna Karo-karo as Village Head at the Gajah Village Office. The address of Gajah Village is Gajah Village, District. Simpang Empat, Regency. Tanah Karo in North Sumatra Province. It is hoped that there will be an increase in knowledge and management of TikTok social media so that people's welfare and economy will increase due to increasing demand for agricultural products. TikTok social media is a marketing effort using electronic/internet devices with various marketing tactics and digital media where we can communicate with potential consumers online.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Menurut (Nur Itihadah, Abubakar,2020) Sosial media adalah media online yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten dengan mudah seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Dengan kemajuan teknologi internet dan telepon seluler, media

sosial juga berkembang pesat. Misalnya, sekarang dapat mengakses Instagram kapan saja, di mana saja hanya dengan ponsel. Begitu cepatnya masyarakat mengakses media sosial, tidak hanya di negara maju, tetapi juga di Indonesia telah menyebabkan fenomena arus informasi yang sangat besar. Karena kecepatannya, media sosial juga tampaknya telah menggantikan peran tradisional media massa dalam menyebarkan berita.

Media sosial ini dapat menjadi tempat mempromosikan produk. Menurut (Suryaningsih, 2020) Media sosial merupakan komunitas online yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi, berpartisipasi dan bertukar informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media yang berasal dari kata Latin „Medium” yang artinya perantara.

Menurut (Malihah, n.d.) Tik tok adalah layanan jejaring sosial berbagi video Tiongkok yang dimiliki oleh ByteDance, sebuah perusahaan yang berbasis di Beijing, didirikan pada 2012 oleh Zhang Yiming. Ini digunakan untuk membuat tarian pendek, lipsync, komedi dan video bakat. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat musik pendek dan video lip-sync 3 hingga 15 detik dan video loop pendek 3 hingga 60 detik. Aplikasi ini populer di Asia, Amerika Serikat dan bagian lain dunia.¹² Termasuk Indonesia. TikTok bagi sebagian orang merupakan sebuah aplikasi hiburan semata dan untuk semua kalangan, tidak ada batasan dalam penggunaannya

Aplikasi TikTok kini banyak digandrungi Masyarakat, dengan menggunakan media ini dapat mempermudah para pengguna untuk melakukan marketing. Pengertian dari aplikasi Tiktok itu sendiri adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok, yang diluncurkan pada tahun 2016 oleh Zhang Yiming (Maryam, 2022). Aplikasi Tiktok pada saat ini memang sering digunakan sebagai pemasaran digital. Misalnya, promosi sebuah produk terbaru.

Tik Tok merupakan media sosial yang sedang populer dikalangan masyarakat. Kepopuleran Tik Tok sendiri karena memiliki fitur-fitur yang unik dan memiliki fungsi yang berbeda dari media sosial lainnya (Arrofi & Hasfi, 2019). Tiktok adalah salah satu media sosial yang dapat memberikan kepada para pengguna untuk bisa berekspresi serta berkeaktifan melalui konten video maupun foto. Para pengguna Tiktok ini kebanyakan berasal dari kalangan remaja serta dewasa muda (sekitar 16-24 tahun). 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.

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) dalam (Priyandaru et al., 2023). 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 di Desa Gajah Kec. Simpang Empat Kab. Tanah Karo. Berdasarkan pemaparan diatas maka tim pengabdian masyarakat Universitas HKBP Nommensen Medan akan memberikan pemaparan dan pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Sarana Promosi Kegiatan di di Desa Gajah Kec. Simpang Empat Kab. Tanah Karo. Dalam Pengabdian Masyarakat terkategori Desa Gajah adalah salah satu desa yang terletak dibawah kaki Gunung Sinabung. Kantor Desa Gajah dipimpin oleh Bapak Erguna Karo-karo selaku Kepala Desa di Kantor Desa Gajah. Desa Gajah ini beralamatkan di Desa Gajah Kecamatan. Simpang Empat, Kabupaten. Tanah Karo di Provinsi Sumatera Utara.

Persoalan yang muncul di desa tersebut adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh kelompok petani ini khususnya dalam pemasaran masih belum optimal dan membutuhkan upaya peningkatan pengetahuan. Tingkat promosi dan pemasaran hasil pertanian petani masih terbatas (hanya pada lingkup wilayah lokal Simpang Empat). Hal tersebut tentu berdampak pada akses jual beli dan tingkat penjualan yang belum optimal.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi maka antara masyarakat dan tim pelaksana PKM menentukan solusi skala prioritas khususnya yaitu dalam bidang pemasaran dan management yaitu terfokus pada bidang penempatan media pemasaran khususnya yang dilakukan secara online. Kesiapan Mahasiswa PKM dapat kita ketahui melalui pemanfaatan teknologi informasi yang sering digunakan pada setiap hari, seperti smartphone dan perangkat laptop. Pada saat ini, hampir sebagian besar masyarakat Desa Gajah telah memiliki smartphone yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan, dengan demikian pelatihan pemanfaatan media sosial tiktok dalam upaya pemasaran hasil pertanian ini akan menjadi lebih mudah dan cepat direalisasikan.

Permasalahan yang dihadapi terkait pemasaran yang belum maksimal karena berbagai macam keterbatasan media promosi dan pengetahuan tentang cara-cara promosi sehingga hasil pertanian hanya dipasarkan di daerah Tanah Karo saja, yang sebenarnya potensi dari produk pertanian bisa dipasarkan keluar daerah. Pemasaran online yang dilakukan oleh Petani Desa Gajah sepertinya belum optimal karena pemanfaatan teknologi dengan sarana yang terbatas dan ruang gerak yang terbatas. Diperlukan sebuah sarana yang lebih luas cakupannya seperti media social tiktok yang khusus menjual produk hasil pertanian dari seluruh wilayah kabupaten Karo.

Berdasarkan kesepakatan antara tim pelaksana dan masyarakat, maka solusi yang menjadi prioritas utama adalah masalah strategi media pemasaran dan pemanfaatan media social tiktok untuk pemasaran hasil pertanian di wilayah Tanah Karo. Target luaran adalah adanya peningkatan pengetahuan masyarakat khususnya dalam hal pengetahuan sistem pemasaran dan aktivitas yang sesuai saat ini, salah satunya adalah media social tiktok.

Selain itu diharapkan adanya peningkatan, pengetahuan, pengelolaan media social tiktok sehingga meningkatnya kesejahteraan dan perekonomian masyarakat karena permintaan hasil pertanian yang meningkat. Media social tiktok merupakan upaya pemasaran menggunakan perangkat elektronik/internet dengan beragam taktik marketing dan media digital dimana kita dapat berkomunikasi dengan calon konsumen secara online. Solusi bagi permasalahan yang disepakati bersama antar tim pelaksanaan dan masyarakat adalah: Pelatihan pemanfaatan media social tiktok sebagai media pemasaran secara online (tiktok) untuk meningkatkan daya saing bisnis.

II. MASALAH

Permasalahan yang dihadapi terkait pemasaran yang belum maksimal karena berbagai macam keterbatasan media promosi dan pengetahuan tentang cara-cara promosi sehingga hasil pertanian hanya dipasarkan di daerah Tanah Karo saja, yang sebenarnya potensi dari produk pertanian bisa dipasarkan keluar daerah. Pemasaran online yang dilakukan oleh Petani Desa Gajah sepertinya belum optimal karena pemanfaatan teknologi dengan sarana yang terbatas dan ruang gerak yang terbatas. Diperlukan sebuah sarana yang lebih luas cakupannya seperti media social tiktok yang khusus menjual produk hasil pertanian dari seluruh wilayah kabupaten Karo.



Gambar 1. Foto Kegiatan PkM

III. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di Desa Gajah, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Tanah Karo Sumatera Utara Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan tahap survey, sosialisasi, pemasaran, evaluasi dan dokumentasi. Waktu pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di mulai pada tanggal 05 Februari 2024 – 28 Februari 2024.

Tahapan Pelaksanaan

- Tahap Survei**
Survey dilakukan 2 kali dengan teknik wawancara dan observasi, kepada Operator. Setelah itu melakukan kordinasi pada pihak desa yaitu kepada kepala desa untuk mendapatkan informasi serta izin untuk melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat melalui media sosial *tiktok*.
- Tahap Sosialisasi**
Sosialisasi dilakukan kepada masyarakat untuk memberi penjelasan mengenai pemanfaatan media sosial *tiktok*.
- Tahap Pemasaran**
Kegiatan pemasaran dilakukan di media sosial *tiktok* Kemudian warga untuk menggunakan media social *tiktok* untuk melakukan pemasaran hasil panen tersebut.
- Evaluasi**
Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui keterlaksanaan program “pemanfatan media sosial *tiktok* ” di Desa Gajah, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Tanah Karo Sumatera Utara. Evaluasi kegiatan dilaksanakan pada pertengahan dan akhir kegiatan program.
- Dokumentasi**
Dokumentasi sebagai bukti kegiaan dalam melaksanakan kegiatan pemanfaatan media sosial *tiktok* di Desa Gajah.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pemanfaatan media sosial *tiktok* ini kami menentukan beberapa ladang warga desa gajah untuk mesurvey hasil tanaman yang akan di panen. Pada hari Senin 5 Februari 2024 kami melakukan survey dengan melihat kondisi tanaman yang akan kami panen di desa gajah. Setelah melakukan survey kami mulai merancang media yang akan kami gunakan untuk mempromosikan pemasaran hasil panen di media social *tiktok*.

Tabel 1. Kegiatan Pelaksanaan PKM di Desa Gajah

Hari/ tanggal	Kegiatan
Jumat, 2 Februari 2024	➤ Pengantaran dan penyerahan oleh Dosen Pembimbing Lapangan kepada pihak desa. ➤ Penyambutan dan penerimaan oleh pihak desa.
Senin, 5 Februari 2024	➤ Kegiatan pagi melakukan survey atau observasi di desa gajah. ➤ Kegiatan malam membantu operator dalam surat menyurat.
Selasa, 6 Februari 2024	➤ Melakukan observasi di sekolah SMA Simpang Empat.
Rabu, 7 Februari 2024	➤ Kegiatan pengenalan kepada pemuda-pemudi desa gajah.
Kamis, 8 Februari 2024	➤ Kegiatan pagi membantu salah satu warga untuk memanen sayur pahit. ➤ Kegiatan sore melakukan kebersihan di jambur atau los.
Jumat, 9 Februari 2024	➤ Mengikuti kegiatan ramah-tamah di desa gajah sektor satu.
Sabtu, 10 Februari 202	➤ Kegiatan pagi membantu salah satu warga untuk memanen sayur kol. ➤ Kegiatan malam melakukan kebersihan di kantor desa gajah.
Senin, 12 Februari 2024	➤ Kegiatan pagi membantu salah satu warga untuk memanen sayur kentang merah. ➤ Kegiatan malam Membagikan beras kepada orang yang kurang mampu dan lansia.
Selasa, 13 Februari 2024	➤ Kegiatan pagi melakukan gotong royong dengan warga untuk membersihkan jambur untuk tempat pemilu.

Rabu, 14 Februari 2024	➤ Mengikuti pemilu.
Kamis, 15 Februari 2024	➤ Kunjungan Bupati ke Desa Gajah.
Jumat, 16 Februari 2024	➤ Kegiatan pagi hingga sore membantu salah satu warga untuk memanen sayur joko ular (Kacang merah).
Sabtu, 17 Februari 2024	➤ Melakukan rapat perangkat desa dan BPD
Senin, 19 Februari 2024	➤ Membantu perangkat desa dalam pendataan warga.
Selasa, 20 Februari 2024	➤ Kegiatan pagi membantu salah satu warga untuk memanen sayur buncis dan cabe hijau.
Rabu, 21 Februari 2024	➤ Kegiatan posyandu.
Kamis, 22 Februari 2024	➤ Kegiatan pagi membantu salah satu warga untuk memanen sayur terong
Jumat, 23 Februari 2024	➤ Kegiatan pagi hingga sore membantu salah satu warga untuk memanen tomat.
Sabtu, 24 Februari 2024	➤ Penyuluhan Kesehatan Masyarakat oleh pihak puskesmas.
Senin, 26 Februari 2024	➤ Kegiatan pagi hingga sore membantu salah satu warga untuk memanen tomat.
Selasa, 27 Februari 2024	➤ Kegiatan pagi membantu kepala desa dalam memanen cabe hijau.
Rabu, 28 Februari 2024	➤ Kegiatan pagi hingga sore membantu salah satu warga untuk memanen sayur putih.
Kamis, 29 Februari 2024	➤ Melakukan promosi di sekolah SMA ➤ Penjemputan.

V. KESIMPULAN

Program pemasaran hasil panen merupakan program ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan hasil pertanian desa gajah. Dengan ini perlu pemanfaatan dari media social yaitu *tiktok*. *Tiktok* juga sangat membantu warga untuk mendapatkan penghasilan yang dari biasanya. Pemanfaatan media social *tiktok* dapat dicapai secara maksimal dalam pemasaran. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melakukan pendampingan secara intens kepada warga desa gajah mengenai pemanfaatan media social *tiktok* dalam pemasaran hasil panen di desa gajah.

Dari serangkaian kegiatan PkM yang penulis lakukan, dapat di rangkum beberapa saran baik untuk pemerintah setempat juga universitas HKBP Nommensen yaitu Warga harus membuat konten menarik dan kreatif yang menyampaikan hasil panen dengan cara yang unik dan menarik perhatian pemirsa dan dimana dengan media social *tiktok* ini dapat meningkatkan perekonomian warga desa gajah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya, sehingga kami dapat menyelesaikan kegiatan PkM di Desa Gajah Simpang Empat Kabupaten Karo yang dilaksanakan pada tanggal 02 Februari s/d 29 Februari 2024, dan akhirnya kami dapat menyelesaikan laporan PkM. Pelaksanaan PkM ini dapat terlaksana dengan baik dan berjalan dengan lancar berkat Kerjasama yang baik dari pihak – pihak yang terkait. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada Dr. Ricahard AM . Napitupulu, S. T., M. T., selaku Rektor Universitas HKBP Nommensen Medan. Eka Putri Saptari Wulan S.Pd., M. Pd. selaku Dosen Pembimbing PkM yang telah membimbing kami selama pelaksanaan pkm di Desa. Erguna Karo-karo selaku Kepala Desa di Desa Gajah Simpang Empat Kabupaten Karo yang telah memberikan kami izin untuk melaksanakan kegiatan PkM . Ibu Christina Purnamasari K. Sitepu, S.Si., M. Pd., selaku koordinator PkM yang telah banyak memberikan kami informasi, bimbingan, pengarahan, dan motivasi. Seluruh Masyarakat Desa Gajah Simpang Empat Kabupaten Karo. Seluruh Mahasiswa PkM Universitas HKBP Nommensen Medan atas Kerjasama, kekompakkan, dan kebersamaannya. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M. (2021). Pasar Dan Pemasaran. *Uin Alauddin Makassar*, 13.

- Arrofi, A., & Hasfi, N. (2019). Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua–Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-Anak Di Media Sosial Tik Tok. *Interaksi Online*, 7(3), 1–6. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/Interaksi-Online/Article/View/24143>
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Tiktok Terhadap Kesadaran Merek Dan Minat Beli Produk Kosmetik Di Indonesia. *Jurnal Teknik Its*, 10(2). <https://doi.org/10.12962/J23373539.V10i2.73923>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/Khi.V12i1.10132>
- Malihah, N. (N.D.). *Perspektif Al- Qur ' An*. 1(01), 40–57.
- Maryam, M. (2022). Gambaran Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tiktok Di Kota Lamongan. *Muqoddima Jurnal Pemikiran Dan Riset Sosiologi*, 3(1), 33–48. <https://doi.org/10.47776/Mjprs.003.01.03>
- Nur Itihadah, Abubakar, L. N. (2020). *Media Sosial Sebagai Promosi Produk (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Akun Instagram @Indihome.Cianjur Sebagai Media Promosi Indihome)*. *Social Media As Product Promotion (Qualitative Descriptive Study Of The Use Of Instagram Accounts @Indihome.Cianj.* 8(6), 3497–3504.
- Priyandaru, H., Fauziah, S., Entas, S., Puspasari, A., Bina Sarana Informatika, U., Informasi Akuntansi Jl Kramat Raya No, S., Senen, K., & Artikel, I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Promosi Kegiatan Desa Kota Batu Bogor. *Prawara Jurnal Abdimas*, 2(2), 62–66. <https://jurnalilmiah.id/index.php/Abdimas>
- Rachmawati, -. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Awal(Studi Kasus Ide Proyeksi Berita Dipekanbaru.Tribunnews.Com)*.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Suryaningsih, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik. *Edusaintek : Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.47668/Edusaintek.V7i1.45>