

PENINGKATAN PEMASARAN DIGITAL MELALUI OPTIMALISASI ENGAGEMENT DAN KONTEN MEDIA SOSIAL CENIK BABY & KIDS FASHION

Ni Putu Shinta Dewi^{1,*}, Dewa Ayu Indah Puspita Dewi²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

Email: shintadewi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan engagement dan strategi konten media sosial sebagai upaya peningkatan pemasaran digital pada Toko Baju Cenik Baby & Kids Fashion. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah pengelolaan media sosial yang belum optimal, kurangnya konsistensi dalam pembuatan konten, serta belum adanya jadwal posting yang terstruktur. Solusi yang diberikan berupa pendampingan pembuatan konten, penyusunan jadwal posting, serta optimalisasi pengelolaan media sosial Instagram dan TikTok. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, pendampingan, dan pemberdayaan masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan dalam konsistensi pengunggahan konten serta mulai munculnya interaksi dari audiens, seperti like, komentar, dan jumlah tayangan. Selain itu, kemampuan karyawan dalam membuat dan mengelola konten juga mengalami peningkatan. Dengan demikian, program ini memberikan dampak positif terhadap pengelolaan pemasaran digital dan diharapkan dapat dilanjutkan secara berkelanjutan oleh pihak mitra.

Kata Kunci: digital *marketing*, media sosial, *engagement*, konten, UMKM

ANALISIS SITUASI

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam bidang pemasaran. Saat ini, pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien. Digital marketing menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan karena mampu menjangkau konsumen secara luas serta membangun komunikasi yang interaktif (Kotler & Keller, 2016).

Media sosial seperti Instagram dan TikTok merupakan platform yang sangat populer dan memiliki potensi besar dalam mendukung kegiatan pemasaran. Melalui konten visual yang menarik, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk, meningkatkan brand awareness, serta membangun hubungan dengan konsumen. Menurut Priambada (2015), pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan efektivitas Platform seperti Instagram dan TikTok tidak hanya menyediakan ruang bagi promosi visual tetapi juga memperkenalkan elemen interaksi langsung antara brand dan audiens. Oleh karena itu, penting bagi pemilik usaha untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga menciptakan pengalaman pengguna yang baik melalui konten yang menarik dan relevan. Penggunaan media sosial yang tidak terstruktur akan mengurangi dampak positif yang dapat diberikan oleh platform ini.

Pengelolaan media sosial yang tidak profesional dapat menghambat brand dalam membangun hubungan yang lebih mendalam dengan audiens. Hal ini sering terlihat pada usaha kecil dan menengah yang belum memiliki kapasitas untuk membuat konten yang efektif dan konsisten. Sebagai contoh, meskipun Toko Baju Cenik Baby & Kids Fashion memiliki produk yang berkualitas dan pasar yang cukup besar, namun mereka belum memanfaatkan secara maksimal potensi media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan engagement pelanggan.

Pemanfaatan fitur-fitur baru pada platform media sosial seperti Instagram Stories, TikTok Ads, dan live streaming dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan pelanggan. Namun, hal tersebut memerlukan pengetahuan yang lebih mendalam dan keterampilan dalam pembuatan konten yang kreatif dan sesuai dengan karakter audiens yang dituju. Tanpa adanya strategi yang jelas dan konsisten, usaha kecil dan menengah seperti Toko Baju Cenik akan kesulitan untuk bersaing dengan para pesaing yang lebih berpengalaman dalam menggunakan media sosial secara optimal.

Pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan konten yang kreatif dan sesuai dengan tren media sosial menjadi sangat penting. Selain itu, penyusunan jadwal posting yang terstruktur akan membantu memperbaiki konsistensi dan mengoptimalkan visibilitas setiap konten yang diunggah, sehingga dapat mendatangkan lebih banyak audiens dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil analisis situasi, diketahui bahwa pemanfaatan media sosial pada Toko Baju Cenik Baby & Kids Fashion masih belum optimal, terutama dalam hal konsistensi konten, perencanaan strategi, serta tingkat interaksi dengan audiens. Kondisi ini menyebabkan pemasaran digital belum berjalan secara maksimal. Adapun permasalahan yang dirumuskan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengelola media sosial secara efektif untuk mendukung pemasaran digital?
2. Bagaimana menyusun dan menerapkan jadwal posting yang terstruktur dan konsisten?
3. Bagaimana meningkatkan kemampuan dalam pembuatan konten yang menarik?
4. Bagaimana meningkatkan engagement atau interaksi audiens pada media sosial?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, solusi yang diberikan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Pendampingan Pembuatan Konten Media Sosial
Pendampingan dilakukan dengan memberikan pelatihan pembuatan konten visual yang menarik dan relevan dengan audiens target. Karyawan dilatih

untuk membuat foto dan video produk yang estetik, kreatif, serta mudah dicerna oleh audiens, dengan fokus pada kualitas gambar dan pesan yang jelas. Konten yang baik dapat meningkatkan daya tarik dan kesadaran merek.

2. **Penyusunan Jadwal Posting yang Terstruktur dan Konsisten**
Pembuatan jadwal posting yang terstruktur sangat penting untuk memastikan konten dipublikasikan secara teratur dan pada waktu yang tepat. Dengan adanya jadwal yang jelas, Toko Baju Cenik dapat menjaga konsistensi dan memastikan audiens tidak kehilangan perhatian mereka terhadap merek.
3. **Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial Instagram dan TikTok**
Optimasi dilakukan dengan memahami fitur terbaru pada platform seperti Instagram dan TikTok. Karyawan diberikan pemahaman tentang penggunaan hashtag yang efektif, cara meningkatkan visibilitas melalui iklan, serta cara berinteraksi secara langsung dengan audiens melalui fitur komentar dan pesan langsung.
4. **Peningkatan Interaksi dengan Audiens**
Menggunakan strategi yang berbasis pada feedback audiens, seperti melakukan sesi tanya jawab, polling, dan memberikan respons yang cepat terhadap komentar, diharapkan interaksi dengan audiens dapat meningkat. Interaksi ini menjadi kunci dalam membangun loyalitas pelanggan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan yang berfokus pada pelatihan, pendampingan dan pemberdayaan. Metode yang diterapkan bertujuan untuk memberikan keterampilan praktis serta memastikan keberlanjutan hasil yang dicapai setelah kegiatan selesai. Adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut

1. **Metode Pelatihan**
Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar tentang pembuatan konten media sosial yang efektif. Pelatihan dilakukan dalam bentuk sesi teori yang dilanjutkan dengan praktik langsung. Karyawan diberi pemahaman tentang pentingnya kualitas gambar dan video, bagaimana membuat konten yang menarik secara visual, serta teknik penulisan caption yang efektif. Selain itu, pelatihan juga mencakup pembuatan jadwal posting yang efektif, dengan tujuan untuk membangun kebiasaan posting yang konsisten. Karyawan juga dibekali dengan pemahaman tentang pengelolaan akun Instagram dan TikTok, termasuk analisis audiens untuk menyesuaikan jenis konten yang diposting.
2. **Metode Pendampingan**
Pendampingan dilakukan secara langsung oleh tim pengabdian untuk memastikan bahwa setiap materi yang diajarkan dalam pelatihan dapat diterapkan dengan baik oleh karyawan. Pendampingan ini meliputi proses pembuatan konten, mulai dari sesi foto dan video produk, hingga proses

pengeditan dan unggahan ke media sosial. Karyawan dibimbing dalam menggunakan perangkat lunak pengeditan gambar dan video sederhana, serta dalam memilih dan memanfaatkan fitur yang ada di Instagram dan TikTok, seperti Stories, hashtag, dan fitur interaktif lainnya.

3. Metode Pemberdayaan

Pemberdayaan dilakukan dengan cara melibatkan karyawan dalam seluruh proses pengelolaan media sosial. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kemandirian mereka dalam mengelola media sosial. Karyawan diberi kebebasan untuk merancang konten sesuai dengan ide mereka sendiri, yang kemudian dievaluasi oleh tim pengabdian. Proses ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga meningkatkan kreativitas karyawan dalam menciptakan konten yang relevan dan menarik bagi audiens.

4. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Setelah pelatihan dan pendampingan, evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana keterampilan karyawan dalam mengelola media sosial telah meningkat. Evaluasi ini mencakup analisis keterlibatan audiens terhadap konten yang diunggah dan pencapaian tujuan pemasaran digital. Jika diperlukan, tindak lanjut berupa pelatihan tambahan atau perbaikan dalam pembuatan konten juga dilakukan untuk memastikan hasil yang berkelanjutan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada Toko Baju Cenik Baby & Kids Fashion berhasil meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial, khususnya dalam hal konsistensi konten, interaksi dengan audiens, dan penerapan strategi pemasaran digital yang lebih terstruktur. Hasil yang tercapai selama kegiatan ini antara lain:

1. Peningkatan Konsistensi Pengunggahan Konten

Sebelumnya, Toko Baju Cenik mengunggah konten tanpa perencanaan yang matang. Setelah adanya pelatihan dan pendampingan dalam penyusunan jadwal posting, konten media sosial kini lebih teratur dan diposting sesuai dengan jadwal yang telah disepakati. Peningkatan konsistensi ini memungkinkan audiens untuk lebih sering berinteraksi dengan konten yang ditawarkan, sehingga membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan.

2. Peningkatan Engagement Audiens

Setelah implementasi strategi konten yang lebih terencana, terjadi peningkatan yang signifikan dalam tingkat engagement audiens. Terlihat dari adanya peningkatan jumlah like, komentar, dan tayangan pada setiap postingan. Selain itu, terjadi peningkatan interaksi melalui fitur Stories dan komentar yang memberikan sinyal positif terhadap audiens yang mulai lebih tertarik dengan produk yang dipromosikan. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang lebih terarah dan konsisten dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik media sosial.

3. Peningkatan Kemampuan Karyawan dalam Mengelola Konten
Pendampingan yang dilakukan secara langsung di lapangan memberikan dampak positif terhadap kemampuan karyawan dalam mengelola konten media sosial. Karyawan kini lebih terampil dalam mengambil foto produk yang menarik, mengedit video secara sederhana, dan menggunakan alat pengeditan dasar untuk meningkatkan kualitas konten. Mereka juga lebih paham mengenai pentingnya penggunaan hashtag yang tepat serta teknik-teknik interaktif lainnya, seperti polling dan tanya jawab, untuk meningkatkan engagement.
4. Evaluasi Pengelolaan Media Sosial
Setelah program selesai, evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana pengelolaan media sosial telah mengalami perubahan. Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap tingkat interaksi dan respon audiens, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan efektivitas media sosial sebagai alat pemasaran. Karyawan yang terlibat dalam kegiatan ini juga menunjukkan peningkatan dalam keterampilan digital mereka, yang dapat terus diterapkan untuk pengelolaan media sosial di masa mendatang.

Program kerja yang telah dilaksanakan selama kegiatan pengabdian masyarakat pada Toko Baju Cenik Baby & Kids Fashion meliputi penyusunan strategi konten, pembuatan jadwal posting, serta pendampingan pengelolaan media sosial Instagram dan Tiktok. Secara umum, seluruh program kerja telah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Berikut dokumentasi kegiatan selama pelaksanaan pengabdian masyarakat:



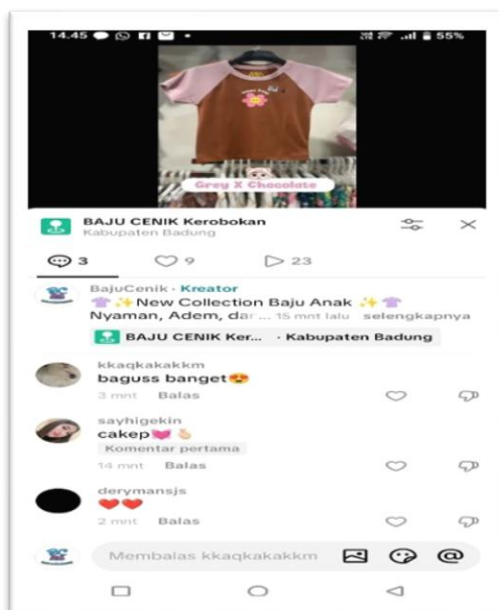
Gambar 1. Proses pendampingan pembuatan konten media sosial berupa foto dan video dengan karyawan sebagai upaya meningkatkan kualitas konten pemasaran digital



JADWAL POSTING KONTEN (1 MINGGU)

No	Hari	Platform	Waktu	Jenis konten
1.	Senin	Instagram	19.00	Foto Produk
2.	Rabu	Tiktok	19.30	Video Produk / OOTD Bayi
3.	Jumat	Instagram	12.00	Promo / Diskon
4.	Sabtu	Tiktok	20.00	Video Mix & Match Outfit

Gambar 2. Penyusunan jadwal posting konten media sosial bersama karyawan Toko Baju Cenik agar lebih teratur dan konsisten dalam pengunggahan konten media sosial.



Gambar 3. Hasil konten yang diupload

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Toko Baju Cenik Baby & Kids Fashion telah mencapai hasil yang positif, baik dalam aspek pengelolaan media sosial maupun dalam peningkatan keterampilan karyawan dalam pemasaran digital. Melalui pendekatan pelatihan, pendampingan, dan pemberdayaan, usaha ini berhasil meningkatkan konsistensi pengunggahan konten di media sosial, yang pada gilirannya meningkatkan engagement audiens. Karyawan kini lebih mampu mengelola konten secara mandiri, menggunakan teknik-teknik pengelolaan media sosial yang lebih profesional, dan menciptakan konten yang menarik serta relevan bagi audiens.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa interaksi audiens terhadap konten yang diunggah mengalami peningkatan signifikan, baik dari jumlah like, komentar, maupun tayangan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang diterapkan mulai menunjukkan dampak yang positif. Program ini juga berhasil memberikan pemahaman lebih mendalam kepada karyawan tentang pentingnya pengelolaan media sosial yang terstruktur dan konsisten dalam upaya memperluas jangkauan pasar dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.

Meskipun kegiatan pengabdian ini telah menghasilkan peningkatan yang signifikan, ada beberapa langkah yang dapat diambil untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan lebih lanjut.

1. Toko Baju Cenik diharapkan untuk terus mematuhi jadwal posting yang telah disusun dan meningkatkan variasi konten agar audiens tetap tertarik dan tidak bosan. Konsistensi dalam mengunggah konten tetap menjadi kunci utama dalam menjaga hubungan dengan audiens.
2. Toko Baju Cenik terus mengikuti perkembangan tren media sosial dan platform digital yang digunakan. Penggunaan fitur-fitur baru seperti TikTok Ads, Instagram Shopping, dan Instagram Reels dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan konversi penjualan.
3. Toko Baju Cenik penting untuk mempertahankan interaksi yang lebih mendalam dengan audiens melalui sesi tanya jawab, komentar, serta polling untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Sebagai tambahan, pihak usaha perlu memanfaatkan analitik media sosial untuk mengevaluasi performa setiap jenis konten dan mencari cara untuk terus meningkatkan kualitas dan relevansi konten yang dibuat.

Dengan penerapan strategi ini secara konsisten dan berkelanjutan, diharapkan Toko Baju Cenik dapat terus berkembang dan lebih kompetitif di pasar digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, R., & Indriani, E. (2020). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian pada usaha kecil menengah (UKM) di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 15(2), 124-135.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Herlina, N., & Simabur, F. (2025). Pengaruh konsistensi konten terhadap peningkatan engagement di media sosial. *Jurnal Manajemen Digital*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Pratama, B., & Suryani, M. (2019). Peran konten visual dalam meningkatkan engagement di media sosial pada brand fashion. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 22(3), 200-213.
- Priambada, S. (2015). Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

- Sari, D., & Suhendra, Y. (2022). Efektivitas penggunaan media sosial untuk meningkatkan brand awareness pada bisnis kecil dan menengah. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 19(4), 120-132.
- Wulandari, R., & Ismail, M. (2021). Strategi media sosial dalam pemasaran produk UMKM di era digital: Studi kasus di Bali. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 18(1), 45-56.