



PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MEMAKSIMALKAN PEMASARAN USAHA RIAS DAN SEWA BUSANA SM STUDIO BALI

Komang Arya Ganda Wiguna¹, Wayan Gede Suka Parwita², Komang Redy Winatha³, Ni Putu Suci Meinarni⁴, Rizkita Ayu Mutiarani⁵, I Gusti Ayu Agung Mas Aristamy⁶

^{1,2,3,4,5}Teknik Informatika, STMIK STIKOM Indonesi Denpasar, Bali, Indoensia

Email: ¹kmaryagw@stiki-indonesia.ac.id, ²gede.suka@stiki-indonesia.ac.id, ³redywin@stiki-indonesia.ac.id, ⁴sucimeinarni@stiki-indonesia.ac.id, ⁵ayumutiarani@stiki-indonesia.ac.id,

⁶agungmas.aristamy@stiki-indonesia.ac.id

Naskah Masuk	Naskah Direvisi	Naskah Diterima
7 September 2021	25 September 2021	28 September 2021

Abstrak:

Kondisi pandemi COVID-19 memberikan dampak yang cukup signifikan pada mitra yaitu menurunnya omzet dalam kurun waktu 5 bulan terakhir. Jasa rias adalah salah satu jasa yang mengharuskan antara pemberi jasa dan penikmat jasa saling bersentuhan. Hal ini cukup menyulitkan mitra untuk berstrategi agar tetap mendapatkan pelanggan baik jasa rias maupun penyewaan busananya. Selain itu, kemampuan mitra untuk memanfaatkan teknologi informasi sebagai salah satu sarana marketing dirasa belumlah maksimal. Mitra juga memiliki kendala dalam pembuatan konten yang menarik untuk sosial media marketing dikarenakan keterbatasan gadget dan skill yang kurang mumpuni. Untuk itu solusi yang dapat diberikan untuk mitra antara lain, pengembangan konten-konten digital untuk mendukung akun sosial media mitra. Tidak lupa mitra juga menerapkan model protokol kesehatan *new normal* dalam pemberian jasa bagi konsumen. Pelaksanaan PKM dimulai dari analisis kebutuhan mitra hingga evaluasi dan pelaporan. Analisis kebutuhan dilakukan terhadap manajemen pemasaran, manajemen tugas, manajemen produk dan pelayanan jasa sehingga dapat dirumuskan pada program ini kegiatan yang berbasis pemanfaatan teknologi dan penerapan standar protokol Kesehatan. Dalam hal pemanfaatan teknologi memfokuskan pada pemanfaatan akun media sosial guna kesinambungan bisnis mitra.

Tujuan: Pelaksanaan PKM bertujuan agar mitra dalam hal ini SM Studio Bali mendapat solusi atas permasalahannya. Diantaranya solusi untuk manajemen order, permasalahan konten pada media sosial.

Metode Penelitian: Tim pelaksana PKM menganalisis terlebih dahulu permasalahan mitra kemudian mencari kan solusi serta melaksanakan penerapan solusi tersebut.

Temuan: Kurangnya manajemen yang baik dalam bidang operasional dan marketing, hal tersebut karena owner bekerja sendirian (*one man show*).

Implikasi: Mitra merasa pelaksanaan PKM sangat kontributif bagi keberlangsungan bisnisnya.

Kata Kunci: Media Sosial, Digital Marketing, Bisnis Kecantikan, MUA

PENDAHULUAN

Analisis Situasi Mitra

SM Studio adalah salah satu UMKM yang menyediakan jasa rias wajah dan penyewaan busana untuk upacara khusus yang ada di Bali. Berdiri sejak tahun 2016 dan berlokasi di Jl. Gunung Cemara, Denpasar. UMKM ini tidak hanya menyediakan jasa rias untuk upacara tertentu saja tetapi juga

menawarkan jasa rias untuk acara – acara non formal seperti rias wajah untuk kondangan, rias wajah untuk foto wisuda dan lain – lain. Pengguna jasa SM Studio tersebar tidak hanya di Bali tapi juga dari Jakarta dan Surabaya yang biasanya datang ke Bali untuk melakukan photoshoot prewedding dan menggunakan jasa SM Studio untuk merias wajahnya agar hasil foto terlihat lebih maksimal. Pengguna jasa dari SM Studio biasanya melakukan proses pemesanan jasa melalui aplikasi Instagram atau Whatsapp. Apabila bentuk jasa yang dipesan adalah jasa penyewaan busana, biasanya akan dilakukan pertemuan di lokasi studio untuk melihat busana secara langsung dan pelanggan dapat mencobanya untuk mencocokkan ukuran dan warna. Begitupula dengan proses penggunaan jasanya, biasanya ditentukan terlebih dahulu dimana lokasi untuk rias wajah tersebut apakah di lokasi SM Studio atau di tempat pelanggan yang bersangkutan. Jadi dapat dikatakan bahwa bisnis yang digeluti oleh SM Studio tinggi akan interaksi langsung dengan pelanggan. Interaksi langsung yang tinggi pada usaha jasa rias wajah dan penyewaan busana menjadikan bumerang tersendiri pada situasi saat ini. Masyarakat dihimbau oleh pemerintah untuk melakukan physical distancing untuk menghentikan laju penyebaran yang sangat cepat ini. Keadaan ini sangat berimbas pada bisnis – bisnis yang banyak melakukan kontak fisik. Kebijakan physical distancing ini sangat berpengaruh pada usaha yang banyak melakukan kontak langsung, salah satunya SM Studio. Akibat dari pandemi dan kebijakan yang ditetapkan, masyarakat menjadi enggan dan takut untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Selain itu juga himbauan oleh pemerintah daerah Bali beberapa bulan lalu yang mengeluarkan larangan untuk mengadakan upacara besar di Bali (menikah, potong gigi, dan lain-lain) untuk mengurangi adanya kerumunan. Keadaan ini menjadikan pesanan pada SM Studio berkurang drastis. Menurunnya pesanan ini berimbas pada tidak adanya pemasukan pada usaha ini dan menjadikan usaha ini tidak mampu untuk melakukan maintenance rutin sehingga keadaan SM Studio menjadi tidak terurus seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.

Permasalahan Mitra

Keadaan pandemi menurunkan minat masyarakat untuk melakukan pembelian atau penyewaan jasa di bidang kecantikan, termasuk didalamnya jasa rias wajah dan sewa busana. Keadaan ini menjadikan pesanan jasa pada

SM Studio Bali menurun drastis. Tidak adanya pesanan juga berimbas pada tidak adanya pemasukan yang menjadikan SM Studio mengalami kesulitan dalam melakukan *maintenance* rutin. Permasalahan lain yang dihadapi oleh SM Studio adalah kurangnya kemampuan dalam melakukan *social media marketing*. Tetapi tidak bisa memanfaatkan pemasaran melalui sosial media dengan maksimal menjadi kendala SM Studio. SM Studio tidak dapat memanfaatkan sosial media secara maksimal dikarenakan merasa tidak mampu dalam mempresentasikan hasil jasa dengan baik. Mempresentasikan hasil jasa dengan baik yang dimaksud adalah tidak dapat menghasilkan konten digital yang dinilai artistik dan memiliki daya tarik.

Solusi Untuk Mitra

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, dosen sebagai pelaksana program pengabdian memberikan suatu solusi untuk pengembangan kemampuan produktivitas UKM dalam hal ini adalah SM Studio dalam masa pandemi COVID-19. Solusi tersebut menitikberatkan pada optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi untuk keberlangsungan bisnis. (Permana, I Putu Hendika; Meinarni, Ni Putu Suci; Desnanjaya, I Gusti Made Ngurah; Radhitya, Made Leo; Winatha, 2021) Banyak hal yang dapat dimanfaatkan dari sisi teknologi informasi, salah satunya memanfaatkan media sosial untuk menunjang bisnis.

Pada era digital seperti sekarang ini sektor bisnis, dalam hal ini adalah UMKM juga harus mampu melakukan penyesuaian dan berbagai inovasi mengikuti permintaan pasar. Permintaan pasar saat ini bukan hanya tentang jumlah stok barang atau kualitas barang, namun juga metode pemasaran harus mengikuti kemauan atau permintaan pasar. Misalnya beberapa pelaku usaha dalam menawarkan barang atau jasa kini lebih banyak menggunakan media sosial.

Mengapa media sosial itu penting? Sebuah studi tentang media sosial tiktok (Permana & Meinarni, 2021), menganalisis bahwa korelasi antara konten dengan jumlah *likes* memiliki adalah relevan. Artinya calon pelanggan atau masyarakat berhak sekaligus memberikan informasi apa yang mereka sukai dan tidak. Dari sanalah penjual dapat melakukan pendekatan persuasive terkait produk jasa maupun barang yang mereka tawarkan.

METODE PELAKSANAAN

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah peningkatan kesejahteraan, pengembangan kemampuan, dan penerapan protokol kesehatan. Metode pelaksanaan pengabdian meliputi beberapa kegiatan, dimulai dari analisis kebutuhan. Kemudian rencana analisis manajemen order, manajemen pemasaran, penerapan protokol kesehatan dan *retouching* logo mitra. Diagram alur ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 1: Diagram Alur Kegiatan PKM



HASIL DAN PEMBAHASAN

Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan PKM pada SM Studio ada 3 point, yaitu yang pertama terkait dengan pemanfaatan media sosial. Untuk mendukung dalam pemanfaatan media sosial dibagi menjadi beberapa point penting yang bisa dibahas yaitu teknik fotografi dan videografi, penyuntingan gambar dan pembuatan narasi. Kedua membahas mengenai penggunaan aplikasi manajemen order untuk membantu dalam penjadwalan dan meeting secara virtual. Ketiga yaitu mengedukasi terkait pentingnya protokol standart kesehatan.

Pelatihan Pengambilan Gambar dan Video

Pelatihan ini memfokuskan pada teknik fotografi dan videografi. Mitra diajarkan mengenai teknik dalam pengambilan gambar dengan memperkenalkan sudut pengambilan gambar dan pencahayaan. Dua teknik

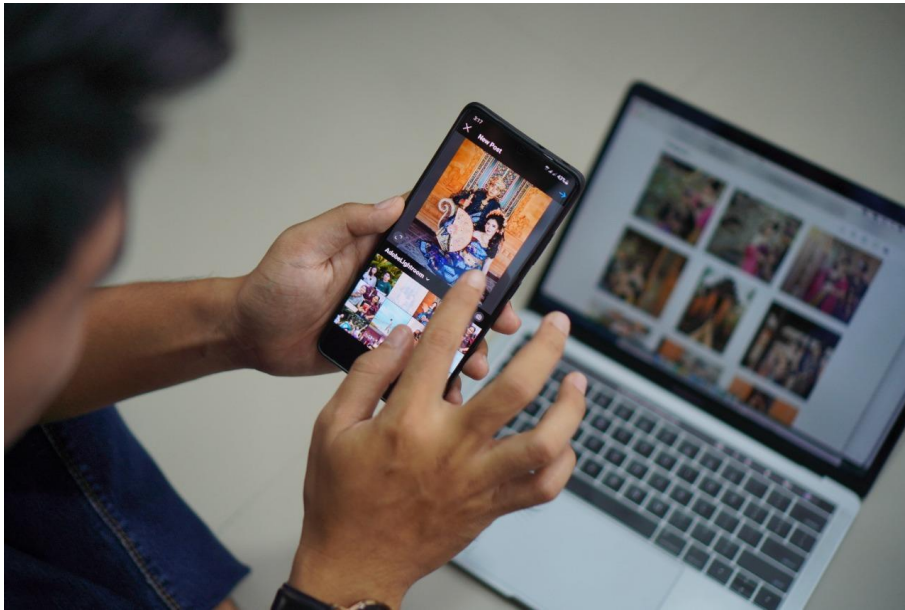
tersebut menjadi salah satu dalam pengambilan gambar yang baik. Sudut pengambilan gambar dengan kamera, merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk menyampaikan pesan melalui penempatan kamera pada sudut dan ketinggian tertentu (Sitorus & Simbolon, 2020).



Gambar 1. Teknik Pengambilan Gambar

Pelatihan Penyuntingan Gambar

Pelatihan selanjutnya adalah penyuntingan foto. Dalam pelatihan ini diajarkan bagaimana penambahan elemen logo sebagai identitas dari kepemilikan gambar, pemanfaatan filter yang tersedia dari aplikasi Instagram dan penataan layout foto. Ukuran gambar (*frame size*) dalam setiap shot memiliki maksud dan maknanya sendiri-sendiri. Untuk itu juru kamera dituntut untuk memahami ukuran gambar yang disesuaikan dengan kebutuhan skenario sebuah adegan (Bonafix, 2011). Berikut adalah pelatihan penyuntingan gambar.



Gambar 2. Proses Penyuntingan Gambar



Gambar 3. Hasil Editing Foto dengan HP

Pembuatan Narasi Konten

Pelatihan ini membahas pada pendalaman penggunaan media sosial dan pemahaman tentang konten apa yang efektif diunggah pada media sosial tersebut. Teknik dalam penyampaian informasi dengan membuat narasi yang

menarik dan berdasarkan ejaan yang disempurnakan serta memanfaatkan emoji yang sudah tersedia. Media sosial yang digunakan adalah instagram. Selanjutnya mitra dapat menentukan konten selanjutnya untuk diunggah.



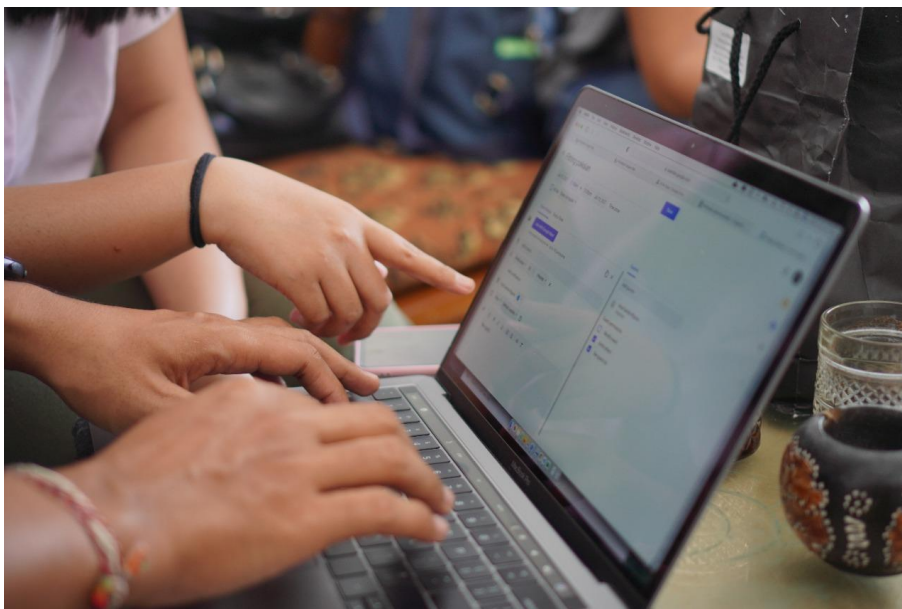
Gambar 5. Pembuatan Narasi Konten

Pelatihan Penjadwalan Menggunakan Google Calender dan Google Meet

Pelatihan manajemen project difokuskan untuk mempermudah koordinasi secara real time dalam menyelesaikan pesanan konsumen maupun kegiatan lain yang dilakukan oleh mitra. Aplikasi yang digunakan adalah google calender dan sudah terintegrasi langsung dengan google meet (Faroqi & Suryanto, 2020). Diharapkan dapat memudahkan mitra dalam pengaturan rencana kegiatan bagi mitra.



Gambar 6. Penggunaan Google Meet



Gambar 7. Penggunaan Google Calender

Edukasi Protokol Kesehatan

Penyampaian protokol standar kesehatan dirasa penting untuk disampaikan karena pada saat mitra akan berinteraksi langsung dengan konsumen. Pada materi ini disampaikan bagaimana tetap menjaga protokol dengan menggunakan alat pelindung diri dan strillisasi peralatan kerja. Sehingga konsumen juga memiliki kepercayaan dengan mitra.



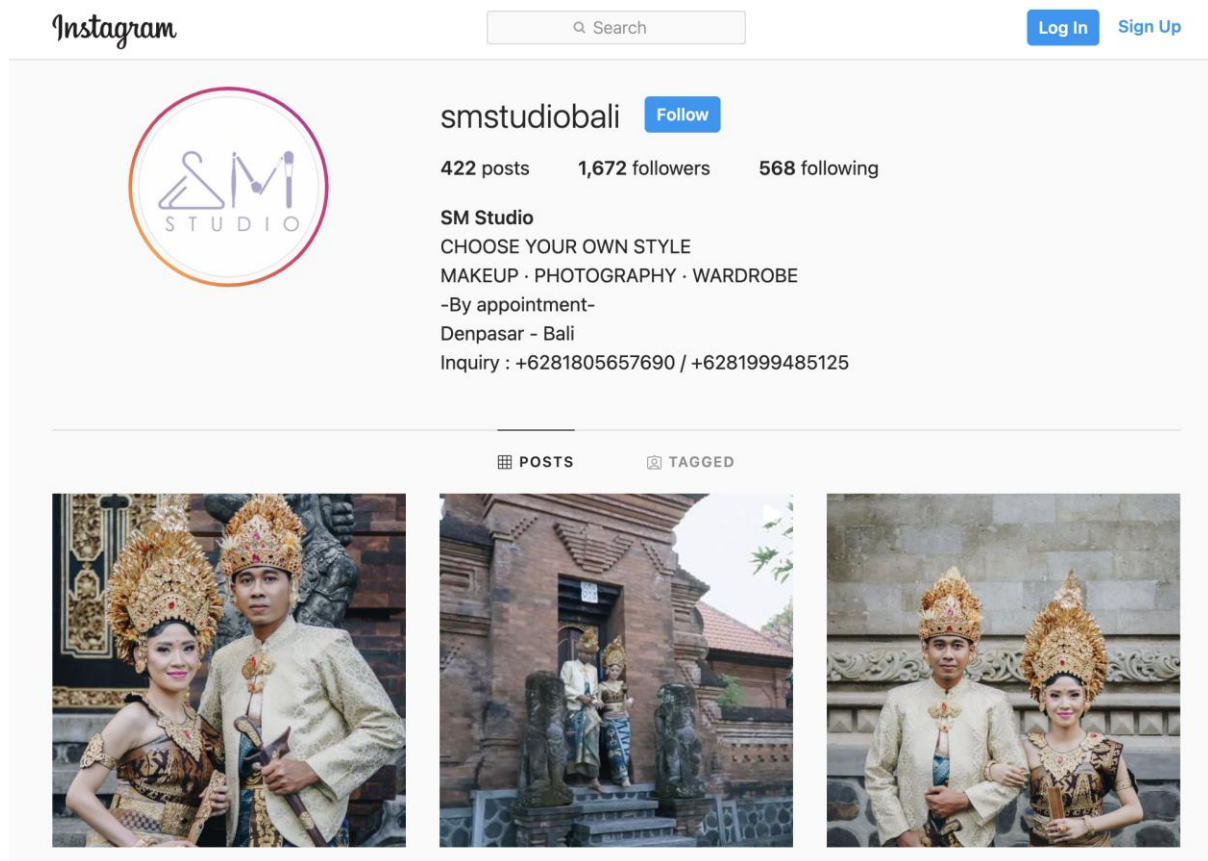
Gambar 8. Diskusi Terkait Penerapan Standar Protokol Kesehatan

Penyengaran Branding Mitra (*Retouch Logo*)

Pelaksanaan PKM juga membantu mitra dalam menyegarkan Logo SM Studio. Merek (*brand*) bukanlah sekedar nama, istilah (*term*), tanda (*sign*), simbol atau kombinasinya. Lebih dari itu merek adalah janji perusahaan secara konsisten memberikan *features*, *benefits*, dan *services* kepada para pelanggan (Rahmawaty, 2014). Dengan adanya perbaikan brand diharapkan menimbulkan kesan pada benak konsumen (Supriyadi, 2017).



Gambar 9. Logo SM Studio Bali



Gambar 10. Penyegaran Media Sosial (Instagram) SM Studio Bali

Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Tabel 2: Hasil Evaluasi Kegiatan PKM

No.	Objek Evaluasi	Kondisi Sebelum Kegiatan PKM	Kondisi Setelah Kegiatan PKM
1.	Pemanfaatan media sosial	Mitra belum memahami konsep dalam fotografi dan videografi dasar Mitra belum memahami cara membuat caption yang menarik	Mitra mampu memahami teknik dalam pengambilan fotografi dan videografi Mitra mampu membuat caption yang menarik dalam menyusun konten secara mandiri
2.	Pelatihan manajemen order	Mitra tidak memahami penggunaan aplikasi google calender dan google meet	Mitra bisa memahami penggunaan dan fungsi yang terdapat di google calender dan google meet
3	Edukasi standart protokol kesehatan	Mitra belum memiliki pemahaman mengenai pentingnya protokol kesehatan	Mitra mampu menerapkan dan memenuhi segala kebutuhan yang direkomendasikan pada protokol kesehatan

Sesuai dengan proposal yang diajukan sebelumnya, secara umum kegiatan PKM ini dibagi menjadi 3 yaitu: pemanfaatan media sosial, penggunaan aplikasi untuk membantu dalam manajemen project serta edukasi

mengenai protokol kesehatan. Tabel 2 berikut menunjukkan detail hasil evaluasi dari kegiatan PKM ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM ini telah dilakukan beberapa kegiatan dimulai dari pelatihan teknik fotografi dan videografi dasar, cara membuat caption yang menarik dan unik, penggunaan aplikasi google calender dan google meet untuk penjadwalan project serta edukasi mengenai protokol kesehatan. Hasil dari pelaksanaan PKM diharapkan mitra mampu menyusun konten secara mandiri. Saran setelah pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah perlu dibuatkan sebuah katalog online untuk menampilkan produk yang dimiliki sehingga memudahkan pelanggan jika ingin melihat pakaian yang tersedia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih yang tak terhingga kami sampaikan kepada institusi tempat kami mengabdikan, STMIK STIKOM Indonesia. Atas dukungannya pelaksanaan PKM terlaksana dengan baik. Dan juga kepada mitra dan seluruh pihak yang terlibat, terimakasih atas kerjasama yang baik.

REFERENSI

- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. *Humaniora*, 2(1), 845. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.4015>
- Faroqi, A., & Suryanto, T. L. M. (2020). *The Use of Google Calendar for The Making of Academic*. 4(1), 13–16.
- Permana, I Putu Hendika; Meinarni, Ni Putu Suci; Desnanjaya, I Gusti Made Ngurah; Radhitya, Made Leo; Winatha, K. R. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk UMKM* (I. K. Setiawan (ed.)). STMIK STIKOM Indonesia.
- Permana, I. P. H., & Meinarni, N. P. S. (2021). Ratio Analysis on Tiktok (Social Media) for Qualitative Research Using Explorative Methods. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 8(1), 30–38. <https://doi.org/10.22225/jj.8.1.2944.30-38>
- Rahmawaty, P. (2014). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SARI ROTI. *JURNAL ILMU MANAJEMEN*, 11(2), 82–89.
- Sitorus, C. P., & Simbolon, B. R. (2020). Penerapan Angle Camera Dalam

Videografi Jurnalistik Sebagai Penyampai Berita Di Metro Tv Biro Medan.
Jurnal Social Opinion ..., 4, 137–150.

Supriyadi. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1).