

Perancangan Media Sosial sebagai Sarana Promosi dan Edukasi Kain Tenun Songket Sidemen

Social Media Design as a Means of Promotion and Education of Sidemen Songket Woven Fabric

^{1*)}I Gusti Ayu Novita Pradnyasari, ²⁾Kadek Devi Kalfika Anggria Wardani, ³⁾A.A.Ngr.Eddy Supriyadinata Gorda

¹⁾Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis,

^{2,3)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pendidikan Nasional

Jl. Bedugul No.39, Sidakarya, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali 80224, Indonesia

*email korespondensi: pradnyasarinovita@gmail.com

DOI:

[10.30595/jppm.v7i2.11404](https://doi.org/10.30595/jppm.v7i2.11404)

Histori Artikel:

Diajukan:
20/08/2021

Diterima:
15/09/2023

Diterbitkan:
25/09/2023

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 membawa dampak yang sangat serius terhadap perkembangan sebuah bisnis, salah satunya bisnis kain tenun songket sidemen di Desa Sidemen. Pandemi COVID-19 ini menyebabkan penurunan omzet penjualan kain tenun songket sidemen yang signifikan. Penurunan omzet penjualan ini menjadi tantangan bagi pelaku usaha kain tenun songket untuk dapat menemukan jalan keluar supaya intensitas penjualan kain tenun songket mereka tetap maksimal. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini solusi yang dapat ditawarkan melalui optimalisasi penggunaan teknologi, yaitu dengan cara perancangan media sosial sebagai sarana promosi online. Melalui media sosial maka pasar yang dijangkau akan semakin luas, sehingga berpeluang menarik lebih banyak konsumen untuk membeli produk kain tenun songket sidemen. Implementasi dari pengabdian ini diperuntukan kepada mitra yaitu Kelompok Tenun Purna Kusuma Desa Sidemen yaitu merancang akun media sosial Facebook dan Instagram untuk dapat membantu meningkatkan promosi sekaligus edukasi kain tenun songket secara online. Metode kegiatan yang dilakukan adalah dengan Participatory Rural Appraisal (PRA) yang menekankan pada keikutsertaan anggota kelompok pada program pemberdayaan yang dilaksanakan dimulai dari tahap perancangan, pelaksanaan, pengawasan, dan pengevaluasian program. Hasil dari pengabdian ini adalah terbentuknya akun media sosial Facebook dan Instagram untuk membantu promosi dan edukasi kain tenun songket. Hasil pengabdian ini sangat berguna guna membantu para pelaku usaha untuk meningkatkan promosi penjualan di masa pandemi dengan melibatkan mereka secara langsung.

Kata kunci: Tenun Songket; Pandemi Covid-19; Media Sosial; Promosi; Edukasi

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has had a very serious impact on the development of a business, one of which is the songket sidemen woven fabric business at Sidemen village. The COVID-19 pandemic has caused a significant decline in sales turnover of sidemen songket woven fabrics. This decline in sales turnover is a challenge for songket woven fabric business actors to be able to find a way out so that the intensity of their songket woven fabric sales remains maximal. Through this service, the solution that can be offered is through optimizing the use of technology, namely by designing social media as a means of online promotion. Through social media, the market

reached will be wider, so it has the opportunity to attract more consumers to buy sidemen songket woven fabric products. The implementation of this service is intended for partners, namely the Purna Kusuma Weaving Group, Sidemen Village, which is designing Facebook and Instagram social media accounts to help increase the promotion and education of songket woven fabrics online. The method of activity carried out is the Participatory Rural Appraisal (PRA) which emphasizes the participation of group members in the empowerment program which is carried out starting from the design, implementation, monitoring, and evaluation stages of the program. The result of this service is the formation of Facebook and Instagram social media accounts to help promote and educate songket woven fabrics. The results of this service are very useful to help business actors to increase sales promotion during the pandemic by involving them directly.

Keywords: *Songket weaving; Pandemic Covid-19; Social Media, Promotion; Education*

PENDAHULUAN

Pulau Bali memiliki beragam warisan seni dan budaya. Selain beragam, warisan seni budaya Bali juga mempunyai keunikan. Keunikan ini menjadi daya tarik bagi masyarakat domestik maupun mancanegara untuk berkunjung ke Bali (Raka, 2017).

Tidak hanya bermodal keunikan, warisan seni budaya Bali juga dikenal akan keindahannya. Keindahan seni budaya Bali dapat dilihat dan dinikmati melalui hasil kerajinan tradisional. Terdapat berbagai macam hasil kerajinan tradisional di Bali, salah satunya adalah kain tenun songket. Kerajinan kain tenun songket sudah berkembang sejak lama di Bali. Pada awalnya, kain tenun songket hanya digunakan oleh para keluarga kerajaan. Akan tetapi, seiring dengan berjalannya waktu kain tenun songket mulai digunakan oleh masyarakat umum pada acara-acara tertentu, seperti upacara pernikahan, potong gigi, kelulusan, dan acara besar lainnya (Diskominfo Provinsi Bali, 2020).

Salah satu daerah penghasil kain tenun songket yang terkenal di Bali adalah Desa Sidemen. Desa Sidemen memiliki jumlah penduduk sebanyak 4.261 orang yang terdiri dari 2.109 penduduk laki-laki dan 2.152 penduduk perempuan (Desa Sidemen, 2020). Aktivitas menenun di desa ini umumnya dilakukan oleh penduduk perempuan. Mereka sudah lama menekuni kegiatan menenun karena sudah diwariskan secara turun menurun. Meskipun demikian, semakin hari profesi ini kian digemari karena dapat menghasilkan pendapatan.

Berdasarkan data IKM Desa Sidemen tahun 2020, terdapat 958 penduduk perempuan atau sekitar 44,5 % dari penduduk perempuan

berprofesi sebagai pengerajin kain tenun songket. Persentase tersebut menunjukkan bahwa aktivitas produksi kain tenun songket di Desa Sidemen tergolong cukup tinggi. Tingginya minat penduduk perempuan sebagai penenun karena profesi ini dapat memberikan penghasilan untuk digunakan memenuhi kebutuhan rumah tangga. Selain itu, harga jual kain tenun songket yang tinggi menjadi alasan usaha tersebut masih ditekuni hingga saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap beberapa pengerajin kain tenun songket di Desa Sidemen, hasil produksi kain tenun songket umumnya dipasarkan secara langsung yaitu melalui toko-toko, *artshop*, pameran, dan tidak jarang dari konsumennya yang langsung datang ke tempat produksi untuk membeli kain tenun songket. Konsumen yang berasal dari masyarakat lokal maupun non lokal sangat tertarik pada keindahan kain tenun songket sidemen. Kesan mewah yang terpancar dari motif dan bahan yang dipakai membuat setiap orang akan terlihat elegan ketika menggunakannya. Hal ini menjadi magnet bagi siapa saja untuk bisa memiliki dan membeli kain tenun songket sidemen. Semakin banyak orang yang membeli kain tenun songket sidemen tentunya akan menambah penghasilan para pengerajin kain tenun.

Sayangnya perkembangan usaha kain tenun songket sidemen harus dihadapkan pada situasi pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 ini membawa dampak yang serius pada semua sektor tidak terkecuali sektor ekonomi (Amboningtyas, Taunay, & Rusmawati, 2021). Pandemi COVID-19 mengakibatkan terhambatnya pertumbuhan ekonomi karena pergerakan bisnis secara *offline* dibatasi. Hal ini

dikarenakan, adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan *physical distancing* untuk mengurangi penyebaran virus COVID-19 (Marlinah, 2020). Selain itu, arus keluar masuk wilayah semakin diperketat. Masyarakat yang hendak melakukan perjalanan wajib melakukan dan membawa hasil *rapid test* atau *PCR test* untuk memastikan bahwa mereka tidak terpapar virus COVID-19. Kondisi seperti ini tentunya mempengaruhi kelangsungan usaha kain tenun songket sidemen.

Selama pandemi COVID-19 terjadi penurunan omzet penjualan kain tenun songket sidemen yang signifikan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis lakukan, penurunan omzet penjualan kain tenun songket sidemen mencapai sekitar 74,3%. Sebelum adanya pandemi omzet penjualan kain tenun songket sidemen dapat mencapai sekitar 15 juta – 20 juta per bulan. Akan tetapi, selama pandemi COVID-19 ini omzet penjualan kain tenun songket hanya sekitar 4 juta– 5 juta per bulan. Penurunan omzet ini dikarenakan turunnya volume penjualan akibat sepihnya permintaan baik di toko-toko maupun *artshop*. Kemudian, kegiatan pameran yang biasanya menjadi ladang pendapatan banyak yang ditiadakan. Ditambah lagi, adanya kebijakan pembatasan oleh pemerintah menyebabkan konsumen tidak dapat langsung ke tempat produksi untuk membeli kain tenun songket.

Penurunan omzet penjualan kain tenun songket sidemen mendorong pelaku usaha kain tenun songket untuk segera mencari solusi yang tepat. Pandemi COVID-19 yang tidak dapat diprediksi kapan akan berakhir, menuntut para pelaku bisnis untuk segera melakukan perubahan dan transformasi bisnis agar usaha yang dijalankan dapat tetap bertahan (Soetjipto, 2020). Solusi yang dapat digunakan adalah dengan memaksimalkan peranan teknologi, salah satunya melalui media sosial. Media sosial menjadi wadah bagi para pelaku usaha untuk melakukan kegiatan promosi dan penjualan produk secara online. Media sosial juga dapat menjadi sarana untuk dapat menjangkau target pasar yang lebih luas. Selain itu, media sosial membantu meningkatkan efektivitas komunikasi dengan para konsumen. Interaksi antara produsen dan konsumen yang nyaris putus akibat pandemi, akhirnya dapat

dihubungkan kembali berkat media sosial. Konsumen dapat memberikan *feedback* secara langsung sehingga para pelaku usaha dapat mengetahui kebutuhan konsumennya (Trulline, 2021).

Pemanfaatan media sosial secara optimal dapat mendorong kelangsungan usaha kain tenun songket sidemen di masa pandemi. Media sosial yang merupakan wadah promosi berbasis online yang efektif dan efisien antara produsen dan konsumen. Media Sosial membantu para pengerajin kain tenun untuk dapat memasarkan produknya ke konsumen. Hal ini tentunya akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai kain tenun songket sidemen, seperti motif, warna, dan harga kain tenun tanpa harus datang ke lokasi.

Mengingat bahwa kain tenun songket menjadi salah satu sumber penghasilan masyarakat Desa Sidemen maka promosi melalui media sosial perlu dilakukan secara intensif. Hal ini bertujuan untuk menarik lebih banyak konsumen agar membeli produk yang ditawarkan (Marta, 2015). Melalui media sosial jangkauan pasar akan semakin luas, sehingga berpeluang menarik lebih banyak konsumen untuk membeli produk kain tenun songket sidemen. Semakin banyak yang membeli kain tenun songket, maka penghasilan masyarakat akan bertambah sehingga dapat membantu menyokong perekonomian mereka di tengah pandemi.

Kegiatan promosi yang dilakukan melalui media sosial tidak hanya sebatas untuk meningkatkan produksi penjualan kain tenun songket sidemen, tetapi juga untuk meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen. Kualitas layanan yang baik akan memperkuat hubungan dan meningkatkan loyalitas konsumen (Juniantara & Sukawati, 2018). Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan loyalitas konsumen adalah dengan meningkatkan interaksi melalui unggahan konten edukasi di media sosial (Putra & Astina, 2019). Konten edukasi dapat berupa informasi-informasi perkembangan kain tenun songket, alat dan bahan yang digunakan, cara merawat agar kain tenun, dan informasi-informasi lainnya yang terkait. Konten edukasi ini akan menjadi daya tarik tersendiri karena dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

Konsumen akan menjadi lebih intens untuk melakukan interaksi karena media sosial tidak hanya digunakan sebagai wadah promosi tetapi juga sebagai sarana edukasi kain tenun songket sidemen.

METODE

Terkait topik pengabdian kepada masyarakat yang dibahas, adapun metode kegiatan yang dilakukan adalah dengan *Participatory Rural Appraisal (PRA)*. Metode PRA menekankan pada keikutsertaan masyarakat dalam program pemberdayaan yang dilaksanakan dimulai dari tahap perancangan, pelaksanaan, monitoring, dan pengevaluasian program (Suwardi, Baihaqi, Syardiansah, & Navia, 2021).

Kegiatan pengabdian dengan metode PRA diimplementasikan melalui program pemberdayaan kepada salah satu Kelompok Tenun yang ada di Desa Sidemen yang bernama Kelompok Tenun Purna Kusuma. Program Pemberdayaan yang dilakukan yaitu dengan memberikan pengenalan sekaligus pelatihan penggunaan media sosial Facebook dan Instagram sebagai sarana promosi sekaligus Edukasi Kain Tenun Songket Sidemen. Adapun tahap-tahap yang dilakukan dalam pengabdian adalah sebagai berikut:

a. Tahap Awal dan Perencanaan

Pada tahap awal penulis melakukan wawancara terhadap kelompok Tenun Purna Kusuma Desa Sidemen untuk mengetahui perkembangan usaha kain tenun songket dan kendala yang dihadapi selama pandemi COVID-19. Setelah mengetahui kendala yang dihadapi yaitu dalam penjualan produk kain tenun songket, penulis memberikan solusi dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi *online*. Solusi ini diberikan karena kelompok Tenun Purna Kusuma belum memiliki akun media sosial untuk memasarkan produk kain tenun songket mereka.

Selain sebagai sarana promosi, penulis juga memberi solusi agar nantinya akun media sosial yang dirancang juga bisa dijadikan sebagai sarana edukasi. Hal ini karena, menurut Juniantara & Sukawati (2018), konten edukasi yang diunggah di media sosial dapat membantu meningkatkan kualitas layanan konsumen sehingga konsumen semakin rutin untuk

mengunjungi ke akun media sosial. Oleh sebab itu, agar akun media sosial dimanfaatkan secara optimal, maka selain melakukan promosi kain tenun songket, akun media sosial milik kelompok tenun Purna Kusuma nantinya akan digunakan sebagai media edukasi.

Selanjutnya penulis menjelaskan secara garis besar fungsi dan juga cara penggunaan media sosial Facebook dan Instagram sebagai media promosi. Setelah itu, penulis bersama dengan kelompok tenun Purna Kusuma menyusun konten edukasi yang akan dibagikan di akun media sosial dan menentukan jadwal konten edukasi tersebut akan diunggah.

b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, adapun kegiatan yang dilakukan adalah:

1. Pelatihan pembuatan akun media sosial Facebook dan Instagram
2. Melakukan dokumentasi produk
3. Perancangan poster konten edukasi kain tenun songket untuk di unggah ke akun media sosial
4. Perancangan LOGO dan *template* untuk setiap unggahan produk kain tenun songket
5. Mengunggah produk yang siap untuk dijual dan mengunggah konten edukasi sesuai jadwal yang telah ditentukan

c. Tahap Pengawasan (*Monitoring*)

Pada tahap pengawasan akan dilakukan adalah pemantauan secara rutin aktivitas yang terjadi di akun media sosial milik kelompok Tenun Purna Kusuma, seperti pesan masuk, komentar pada setiap unggahan produk maupun konten edukasi, jumlah pengguna yang menyukai unggahan tersebut, dan hal lainnya. Pengawasan ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan akun media sosial kelompok tenun Purna Kusuma.

d. Tahap Pengevaluasian & Akhir

Melakukan evaluasi terkait dengan perancangan akun media sosial untuk promosi melalui media sosial dan segera membuat keputusan. Kemudian, tahap akhir dari kegiatan pengabdian ini adalah penyerahan akun media sosial kepada Kelompok Tenun Purna Kusuma.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang telah dilakukan oleh penulis adalah untuk

memberikan solusi terhadap kendala yang dihadapi oleh Kelompok Tenun Purna Kusuma di Desa Sidemen dalam melakukan promosi penjualan kain tenun songket selama pandemi COVID-19. Adapun solusi yang ditawarkan yaitu dengan melakukan perancangan akun media sosial Facebook dan Instagram untuk mempromosikan kain tenun songket secara online. Selain digunakan sebagai wadah promosi, akun media sosial juga digunakan sebagai sarana edukasi kain tenun songket sidemen. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dari tanggal 22 Juli sampai dengan 3 Agustus 2021. Adapun hasil dari pengabdian ini adalah sebagai berikut:

a. Tahap Awal & Perencanaan

1) Pengenalan Media Sosial kepada Kelompok Tenun Purna Kusuma

Penulis memberikan edukasi penggunaan media sosial yakni Facebook dan Instagram sebagai media promosi *online* seperti pada gambar 1. Edukasi yang diberikan yakni tentang tata cara penggunaan media sosial, cara pembuatan akun media sosial, cara melakukan promosi produk kain tenun songket secara *online*, dan cara menghubungkan akun Facebook dan Instagram.



Gambar 1. Pengenalan Media Sosial kepada Kelompok Tenun Purna Kusuma

2) Penyusunan Konten Edukasi tentang kain tenun songket

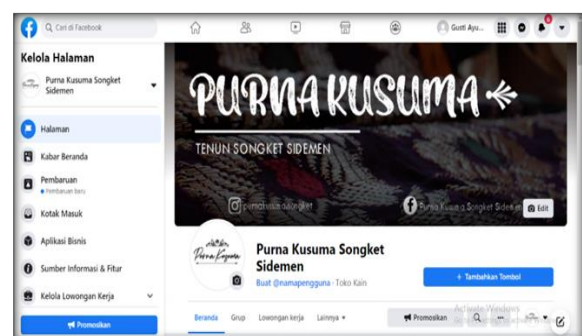
Media sosial milik kelompok tenun Purna Kusuma tidak hanya dirancang untuk keperluan promosi tetapi juga wadah edukasi tentang kain tenun songket. Tujuan dimuatnya konten edukasi pada akun media sosial adalah untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial. Konten edukasi tersebut disusun oleh Kelompok Tenun Purna Kusuma dengan

didampingi oleh penulis. Konten edukasi yang disusun seperti tata cara merawat kain tenun songket, alat dan bahan untuk membuat kain tenun songket, motif kain tenun songket, dan hal-hal lainnya yang terkait dengan kain tenun songket. Sumber materi untuk konten tersebut diperoleh dari informasi-informasi yang dimiliki oleh kelompok tenun sendiri, *website*, maupun sumber-sumber lain yang terpercaya. Konten yang telah disusun tersebut nantinya akan dibagikan di akun Facebook dan juga Instagram milik kelompok tenun Purna Kusuma. Setiap minggu akan ada 1 konten edukasi terkait kain tenun songket.

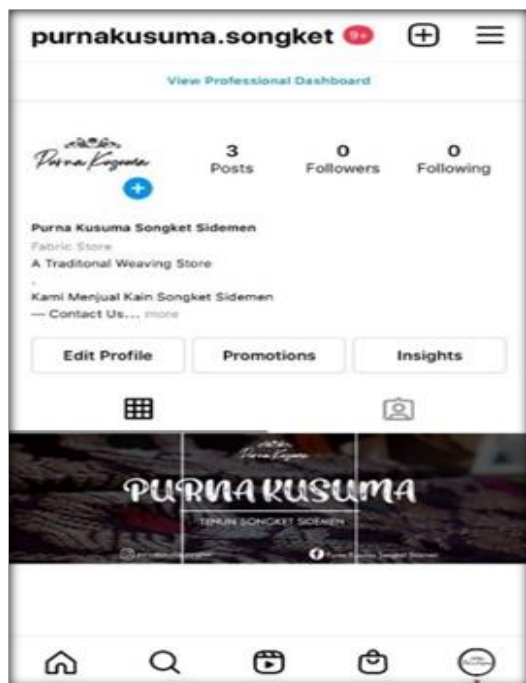
b. Tahap Pelaksanaan

1) Pelatihan Pembuatan Akun Media Sosial

Pada tahap ini, penulis memberikan pelatihan cara pembuatan akun media sosial bersama dengan kelompok tenun Purna Kusuma. Pembuatan akun diawali dengan pembuatan alamat email. Setelah itu, dilanjutkan dengan membuat akun di Facebook dan Instagram. Untuk di Facebook, akun kelompok tenun Purna Kusuma dibuat dalam bentuk *page* (halaman). Alasan akun media sosial Facebook milik kelompok Purna Kusuma dibuat dalam bentuk *page* (halaman) adalah untuk memudahkan proses pemantauan karena untuk membuat *page* (halaman) dapat dilakukan dengan menggunakan akun pribadi milik salah satu anggota kelompok. Selain itu, kegiatan promosi di Facebook akan menjadi lebih mudah dengan menggunakan *page* (halaman). Berikut gambar 2 yang menunjukkan halaman akun Facebook kelompok tenun Purna Kusuma. Kemudian gambar 3 menunjukkan tampilan akun Instagram kelompok tenun Purna Kusuma.



Gambar 2. Page (halaman) Facebook
Kelompok Tenun Purna Kusuma



Gambar 3. Akun Instagram Kelompok Tenun
Purna Kusuma

2) Perancangan Logo Kelompok Tenun Purna Kusuma

Perancangan logo bertujuan agar kelompok tenun Purna Kusuma memiliki tanda pengenal (ikon) usaha. Logo tersebut akan menjadi identitas usaha, karena selama ini kelompok tenun Purna Kusuma belum memiliki Logo. Logo yang dibuat akan dipasang sebagai photo profile dan akan dipakai pada setiap unggahan produk maupun konten edukasi di akun media sosial kelompok tenun Purna Kusuma. Melalui perancangan logo ini diharapkan setiap pengguna media sosial akan mudah untuk mengenali akun media sosial milik kelompok tenun Purna Kusuma. Berikut gambar 4 merupakan logo kelompok tenun purna kusuma.



Gambar 4. Logo Kelompok Tenun Purna
Kusuma

Adapun makna dari logo tersebut adalah:

- Daun yang terlihat menjalar pada ornamen melambangkan bahwa kelompok tenun Purna Kusuma memiliki harapan agar usaha kain tenun songket dapat terus berjalan sepanjang waktu.
- Bunga yang tumbuh di tengah ornamen melambangkan bahwa setiap kain tenun songket diproduksi (dilahirkan) melalui proses produksi langsung sehingga menghasilkan karya yang indah.
- Tulisan Purna Kusuma adalah nama dari kelompok tenun songket sidemen

3) Pelatihan perancangan *template* untuk setiap unggahan produk

Perancangan *template* bertujuan untuk menyeragamkan setiap unggahan produk. Melalui perancangan *template* maka akan menciptakan visual yang baik sehingga dapat menarik setiap pengguna media sosial atau calon konsumen. *Template* produk dibuat dengan menggunakan Canva. Canva merupakan sebuah platform desain gratis yang dapat diakses melalui *website* maupun aplikasi melalui laptop atau handphone. Di dalam Canva sudah terdapat berbagai macam format *template* yang dapat langsung digunakan.

Dalam perancangan *template*, penulis memberikan pelatihan penggunaan Canva terlebih dahulu kepada mitra. Setelah itu, memberikan pelatihan membuat *template* produk kain tenun songket yang menarik. Pada *template* tersebut akan berisi gambar produk kain tenun songket, nama kain tenun songket, logo kelompok tenun, dan akun media sosial yang dimiliki oleh kelompok tenun Purna Kusuma. Berikut gambar 5 adalah hasil desain *template* produk yang akan diunggah ke Facebook dan Instagram, dan gambar 6 adalah tampilan produk setelah diunggah di Instagram.



Gambar 5. *Template* Produk yang Diunggah ke Facebook dan Instagram

4) Dokumentasi produk kain tenun songket

Kain tenun songket yang siap dipromosikan di media sosial akan didokumentasikan terlebih dahulu. Dokumentasi produk dilakukan dengan menggunakan handphone. Hasil dokumentasi seperti gambar 6 akan dipasang ke dalam *template* yang sudah dirancang setelah itu diunggah ke akun media sosial untuk merepresentasikan produk kain tenun kepada konsumen.



Gambar 6. Hasil Dokumentasi Produk Kain Tenun Songket Milik Kelompok Tenun Purna Kusuma

5) Perancangan desain visual konten edukasi

Setelah konten edukasi selesai disusun, maka konten tersebut akan diubah kedalam bentuk desain visual seperti poster. Hal ini dilakukan supaya konten edukasi yang akan dibagikan ke media sosial dapat terlihat lebih menarik karena isinya tidak hanya tulisan, tetapi terdapat pula gambar-gambar yang mendukung. Perancangan poster dilakukan

melalui platform Canva seperti pembuatan *template* produk karena di Canva sudah terdapat *template* poster yang bisa langsung digunakan. Pada setiap poster edukasi akan dicantumkan pula logo kelompok tenun dan akun media sosial milik kelompok tenun Purna Kusuma seperti pada gambar 7.



Gambar 7. Hasil Perancangan Poster Konten Edukasi Kain Tenun Songket

6) Pengelolaan akun media sosial

Setelah penulis memberikan pelatihan kepada kelompok tenun Purna Kusuma terkait pembuatan akun media sosial, cara perancangan *template* produk, dan perancangan konten edukasi. Selanjutnya penulis memberikan pelatihan pengelolaan akun media sosial di Facebook dan Instagram. Pada pelatihan tersebut diberikan cara mengunggah hasil *template* produk maupun konten edukasi yang sebelumnya telah dibuat melalui Canva. Selain itu, memberikan pemaparan mengenai cara pembuatan story di akun facebook dan Instagram kelompok tenun Purna Kusuma.

c. Tahap Pengawasan (*Monitoring*)

Pada tahap pengawasan ini, kelompok tenun Purna Kusuma diberikan pelatihan dalam memantau aktivitas yang terjadi di akun Facebook maupun di Instagram. Aktivitas yang dipantau adalah pesan masuk ke masing-masing akun, jumlah *follower* (pengikut) pada setiap akun media sosial, jumlah like, jumlah share, dan komentar pada setiap unggahan. Aktivitas tersebut dipantau setiap harinya agar pengelola akun dapat dengan segera memberikan respon khususnya untuk pesan masuk maupun komentar pada setiap unggahan.

d. Tahap Evaluasi & Akhir

Tahap selanjutnya adalah pengevaluasian terhadap perancangan akun media sosial untuk kelompok tenun Purna Kusuma.

Pengevaluasian dilakukan mulai dari pembuatan akun media sosial, perancangan logo, *template*, penyusunan konten edukasi, perancangan poster untuk konten edukasi, dan pengelolaan akun media sosial. Pengevaluasian tersebut bertujuan untuk mengetahui capaian dari pengabdian yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil evaluasi, kelompok Tenun Purna Kusuma yang awalnya belum terlalu memahami penggunaan media sosial akhirnya setelah pengabdian dilakukan mulai mengerti kegunaan media sosial sebagai sarana promosi kain tenun songket yang diwujudkan dengan perancangan akun media sosial Facebook dan Instagram, pembuatan logo sebagai ikon usaha, menggunakan *template* pada setiap unggahan produk untuk membuat tampilan akun media sosial menjadi lebih menarik. Menyusun konten edukasi dan mengubahnya dalam bentuk poster untuk diunggah ke akun media sosial guna menambah daya tarik akun media sosial, serta paham cara mengelola akun media sosial dengan rutin melakukan pemantauan terhadap aktivitas yang ada.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilakukan oleh penulis, pelatihan perancangan media sosial sangat membantu kelompok tenun dalam mempromosikan produk kain tenun songket mereka. Hal ini mengingatkan bahwa aktivitas bisnis secara *offline* sangat dibatasi dalam situasi pandemi COVID-19 seperti saat ini, sehingga para pelaku bisnis didorong untuk memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi *online*. Dengan merancang akun media sosial secara baik maka akan menarik para pengguna media sosial untuk berkunjung melihat produk-produk yang ditawarkan.

Selain melakukan promosi, akun media sosial dapat digunakan sebagai wadah untuk membagikan konten edukasi terkait dengan kain tenun songket. Adanya konten edukasi, akun media sosial akan memiliki daya tarik tersendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Amboningtyas, D., Taunay, E. G. P., & Rusmawati, Y. (2021). Kondisi UMKM

di Kota Semarang di masa pandemi Covid-19 pada pertumbuhan ekonomi. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian 2021*, 526–537.

Desa Sidemen. (2020a). *Data IKM Desa Sidemen*. Karangasem.

Desa Sidemen. (2020b). *Profil Desa Sidemen*. Karangasem.

Diskominfos, P. B. (2020). Untaian Filosofi pada Kain Songket Sidemen. Retrieved July 11, 2021, from <https://diskominfos.baliprov.go.id/untaiain-filosofi-pada-kain-songket-sidemen/>

Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p06>

Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.

Marta, R. (2015). Penggunaan Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Kain Tenun Songket Silungkang. *Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 6(2), 147–160.

Putra, I. K. A. M., & Astina, K. A. D. (2019). Pemanfaatan Media Instagram Multiple Post Sebagai Sarana Edukasi Berbasis Visual Bagi Warganet. *Jurnal Nawala Visual*, 1(2), 113–121. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i2.42>

Raka, A. A. G. (2017). Implikasi Pemberdayaan Warisan “Nekara Pejeng” Gianyar, Bali Sebagai Daya Tarik Wisata. *Proceedings International Conference: Global Connectivity, Cross Cultural Connections, Social Inclusion, and Recognition: The Role of Social Sciences.*, 7(5), 415–425. <https://doi.org/10.1080/00379818409514>

Soetjipto, N. (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19*. K-Media. Yogyakarta: K-Media.

Suwardi, A. B., Baihaqi, B., Syardiansah, S., & Navia, Z. I. (2021). Penguatan Pemasaran Produk Tenun Lidi Nipah Pada Kelompok Bungong Chirih Melalui Aplikasi E-Marketing Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(2), 142–146.

Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.
<https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>