

Tutorial Instagram Reel Technical Guidance For Beginning Digital Preneurs In The Jagakarsa Area, Jakarta Selatan

Bimbingan Teknis Tutorial Instagram Reel Bagi Para Digital Preneur Pemula di Daerah Jagakarsa, Jakarta Selatan

Iswahyu Pranawukir*, Maria Jashinta Elisabet Hamboer, Mayang Riyantie, Romli, Nur Desilawati, Rezzi Nanda Barizki, & Filda Angellia

Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, Jl. M.Kahfi 2 No. 33, Lenteng Agung, Jakarta Selatan, Indonesia

Abstract

The implementation of digital technology is intended to facilitate the process and minimize work time. Digital technologies used include websites, social media, OA (Office Automation), and other technologies. This digital technology is also very supportive of business activities. Talking about current technology, individuals and groups are emerging who are building independent entrepreneurs using digital technology, which we call Digital Preneurs or Digipreneurs. The use of technology that supports the performance and development of entrepreneurs run by these is very closely associated with the term Digipreneur. Increasing the business capacity of beginner Digipreneurs around Jagakarsa by utilizing and using social media, one of which is Instagram. Community Service is carried out using technical guidance/guidance methods. The results to be achieved from this activity later are increasing the knowledge and skills of the target audience in using Instagram reels to support entrepreneurial activities for beginner Digipreneurs.

Abstrak

Implementasi teknologi digital bertujuan untuk memudahkan proses serta meminimalisir waktu kerja melalui alat bantu (tool). Teknologi digital yang digunakan antara lain website, media sosial, OA (Office Automation), dan teknologi lainnya. Teknologi digital ini juga sangat mendukung kegiatan berwirausaha (entrepreneur). Berbicara mengenai teknologi saat ini, bermunculan individu maupun kelompok yang membangun wirausaha mandiri dengan menggunakan teknologi digital yang kita sebut dengan Digital Preneur atau Digipreneur. Penggunaan teknologi yang mendukung kinerja dan pengembangan wirausaha yang dijalankan para ini sangat erat dikaitkan dengan istilah Digipreneur. Peningkatan kapasitas bisnis para digipreneur pemula sekitar Jagakarsa dengan melalui pemanfaatan dan penggunaan media sosial salah satunya adalah Instagram. Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan metode bimtek/bimbingan teknis. Hasil yang ingin dicapai dari kegiatan ini nantinya adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan target sasaran dalam pemanfaatan instagram reel untuk menunjang kegiatan wirausaha para digipreneur pemula.

Keywords: Digital Preneur, Digital, Instagram, Business, Technology

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi sangat cepat dan pesat disertai alat bantu yang serba modern dalam mendukung performa kerja bidang kegiatan yang beragam terkomputerisasi sehingga dibutuhkan cara-cara untuk maju berkembang. Hal tersebut dikarenakan waktu yang singkat semakin diperlukan untuk mengoperasikan apapun dalam setiap pekerjaan yang ada maka bermunculan penciptaan alat bantu yang dapat mengurangi sistem manual dan meningkatkan lebih baik sistem terkomputerisasi agar lebih cepat dan akurat (Angellia, 2020). Penggunaan teknologi adalah bertujuan untuk mempermudah dan mengurangi waktu kerja seperti pemanfaatan media sosial,

* Corresponding author:

E-mail address: prana1enator@gmail.com

website, *Office Automation*, dan lainnya. Ketergantungan manusia terhadap teknologi pada era revolusi industri 4.0 pada seluruh aktivitas manusia disebut dengan era digital (Sudirman, Acai, 2020). Era digital menyediakan teknologi yang membantu seluruh aspek kehidupan manusia. Ketergantungan manusia terhadap teknologi pada era digital semakin kuat, hampir seluruh aktivitas pekerjaan manusia saat ini tergantung dengan *e-mail*, internet, komputer dan lain-lain. Timbulnya era globalisasi merubah segala aspek bentuk sikap dan berperilaku manusia sehingga melampirkan manusia ketengah-tengah seperti apa yang telah dikemukakan sebagai arus revolusi baru yang mendunia. Telah dikemukakan Yasraf Amir Piliang menyatakan dalam (Laku & Siga, 2015) dalam (Riyantie et al., 2021) yang menyebutnya dengan “dunia yang berlari” dikarenakan adanya sebuah revolusi digital yang mentransformasi struktur informasi dan komunikasi masyarakat dengan kemajuan teknologi mengarah ke digital. Uraian tentang teknologi yang ada saat ini, dapat disimpulkan melahirkan banyaknya bahwa para *Digital preneur* pemula yang merupakan objek kegiatan ekonomi merujuk kepada aktivitas ekonomi yang produktif merupakan *user* dari teknologi. Pemanfaatan teknologi dalam mendukung perkembangan usaha para digital preneur ini sangat erat kaitannya dengan teknologi sektor bisnis.

Untuk itu tim pengabdian ini mencoba mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat tersebut. Tujuannya adalah meningkatkan performa kegiatan bisnis para *Digital preneur* pemula sekitar Jagakarsa Jakarta Selatan, melalui pemanfaatan media sosial. Media sosial menurut HollyPaquette (2013) dalam (Hamidin et al., 2022) merupakan lingkungan jejaring sosial yang mengubah cara konsumen mengumpulkan informasi dan membuat keputusan pembelian. Contohnya dalam penggunaan media sosial, seperti *instagram*. Metode penyampaian yang digunakan adalah dengan pelaksanaan bimtek (bimbingan teknis). Hasil yang ditargetkan adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan praktis target objek sasaran dalam pemanfaatan *instagram reel* untuk menunjang peningkatan aktivitas wirausaha.



Gambar 1. Digital Marketing Channel

Era digitalisasi sekarang, *Digital marketing channel* merupakan suatu *platform* yang mendukung segala bentuk proses dalam interaksi bisnis (Levy, 2010). Beberapa *digital marketing channel platform* bisa dipilih untuk diimplementasikan pada bisnis yang dijalankan oleh setiap para *digital preneur*. Pemilihan *platform digital* yang mau digunakan memerlukan analisis bidang teknis dari kelebihan dan kekurangan tiap *platform* dan menyesuaikan pula dengan *trend* (Rahmani, 2016). *Digipreneur* daerah Jagakarsa merupakan *unit group* bisnis kecil dan menengah yang melakukan berbagai bidang dalam usaha kreatif yang dianggap sebagai potensi wilayah Jagakarsa dengan memanfaatkan teknologi. Dimana wilayah Jagakarsa ini merupakan wilayah yang dikatakan cukup ‘sibuk’ dengan ragam segala bentuk aktivitas. Analisis situasi tersebut memperlihatkan bahwa daerah Jagakarsa cukup memiliki potensi bagi aktivitas bisnis. Pada awalnya banyak para pelaku usaha konvensional beroperasi di wilayah Jagakarsa dan cukup berpotensi, namun tepatnya di bulan Maret awal tahun 2020 saat Indonesia dan negara di dunia dilanda *Pandemic Covid-19*, maka terdampaklah semua aspek bisnis di Indonesia. Pasca merebaknya pandemik covid-19 pemerintah mengeluarkan kebijakan pembatasan sosial bagi seluruh masyarakat Indonesia guna memutus mata rantai penyebaran virus covid -19 (Syah & Angellia, 2020). Faktor masyarakat merupakan faktor yang memiliki

pengaruh yang besar dalam pelaksanaan penegakan hukum PPKM Darurat Jawa dan Bali (Sibuea, 2021) kala pandemi. Dampak covid-19 cukup besar sampai mengakibatkan hampir seluruh usaha di wilayah Jagakarsa khususnya tidak bisa “bertahan” hingga mati suri. Mulailah banyak dicari dan dikembangkan solusi yang efektif dalam menghadapi kondisi tersebut diantaranya melibatkan dukungan teknologi dan dukungan internet pada aspek bisnis dimana penjual dan pembeli akan dapat berinteraksi meskipun tidak secara langsung. Kendala pada jarak, pada waktu dan pada proses setiap transaksi diharapkan tidak lagi ada dengan pemanfaatan teknologi digital. Hambatan dari berkembangnya Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan digitalisasi dalam bisnis adalah minimnya pengetahuan masyarakat tentang teknis pemanfaatan alat digital dan teknologi tersebut. Terkait hal ini untuk mewujudkan Tri Dharma Perguruan Tinggi, kami tim dosen sebagai pelaksana pengabdian kepada masyarakat melakukan upaya untuk melakukan kegiatan bimbingan teknis dalam penggunaan *platform digital* baik secara teori maupun praktis. Salah satunya adalah bimbingan teknis pemanfaatan *instagram reel*. Pengembangan inovasi terus dilakukan oleh aplikasi *instagram* (Djafarova & Rushworth, 2017) diketahui telah diakses 800 (delapan ratus juta orang) sebagai pengguna aktif media sosial Instagram dengan pengguna terbanyak dalam rentang usia 18-34 tahun. Kemudian beragam dari berbagai kalangan dan profesi telah menggunakan platform media sosial ini, bahkan termasuk profesi seperti dokter untuk berinteraksi dengan para pasiennya (Sapoetri & Pannindriya, 2019) dalam (Teguh & Ciawati, 2020). Indonesia merupakan negara yang salah satunya dalam penggunaan kebaruan fitur *instagram reel*. *Instagram reel* adalah sebuah kesempatan pengguna untuk mendatangkan berbagai *follower* (pengikut), meningkatkan jumlah waktu seseorang menghabiskan aplikasinya dan memantapkan diri dalam performa *platform video*.

2. Metode / Methods

2.1. Tahapan Metode Kegiatan

Dalam menyelesaikan permasalahan yang ada, maka ada beberapa tahap metode antara lain :

1. Analisis Kondisi dan Situasi

Pada tahap awal ini dilakukan kegiatan survey dan analisis terhadap situasi dan kondisi yang saat ini ada.

2. Pemilihan Prioritas Masalah

Dari hasil observasi yang diikuti diskusi tim PKM dan dengan mitra atau sasaran objek PKM maka dapat ditentukan prioritas masalah maka pada langkah ini masalah yang utama telah dapat ditentukan untuk dicarikan solusi terkait.

3. Usulan Solusi

Langkah ini merupakan tahap yang menentukan alternatif solusi yang diusulkan tim PKM, solusi tersebut disesuaikan dengan hasil observasi dan melalui proses diskusi tim PKM dan disetujui oleh sasaran objek PKM atau mitra.

2.2. Luaran (Outcome)

Dari solusi yang telah ditentukan maka diharapkan PKM ini menghasilkan luaran berupa peningkatan pengetahuan para *Digipreneur* pemula tentang perkembangan revolusi industri 4.0 terkait bisnis dan dukungan teknologi terhadap bisnis kepada pelaku bisnis untuk meningkatkan produktivitas bisnisnya

2.3. Langkah Kegiatan

Dari masalah yang berkembang dan melalui tahap observasi dan diskusi serta penentuan solusi maka didapatkan metode pelaksanaan PKM yaitu pelatihan. Bimbingan dan pelatihan *Instagram reel* pada para *Digipreneur* pemula meliputi materi antara lain :

Bagian 1. Pengenalan Instagram reel

1.1 Manfaat *instagram reel*

1.2 Aturan postingan *instagram reel*

Bagian 2. Cara Membuat Instagram reel

1.1. *Instagram home screen*

1.2. *Tab reel*

1.3 Kamera *Insta Story*

Bagian 3. Instagram reel Untuk Bisnis

1.1.Membuat konten original

1.2.Berbagi konten edukasi

1.3.Etalase produk

2.4. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Bimtek ini mengikuti jadwal pelaksanaan berikut ini :

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan PKM

No	Keterangan	2022		
		September	Oktober	November
1	Observasi Awal	√		
2	Perencanaan Kegiatan PKM	√		
3	Pembagian Tim PKM	√		
4	Koordinasi dengan Mitra	√		
5	Penyusunan dan Penerimaan Proposal	√		
6	Pelaksanaan PKM		√	
7	Evaluasi dan Penyusunan Laporan Akhir			√

3. Hasil dan Diskusi

Hasil pelaksanaan PKM ini dilihat dari segi manfaatnya antara lain sebagai berikut :

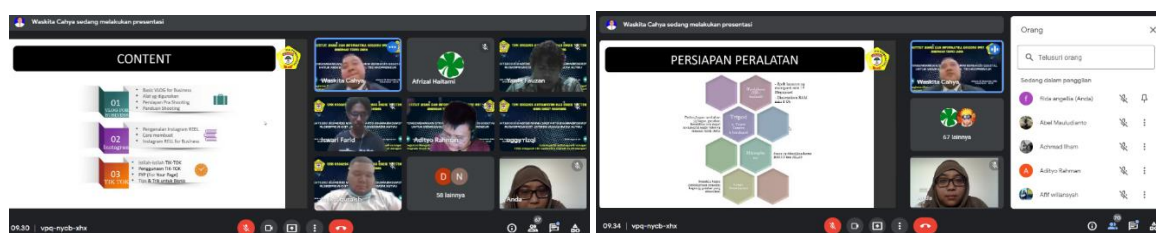
a. Hasil capaian tujuan

- Menciptakan *character building* dan *capacity building* para *digipreneur* pemula supaya mampu lebih adaptif terhadap kemajuan teknologi.
- Menciptakan keterampilan para *Digipreneur* pemula dalam mengimplementasi teknis dan praktis dalam pemanfaatan teknologi bidang bisnis
- Membangun bisnis yang produktif, inovatif, solutif dan dan lebih kreatif dalam mengantisipasi tantangan dunia *digital*
- Transformasi digital merupakan hal penting untuk perusahaan

a. Adanya perubahan perilaku konsumen dalam transformasi *digital* serta majunya teknologi telah merubah perilaku pasar dimana konsumen sudah banyak melakukan transaksi *online*

b. Meningkatkan kepuasan pelanggan Digitalisasi yang mudah diakses mampu memberi kepuasan untuk pelanggan.

c. Menghemat waktu dan juga biaya dengan mengaplikasikan teknologi digital untuk bisnis,



Gambar 3. Pemaparan Pemaparan Bimtek

Hasil dampak dari kegiatan ini dilihat dari hasil pengukuran kuesioner 86 (delapan puluh enam) Peserta antara lain adalah (1) Pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh setelah kegiatan PKM, (2) Minat terhadap kegiatan PKM, (3) Partisipasi Peserta, (4) Perilaku Peserta, (5) Keaktifan Peserta, (6) Tingkat Pemahaman Peserta. Skor semua aspek yang diukur sangat menggembirakan karena pada umumnya berada pada kategori sangat baik dan baik. Informasi lebih lengkap terlihat di tabel 1.

Tabel 1. Hasil kuesioner peserta

Pernyataan	Sangat Baik	Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
Pengetahuan, keterampilan peserta setelah PKM	70	16	0	0
Minat terhadap kegiatan PKM	75	11	0	0
Partisipasi Peserta	85	1	0	0
Perilaku Peserta	80	6	0	0
Keaktifan Peserta	70	16	0	0
Tingkat Pemahaman Peserta	84	2	0	0

4. Kesimpulan

Dari kegiatan PKM ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Para Digipreneur pemula memerlukan keahlian yang lebih yang didukung dengan berbagai kegiatan bimbingan teknis untuk mengimplementasikan teknologi untuk meningkatkan bisnisnya.
2. Inovasi dan kreasi dalam penggunaan media sosial seperti Instagram sangat diperlukan untuk lebih meningkatkan performa bisnis.
3. Para Digipreneur pemula khususnya di jagakarsa, dapat meningkatkan wawasan bisnis, yang utama adalah dalam melihat kebutuhan para konsumen, permasalahan yang dihadapi konsumen ataupun solusi bagi konsumen, sehingga dapat membantu jaringan bisnis yang kolaboratif.

References

- Angellia, F. (2020). Analisis Perancangan Optimalisasi Database Akses Pemakaian Ruang Kelas di Perguruan Tinggi Berbasis RFID. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 7(2), 175–187. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v7i2.369>
- Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behavior*, 68, 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.009>
- Hamidin, D., Pranawukir, I., Mulyana, A., & Dkk. (2022). *Strategi Pemasaran Di Era Digital*. CV Haura Utama.
- Levy, J. R. (2010). *Facebook marketing*.
- Rahmani, T. (2016). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENGUASAAN DASAR-DASAR FOTOGRAFI PONSEL (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @kofipon). *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*, 110(9), 1689–1699.
- Riyantie, M., Alamsyah, A., & Pranawukir, I. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Janji Jiwa Di Era Digital Dan Era Pandemi Covid-19. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 255–267. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1721>
- Sibuea, H. Y. P. (2021). Penegakan Hukum Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat Jawa dan Bali. *Info Singkat*, XIII, 1–6. [https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info Singkat-XIII-13-I-P3DI-Juli-2021-215.pdf](https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XIII-13-I-P3DI-Juli-2021-215.pdf)
- Sudirman, Acai, et al. (2020). *“Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital .” Cv Widina Media Utama, 2020.*
- Syah, S., & Angellia, F. (2020). Analisa Pemanfaatan Teknologi Daring Mahasiswa Ibi Kosgoro 1957 Selama Pandemi Covid-19 Dengan Regresi Logistik Ordinal. *Junif*, 1(1), 43–56. <http://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/junif/article/view/30>

- Teguh, M., & Ciawati, S. T. (2020). Perancangan Strategi Digital Marketing Communication Bagi Industri Perhotelan Dalam Menjawab Tantangan Era Posmodern. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01), 051. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2067>
- Sahara, N. (2021). Sepanjang 2020, BI Catat Transaksi Digital Banking Capai Rp 2.774,5 Triliun. Retrieved April 18, 2021, from <https://investor.id/finance/sepanjang-2020-bi-catat-transaksidigital-banking-capai-rp-27745-triliun>