

Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Pada SMA/MA dan SMK Muhammadiyah Kabupaten Jember

Ilham Saifudin ^{*1}, Rohmad Wahid Rhomdani², Muhammad Ihsan³

^{*1,2} Universitas Muhammadiyah Jember; Jl. Karimata No.49 Sumbersari Jember

³ Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong; Malaweale, Kec. Aimas Sorong

E-mail: ^{*1}ilham.saifudin@unmuhjember.ac.id, ² wahidgrup@gmail.com,

³ ihsanrockmantic01@gmail.com

Diterima: 18 Juli 2023 | Dipublikasikan: 25 Juli 2023

ABSTRAK

TikTok menjadi salah satu aplikasi yang populer di seluruh dunia. Aplikasi video pendek ini sukses menyita perhatian banyak orang, terutama anak-anak muda karena tampilan serta fitur-fitur menarik yang ditawarkannya. Media sosial Tiktok muncul sejak tahun 2016 yang digunakan sebagai sarana promosi yang dapat memberikan informasi yang tidak memerlukan biaya yang tinggi, tidak memerlukan tenaga yang banyak dan dapat dilakukan dalam waktu yang singkat. Sebagai salah satu media sosial tiktok memberikan sarana berbagi konten yang sangat bervariasi dari segi kreativitas, video challenge, lipsync, lagu, menari, bernyanyi dan lain lain. Saat ini banyak lembaga pendidikan menggunakan media tersebut sebagai pengenalan atau promosi. Lembaga pendidikan yang paling banyak menggunakan yaitu Perguruan Tinggi. Hampir seluruh perguruan tinggi menggunakan aplikasi tersebut sebagai media promosi. Namun, berbeda dengan lembaga pendidikan di tingkat sekolah menengah ke atas, seperti: SMA/MA, dan SMK masih belum banyak menggunakan media tersebut sebagai sarana promosi. Seperti SMA/MA dan SMK Muhammadiyah di Kabupaten Jember misalnya. SMA/MA dan SMK Muhammadiyah di Kabupaten Jember terdiri dari: 3 SMA Muhammadiyah, 1 MA Muhammadiyah, dan 5 SMK Muhammadiyah, sehingga total jumlah sebanyak 9 sekolah. Berdasarkan permasalahan prioritas dari mitra, maka solusi pertama yang ditawarkan dalam kegiatan PKM (Program Kemitraan Masyarakat) adalah program penyediaan aplikasi media sosial Tiktok sebagai sarana media promosi. Setelah menyiapkan alat bantu dan panduan dalam pembuatan konten video promosi Tiktok, maka di tawarkan solusi selanjutnya (solusi kedua), yaitu program pelatihan dan pendampingan pembuatan konten video promosi menggunakan aplikasi Tiktok di SMA/MA dan SMK Muhammadiyah Jember. Ketersediaan pengetahuan tips dan trik cara mengoptimalkan aplikasi tiktok untuk media promosi yang masih belum banyak orang tahu, maka solusi ketiga yang ditawarkan yaitu program pengomtimalan aplikasi Tiktok dengan trik dan tips tertentu.

Kata kunci: Media Promos; Video,Tiktok.

ABSTRACT

TikTok is one of the most popular applications around the world. This short video application has succeeded in capturing the attention of many people, especially young people because of its attractive appearance and features. Tiktok social media has appeared since 2016 which is used as a promotional tool that can provide information that does not require high costs, does not require a lot of energy and can be done in a short time. As one of the social media, TikTok provides a means of sharing content that varies greatly in terms of creativity, video challenges, lipsync, songs, dancing, singing

and others. Currently many educational institutions use the media as an introduction or promotion. The educational institutions that use the most are Universities. Almost all universities use this application as a promotional medium. However, in contrast to educational institutions at the high school level and above, such as: SMA/MA, and SMK, they still don't use the media much as a means of promotion. Like SMA/MA and Muhammadiyah Vocational School in Jember Regency for example. Muhammadiyah SMA/MA and SMK in Jember Regency consist of: 3 Muhammadiyah SMAs, 1 Muhammadiyah MA, and 5 Muhammadiyah Vocational Schools, bringing the total number to 9 schools. Based on priority problems from partners, the first solution offered in PKM (Community Partnership Program) activities is a program to provide the Tiktok social media application as a means of promotional media. After preparing tools and guidelines for creating promotional video content for Tiktok, the next solution (second solution) is offered, namely a training program and mentoring for creating promotional video content using the Tiktok application at SMA/MA and SMK Muhammadiyah Jember. The availability of knowledge of tips and tricks on how to optimize the Tiktok application for promotional media that not many people know, so the third solution offered is the Tiktok application optimization program with certain tricks and tips

Keywords: Media Promotion; Video; Tiktok

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman yang terus bergerak cepat dan kebutuhan media yang semakin pesat, mengharuskan setiap usaha atau bisnis beradaptasi. Selain itu, perilaku yang semula masih konvensional, juga seiring perkembangan teknologi mengharuskan untuk mengikuti hal-hal inovasi baru berupa internet. Kombinasi keduanya yaitu kebutuhan media informasi yang cepat dan teknologi menghasilkan sebuah kekuatan baru dalam era infomasi, salah satunya media sosial.

Kehadiran media sosial di tengah masyarakat era kini telah memberikan manfaat yang sangat besar, terlebih lagi di era pandemi menuju endemi seperti sekarang. Media sosial cukup membantu dalam menghapus jarak antar manusia, sehingga sangat efektif untuk mempersingkat waktu dalam berkomunikasi. Media sosial menghubungkan orang didunia untuk saling berhubungan satu sama lain (Firamadhina & Krisnani, 2021). Seiring perkembangan pengaruh teknologi yang pesat dengan munculnya internet memunculkan berbagai aplikasi di media sosial yang memberikan peluang sebuah usaha (Augustinah & Widayati, 2019). Namun, sesuatu yang memiliki dampak positif yang tinggi, tidak menutup kemungkinan memberikan dampak negatif yang tinggi pula (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Ada beberapa jenis media sosial yang populer di indonesia, diantaranya: Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, youtube, tiktok, dan lain-lain(Hasiholan et al., 2020). Setiap media sosial tersebut memiliki pangsa pasar tersendiri sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Salah satu media sosial yang saat ini sedang banyak digandrungi ialah Tiktok.

Pengguna aktif bulanan TikTok di Indonesia sebesar 99,1 juta orang pada April 2022. Jumlah itu menjadi yang terbesar kedua setelah Amerika Serikat (DataIndonesia, 2021). TikTok menjadi salah satu aplikasi yang populer di seluruh dunia. Aplikasi video pendek ini sukses menyita perhatian banyak orang, terutama anak-anak muda karena tampilan serta fitur-fitur menarik yang ditawarkannya. Media sosial Tiktok muncul sejak tahun 2016 yang digunakan sebagai sarana promosi yang dapat memberikan informasi yang tidak memerlukan biaya yang tinggi, tidak memerlukan tenaga yang banyak dan dapat dilakukan dalam waktu yang singkat. Sebagai salah satu media sosial tiktok memberikan sarana berbagi konten yang sangat bervariasi dari segi kreativitas, video challenge, lipsync, lagu, menari, bernyanyi dan lain lain. Karena banyaknya yang menggunakan maka TikTok memberikan peluang sebagai sarana promosi (Dewa &

Safitri, 2021). Ada hal yang menarik pada penggunaan Tiktok di lingkungan pendidikan sebagai media promosi. Saat ini banyak lembaga pendidikan menggunakan media tersebut sebagai pengenalan atau promosi. Lembaga pendidikan yang paling banyak menggunakan yaitu Perguruan Tinggi. Hampir seluruh perguruan tinggi menggunakan aplikasi tersebut sebagai media promosi. Namun, berbeda dengan lembaga pendidikan di tingkat sekolah menengah ke atas, seperti: SMA/MA, dan SMK masih belum banyak menggunakan media tersebut sebagai sarana promosi. Seperti SMA/MA dan SMK Muhammadiyah di Kabupaten Jember misalnya.



Gambar 1 Salah Satu SMA Muhammadiyah Jember yaitu SMA Muhammadiyah 3 Jember



Gambar 2 Salah Satu SMK Muhammadiyah Jember yaitu SMA Muhammadiyah 5 Jember

SMA/MA dan SMK Muhammadiyah di Kabupaten Jember terdiri dari: 3 SMA Muhammadiyah, 1 MA Muhammadiyah, dan 5 SMK Muhammadiyah, sehingga total jumlah sebanyak 9 sekolah. Sekolah – sekolah tersebut tersebar di wilayah Kabupaten Jember. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pimpinan Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah (Dikdasmen) Jember persyarikatan Muhammadiyah yaitu Dr. Tanzil Huda, M.Pd. diketahui bahwa dari 9 sekolah menengah Muhammadiyah Jember belum mengoptimalkan media sosial Tiktok sebagai media Promosi. Jika diprosentase hanya ada 30% sekolah yang menggunakan, dan sisanya 70% belum. Hal ini menjadi acuan untuk diadakan pemanfaatan media sosial Tiktok dengan mengoptimalisasi sebagai sarana media promosi pada tingkat sekolah baik tingkat SMA/MA dan SMK Muhammadiyah di Kabupaten Jember.

Strategi marketing yang dapat dilakukan dengan meningkatkan fungsi platform TikTok antara lain: (a). menggunakan hashtag: hashtag (#) sebuah tanda yang memiliki maksud agar suatu pokok bahasan, peristiwa, bahkan sebuah produk dapat mudah ditemukan. Dengan hashtag yang diberikan/digunakan dapat membantu konsumen mencari produk yang dicarinya/ dibutuhkannya. (b). mengikuti tren yang terjadi : strategi pemasaran dengan menggunakan Tik Tok mengandalkan video yang menggambarkan hal yang sedang tren. Untuk kondisi ini produsen harus dapat menemukan moment yang sesuai untuk produknya untuk dapat dipromosikan dan dikenalkan ke konsumen. (c). melakukan kolaborasi dengan para influencer : hal ini dapat dilakukan dengan melakukan kolaborasi dengan influencer yang sedang digemari dan memiliki banyak pengikut sehingga strategi promosi yang dilakukan lewat Tik Tok dapat memikat dan menarik banyak orang. Dengan catatan tujuan pasar yang ingin dituju jelas. (d). memberikan deskripsi yang jelas : seseorang akan tertarik pada sebuah video selain dari konten nya yang bagus juga terdapat deskripsi/info produk yang disampaikan jelas. Sehingga konsumen akan memahami konten yang disampaikan lebih jelas. (e). sering memposting video dan dapat disela dengan iklan. Dengan demikian, semua sekolah menengah Muhammadiyah Jember dapat dikenal luas dan tepat sasaran.

Berdasarkan analisis situasi pada sekolah menengah Muhammadiyah Jember, maka dapat dirumuskan dua permasalahan prioritas sebagai berikut:

1. belum adanya penerapan media promosi menggunakan TikTok di SMA/MA dan SMK Muhammadiyah Jember;
2. belum adanya pengetahuan dan pelatihan mengenai Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Pada SMA/MA dan SMK Muhammadiyah Kabupaten Jember.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan solusi dan permasalahan yang diusulkan dalam kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini, maka diuraikan tahapan dalam melaksanakan solusi pada bidang kegiatan pelatihan ditunjukkan dalam Tabel 1, sedangkan kegiatan pendampingan ditunjukkan dalam Tabel 2.

Tabel 1 Tahapan Kegiatan Pelatihan Pembuatan Konten Video

Solusi	Luaran	Tahapan
Program Pengenalan Aplikasi Tiktok pembuatan konten Video Promosi	Guru-guru dan siswa dapat mengenal aplikasi Tiktok sebagai alat untuk pembuatan Video Promosi yang menarik	1. Identifikasi dan pengumpulan data lanjutan ke mitra. 2. Memberikan pengetahuan kepada guru-guru cara membuat konten video promosi menggunakan aplikasi Tiktok. 3. Memberikan cara menginstal Aplikasi Tiktok untuk editing video promosi di perangkat handphone masing-masing guru dan siswa. 4. Penjelasan seputar penggunaan tools yang

Solusi	Luaran	Tahapan
		terdapat pada Aplikasi tiktok.
	Panduan cara membuat konten Video Promosi menggunakan Aplikasi Tiktok	1. Membuat panduan cara membuat konten video Promosi menggunakan aplikasi Tiktok. 2. Di dalam panduan tersebut langkah-langkah dalam membuat video Promosi menggunakan aplikasi Tiktok, serta cara mengkonversi dari editing ke format tertentu.
Program Pelatihan Pembuatan konten video promosi menggunakan aplikasi Tiktok	Pelatihan Pembuatan konten video promosi menarik	1. Para peserta yaitu guru telah mendapat penduan dan memiliki pengetahuan cara membuat cara membuat konten video promosi menggunakan aplikasi Tiktok. 2. Pelatihan praktek cara membuat konten video promosi kepada guru-guru dan siswa-siswa SMA/MA dan SMK Muhammadiyah Jember.
	Kemampuan Produksi Secara Mandiri konten video promosi dan mampu megoptimalnya fungsi aplikasi Tiktok	1. Para peserta dapat melanjutkan kegiatan pembuatan video promosi. 2. Melakukan optimalisasi dan evaluasi ketercapaian pelatihan pembuatan konten video promosi dengan Tiktok sesuai rencana sebelumnya.

Dalam **program penyediaan teknologi**, Tim pengusul bertindak sebagai 1) penyedia dan memilih teknologi yang akan dipakai dalam kegiatan pengenalan dan pelatihan pembuatan konten video promosi dan telah disepakati dengan mitra yaitu sekolah menengah Muhammadiyah melalui Dikdasmen Muhammadiyah Jember; 2) pembuatan panduan dalam membuat dan mengedit konten video promosi menggunakan aplikasi Tiktok dan dapat dipraktekkan dengan mudah oleh guru-guru dan siswa-siswa. Mitra bertindak sebagai penyedia informasi mengenai seberapa memahami dan memiliki keterampilan produksi video dan editing video menggunakan aplikasi Tiktok.

Untuk **program pelatihan dan pendampingan pembuatan konten video promosi menggunakan aplikasi Tiktok**, Tim pengusul bertindak sebagai pelatih dan pendamping kegiatan pembuatan konten video, melakukan penilaian monev dan penggagas kerjasama. Sedangkan mitra bertindak sebagai peserta pelatihan dan pendampingan. Pemberian mitivasi dalam bentuk saling tukar pendapat/diskusi , tanya jawab, praktek, monev berkelanjutan dilakukan agar terciptanya konten video promosi yang kualitas dan menarik.

Berikut di bawah ini akan dijelaskan untuk kegiatan pendampingan produksi konten video promosi pada Tabel 2.

Tabel 2 Tahapan Kegiatan Pendampingan Pembuatan Konten Video Promosi

Jenis Kegiatan	Langkah-langkah Kegiatan
Pendampingan	1. Melakukan pendampingan kegiatan secara berkala saat dalam proses pembuatan konten Video promosi menggunakan aplikasi Tiktok. 2. Pendampingan meliputi: produksi Video promosi, editing video yang telah dibuat, dan cara konversi video yang sudah edit ke format MP4.
Monev dari hasil pembuatan Video dan Editing menggunakan Tiktok	1. Melakukan Evaluasi hasil dari pelatihan dan pendampingan konten video promosi yang telah dibuat oleh guru-guru dan siswa-siswa SMA/MA dan SMK Muhammadiyah Jember. 2. Melakukan motivasi kepada peserta agar terus dapat menghasilkan karya berupa konten video promosi yang menarik.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini merupakan wujud Catur Dharma Universitas Muhammadiyah Jember dengan skema stimulus yang bekerja sama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM). Berikut di bawah ini merupakan hasil kegiatan tersebut.

1. Sosialisasi Aplikasi Tiktok kepada Guru-guru SMA/MA/SMK Muhammadiyah Se Kabupaten Jember

Pada kegiatan ini Guru-guru SMA/MA/SMK Muhammadiyah Se Kabupaten Jember diberikan pengenalan aplikasi Tiktok sebagai sarana media promosi untuk sekolah kepada masyarakat di sekitar Kabupaten Jember. Pengenalan aplikasi tersebut berupa: pengenalan fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi Tiktok. Selain itu juga dikenalkan beberapa materi, seperti: Siakp yang dibutuhkan sebelum pengambilan video dan editing video, aplikasi tambahan editing Cap Cut untuk lebih menarik dalam pembuatan video Tiktok, Cara Membuat Video, Cara mengedit Video dan Unggah Video di aplikasi Tiktok. Jumlah peserta dari pelatihan ini sebanyak 18 guru dari berbagai sekolah menengah Muhammadiyah di Kabupaten Jember.

Saat pelaksanaan penyampaian materi tentang penggunaan aplikasi Tiktok, guru-guru SMA/MA/SMK Muhammadiyah terlihat antusias dan bersemangat. Terlebih pada pelatihan ini diberikan sesi untuk praktek langsung pembuatan video. Video yang dibuat memuat kondisi kegiatan berlangsung dan menggunakan musik atau audio yang sedang viral. Sehingga guru-guru meluapkan kreativitas pembuatan video secara maksimal. Namun demikian ada beberapa kendala yang dihadapi oleh sebagian guru, diantaranya: ada beberapa guru yang masih belum terbiasa dan mengenal aplikasi Tiktok, ada beberapa guru juga memiliki perangkat HandPhone yang belum mendukung standar minimal aplikasi Tiktok karena spesifikasi perangkat yang kurang memadai.

2. Praktek Membuat Video Tiktok kepada Guru-guru SMA/MA/SMK Muhammadiyah Se Kabupaten Jember

Pada kegiatan praktek membuat Video Tiktok, Guru-guru langsung membuatnya sesuai dengan kondisi lingkungan yang ada sebagai contoh. Video konten promosi tersebut dibuat dengan rentan waktu 10 detik hingga 1 menit menyesuaikan dengan kebutuhan. Guru-guru juga membuat video dengan aplikasi tambahan yaitu menggunakan aplikasi Cap Cut untuk diolah dengan efek-efek tertentu. Setelah

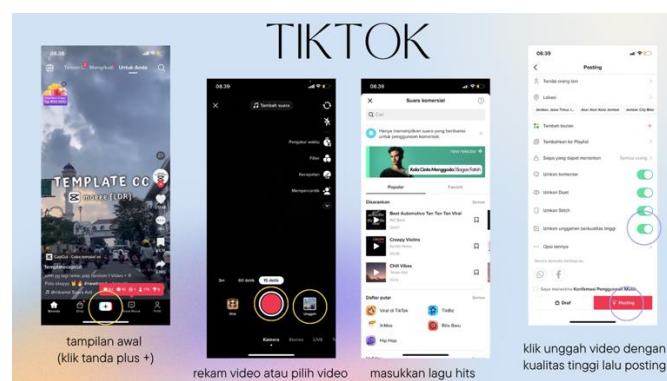
membuat video dengan menggunakan editing tambahan aplikasi Cap Cut, selanjutnya hasil video ditambahkan suara audio sesuai dengan musik yang sedang digandrungi atau viral dan terakhir video tersebut diunggah pada aplikasi Tiktok.

3. Hasil Karya Pembuatan Video Menggunakan Aplikasi Tiktok

Kegiatan ini merupakan mengunggah hasil-hasil dari kegiatan sebelumnya yaitu praktek pembuatan video pembelajaran menggunakan Aplikasi Tiktok pada akun masing-masing. Dengan demikian karya yang dihasilkan dapat dipublikasikan sebagai bagian dari luaran kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Berikut di bawah ini merupakan Dokumentasi kegiatan mulai dari Pengenalan aplikasi, Praktek Pembuatan Video, dan karya yang telah dihasilkan oleh para SMA/MA/SMK Muhammadiyah Se Kabupaten Jember sebagai media Promosi pada sekolah masing-masing.



Gambar 1 Peserta Foto Bersama setelah melakukan kegiatan Pelatihan Pembuatan Aplikasi Tiktok



Gambar 2 Hasil beberapa Praktek mulai dari Editing sampai dengan Unggah Video

KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan dari Kegiatan Pengabdian Masyarakat Stimulus ini adalah

- Guru-guru SMA/MA/SMK Muhammadiyah Se Kabupaten Jember menggunakan Aplikasi Tiktok dan dapat diterapkan sebagai media promosi pada masing-masing sekolah;
- Guru-guru SMA/MA/SMK Muhammadiyah Se Kabupaten Jember dapat mempraktekkan cara membuat Video Tiktok sebagai media promosi sekolah yang murah dan efektif;
- Guru-guru SMA/MA/SMK Muhammadiyah Se Kabupaten Jember memiliki

kemampuan inovasi dan kreativitas dalam membuat konten video promosi baik kegiatan-kegiatan sekolah ataupun memperkenalkan lebih dekat kepada masyarakat luas.

Adapun saran terkait kegiatan ini berupa guru-guru dapat meningkatkan kemampuan dalam bidang pembuatan video promosi seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat dibutuhkan. Video-video yang telah dibuat dapat disebarluaskan dengan biaya murah dan efisien, dengan demikian sekolah mudah dikenal dan peserta didik banyak mendaftar dan menjadi siswa pada sekolah tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Universitas Muhammadiyah Jember melalui LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) yang telah membiayai kegiatan ini, mudah-mudahan memberi manfaat untuk banyak orang, khususnya pimpinan dan guru-guru SMA/MA/SMK Muhammadiyah Se Kabupaten Jember dalam bidang inovasi pembuatan video promosi dengan menggunakan aplikasi Tiktok.

DAFTAR PUSTAKA

- Augustinah, F., & Widayati. (2019). Produk-Produk Yang Ditawarkan. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 1–20.
- DataIndonesia. (2021). Pengguna tiktok Indonesia terbesar kedua di dunia. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Issue september 2016, pp. 1–16).
- 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>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>