

## Pembuatan Konten Pemasaran Digital Media Sosial TikTok Sebagai Upaya Peningkatan Branding Popeneeye Kleco Solo

Andar Saulu<sup>1</sup>, Aprilia Kusumaningtyas<sup>2</sup>, Fridoli Yohanes Comako<sup>3</sup>, Kristiyana Dananti<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Kristen Teknologi Surakarta, Indonesia

### Corresponding Author

Nama Penulis : Aprilia Kusumaningtyas

Email : [apriakuksumaningtyas1@gmail.com](mailto:apriakuksumaningtyas1@gmail.com)

### Abstrak

Kegiatan pengabdian ini melibatkan kerjasama antara mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Teknologi Surakarta dengan mitra eksternal Popeneeye Kleco Solo, yang bertujuan untuk mendukung bisnis lokal dalam meningkatkan upaya pemasaran mereka. Pembuatan konten pemasaran digital yang difokuskan pada pengoperasian akun media sosial, terutama TikTok, yang telah merevolusi strategi pemasaran. Inisiatif ini bertujuan untuk menarik konsumen baru, memperluas jangkauan pasar, dan menyediakan informasi penting melalui konten yang menarik. Proyek ini mencakup konsultasi awal dengan pemilik waralaba untuk memahami kebutuhan bisnis, diikuti dengan pembuatan konten dan pengelolaan akun. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengikut dan keterlibatan, yang menunjukkan efektivitas strategi digital dalam mempromosikan merek Popeneeye. Pelatihan berkelanjutan dan pembaruan konten direkomendasikan untuk menjaga momentum dalam meningkatkan jangkauan bisnis melalui platform media sosial. Kemitraan ini membawa hasil yang bermanfaat, yang menunjukkan pentingnya pemasaran digital dalam mencapai kesuksesan bisnis.

**Kata kunci** - Digital, Popeneeye, Konten

### Abstract

This community service activity involves collaboration between Management students of Universitas Kristen Teknologi Surakarta and external partner Popeneeye Kleco Solo, which aims to support local businesses in improving their marketing efforts. The creation of digital marketing content focused on operating social media accounts, especially TikTok, which has revolutionized marketing strategies. This initiative aims to attract new consumers, expand market reach, and provide important information through engaging content. The project included an initial consultation with the franchise owner to understand the business needs, followed by content creation and account management. The results showed a significant increase in followers and engagement, indicating the effectiveness of digital strategies in promoting the Popeneeye brand. Continuous training and content updates are recommended to maintain momentum in increasing business reach through social media platforms. This partnership has yielded fruitful results, demonstrating the importance of digital marketing in achieving business success.

**Keywords** - Digital, Popeneeye, Content

## PENDAHULUAN

Digital marketing telah menjadi salah satu komponen utama dalam strategi pemasaran modern. Digital marketing menggunakan berbagai platform dan teknologi digital untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengirimkan pesan kepada konsumen target. Digital marketing adalah strategi pemasaran produk dan layanan yang menggunakan media digital sebagai wadah untuk dilaksanakan (Rachmadi, 2020). Digital marketing adalah strategi yang efektif dalam memanfaatkan internet untuk mencapai pasar yang lebih besar. (Fadly, 2020). Digital marketing adalah strategi pemasaran yang terkait dengan teknologi digital di platform internet. Ini melibatkan berbagai komunikasi yang bertujuan untuk mencapai target pemasaran. Semakin kita memahami teknologi informasi dengan baik, semakin mudah bagi kita untuk mendapatkan produk atau layanan dengan cepat dan efisien (Yacub, 2020).

Perkembangan teknologi dan infomasi memegang peranan penting dalam berbagai bidang, termasuk pemasaran. Dalam prakteknya, keberhasilan suatu perusahaan dapat ditentukan oleh pemanfaatan teknologi dan infomasi. Teknologi yang semakin modern semakin memudahkan pengguna media digital untuk menyebarkan infomasi. Ini memudahkan untuk mendapatkan informasi yang dapat digunakan pemasaran untuk membuat produk mereka menguntungkan menurut Nada Fitra Nabila dan Oktifani Winarti, (2023 )

Berdasarkan informasi dari databoks, TikTok telah menjadi salah satu marketing brand terkemuka tahun 2023. Aplikasi buatan Bytedance ini memuncaki daftar sebagai aplikasi paling banyak diunduh secara global pada tahun 2022, dengan jumlah unduhan baru mencapai 672 juta selama tahun tersebut. TikTok adalah platform video musik berdurasi pendek dan jejaring sosial berasal dari Tiongkok yang dirilis pada bulan September 2016. Saat ini TikTok merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan remaja atau generasi Z. Generasi Z menggunakan TikTok sebagai sarana pembuatan konten menarik yang dapat menyebarkan informasi yang cepat. Kedatangan TikTok memperluas opsi media sosial yang berpotensi mendukung promosi dan pertumbuhan bisnis di Indonesia. Pemasaran media sosial adalah alat penting bagi pelaku bisnis untuk memperdalam pemahaman dan hubungan dengan konsumen serta memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka dengan efektif dan efisien melalui platform media sosial (Kusuma & Putri, 2019).

Ketersediaan berbagai fitur kreatif di TikTok mempermudah pengguna dalam menciptakan konten menarik secara berkala. Pembuatan konten sangat penting dalam mempromosikan produk, layanan, atau bisnis serta meningkatkan karakter dan kesadaran merek. Melalui konten yang menarik dan kreatif mampu menarik perhatian audiens serta meningkatkan kesadaran mereka terhadap perusahaan atau produk kita. Dengan konten yang tepat, kita dapat memperkenalkan brand dan produk secara efektif kepada audiens yang lebih luas (Permana et al., 2024).

Para pelaku mitra seharusnya juga sudah mulai memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh mitra tersebut. Salah satu platform media digital yang bisa digunakan oleh para mitra dalam meningkatkan pemasaran produknya adalah media Tiktok. Tiktok sendiri merupakan alat gratis yang dapat digunakan untuk membantu mengelola kemunculan bisnis para pelaku mitra di berbagai produk, seperti adanya promosi penjualan melalui video yang menarik perhatian viewers.

## METODE

Dalam kegiatan pengabdian dengan Mitra Popeneeye Kleco solo dan Mahasiswa Dari Universitas Kristen Teknologi Surakarta .

Tahapan dari kegiatan pengabdian dalam Semester Berkarya ini dilakukan sebagai berikut:

1. Tahapan pertama melakukan pertemuan awal dengan pendekan tanya jawab kepada owner dari Franchise Popeneeye Kleco terkait apa yang Mahasiswa Universitas Kristen Teknologi Surakarta dapat bantu pada Mitra dan meminta saran untuk apa yang sebaiknya akan kami dapat lakukan untuk keberlanjutan Mitra.
2. Tahapan kedua mulai melakukan pembuatan akun media sosial TikTok serta mengumpulkan ide apa saja yang akan kami tindaklanjuti untuk pembuatan bahan konten hingga kami posting di media sosial TikTok.

3. Tahapan ketiga kami melakukan evaluasi bersama tim selama kegiatan dengan mitra sejauh mana kami melakukan kegiatan bersama mitra dan apabila masih terdapat kekurangan kami meminta arahan dari manager pada Franchise Popeneeye Kleco untuk menjadi perbaikan dan evaluasi tim kami.

4. Tahapan terakhir yaitu ucapan Terimakasih kami pada Mitra yang telah terjalin baik dari awal hingga selesai dan lancar, serta penyerahan Akun media sosial yang telah kami jalankan selama bermitra.

Konsultasi awal dibutuhkan agar tim pengabdian memahami persoalan yang dihadapi mitra. Permasalahan yang telah diidentifikasi menjadi bahan pembahasan tim pengabdian. Tim melakukan observasi permasalahan masing-masing media sosial. Permasalahan media sosial Instagram, konten belum rutin terunggah, kurang menarik dan minim *followers*. Permasalahan akun TikTok minim pengikut dan belum ada konten belum ada yang FYP.

Tim Pengabdian mulai menyusun beberapa kegiatan. Kegiatan yang pertama merencanakan *story* konten, dimana dibentuk ide-ide konten baik gambar maupun video serta direncanakan pemberian keterangan atau *caption* yang menarik. Sebelum dilakukan pengambilan gambar dan video, rencana tadi dikonsultasikan lebih dahulu dengan mitra. Kegiatan berikutnya adalah pengambilan gambar dan video kemudian diunggah pada media sosial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini sebagai bentuk pengabdian terhadap mitra popeneeye kleco solo. Kesesuaian media sosial dengan kebutuhan pemilik usaha sangatlah dibutuhkan dalam melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan agar efektif dan efisien. Pemilik usaha pada mitra tersebut memberi arahan agar bagaimana untuk meningkatkan penjualan poeneeye kleco. Media sosial sangat penting berguna untuk meningkatkan promosi dalam membrending nama dari popeneye menjadi popeneeye

Permasalahan yang sedang dihadapi dari poneeye kleco solo adalah kurangnya SDM yang kurang dalam mengurus bidang konten digital baik untuk media sosial tiktok dan juga instagram dengan demikian dengan adanya tim kami perubahan di bidang media sosial dari tim pengabdian berfokus untuk meningkatkan baik followers like viewers pada akun media tiktok dalam pembuatan konten banyak yang perlu diperhatikan seperti mengikuti trend di aplikasi tiktok serta menyertakan *fyp* (for your page) caption setiap kali mengaploud konten untuk mempengaruhi insight. Hasil dari konten tersebut mendapatkan darii followers tiktok yang berdampak signifikan seperti viewers ramai yang menonton konten tersebut.

Pada kali ini kami tim pengabdian melakukan tahap pertama yaitu melakukan pertemuan awal dengan pendekan tanya jawab kepada owner dari Franchise Popeneeye Kleco terkait apa yang Mahasiswa Universitas Kristen Teknologi Surakarta dapat bantu pada Mitra dan meminta saran untuk apa yang sebaiknya akan kami dapat lakukan untuk keberlanjutan Mitra



**Gambar 1.**

Kerjasama antara tim pengabdian dan karyawan popeneeye kleco

Pembuatan media sosial tiktok selama ini sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan popeneeye kleco. Pemanfaatan media sosial yang sudah dilakukan oleh mitra sebelumnya hanya media sosial Instagram, namun tidak aktif dijalankan dengan adanya tim kami membuat media sosial Tiktok serta menjalankannya dengan pembuatan konten-konten yang berisikan video singkat terkait promosi penjualan popeneeye kleco.



**Gambar 2.**  
Akun media sosial Tiktok di awal dan sesudah ditangani tim kami

Pada kali ini kami tim pengabdian melakukan konsultasi dengan mitra terkait kekurangan dalam pembuatan konten dan membantu admin dalam pekerjaannya jika admin membutuhkan bantuan kami dari tim pengabdian siap membantu.



**Gambar 3.**  
Konsultasi dengan Mitra

## KESIMPULAN

Pengabdian kepada mitra Popeneeye Kleco Solo dilakukan berjalan dengan lancar, kerjasama ini bertujuan untuk membantu mitra Popeneeye Kleco Solo dalam menghadapi persoalannya. Persoalan mitra kurangnya SDM dalam pembuatan dan penanganan sosial media di aplikasi Tiktok pada pelaksanaannya. Dengan kesimpulan mengalami dampak yang sangat positif dengan kenaikan followers dan insight dari official account perkembangan bisnis juga mengalami perubahan yang signifikan dalam sosial media Tiktok yang sudah berjalan baik sudah diberikan dan memberikan interaksi antara pemilik akun dan pengikut. Harapannya dengan kegiatan ini akan terus berkelanjutan dilakukan pengabdian guna memantau dan mengevaluasi media sosial yang sudah digunakan.

Pelatihan penggunaan media sosial untuk meningkatkan bisnis perlu dilakukan, pembuatan konten-konten yang semakin menarik juga harus secara konsisten diunggah untuk menjaga serta meningkatkan promosi penjualan mitra Popeneeye Kleco Solo.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kegiatan pengabdian ini merupakan bentuk kerjasama antara Fakultas Ekonomi Universitas Teknologi Solo dengan pihak Popeneeye Kleco Solo dengan selesainya kegiatan pengabdian ini, maka sebagai ucapan terima kasih kepada :

1. Owner Franchise Popeneeye Kleco Solo
2. Ketua Program Studi Manajemen
3. Dosen Pembimbing
4. Rekan-rekan di Popeneeye Kleco Solo
5. Rekan Team Pengabdian

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Fadly, H. D., & Sutama. (2020). Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Di Tengah Pandemi Covid-19. *View Of Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19.* (<Https://Ejournal.Uigm.Ac.Id/Index.Php/Eg/Article/View/1042/1115>)
- Kusuma, B. A., & Satria Putri, B. P. S. P. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity. *View Of Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity.*
- Permana, E., Stalastiana, D., Khalisoh, R., & Syamsurizal, S. (2024). Strategi Meningkatkan Brand Awareness Melalui Konten Kreatif Dalam Pemasaran Media Sosial Tiktok Brand Tenue De Attire. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(3), 169-180.
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). The Power Of Digital Marketing (Vol. 1). Tiga Ebook.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020, July). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada Ecommerce. *Jurnal Upi.* (<Http://Ejournal.Upi.Edu/Index.Php/Manajerial/>)