



Sosialisasi Pemanfaatan Sosial Media Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Kawasan Transmigrasi Payahe

Muhammad Ridha Albaar ¹⁾, Yasir muin ^{2)*}, Alf Nugrah A. Hi Usman ³⁾, Alriskhandy M. Idris ⁴⁾, M. Arhan Darmawan ⁵⁾, Jiandzah Lukmanulhakim ⁶⁾

email: ridha.albaar@unkhair.ac.id

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Khairun, Kota Ternate, Indonesia

Diterima: 07/11/2025

Direvisi: 07/11/2025

Disetujui: 07/11/2025

Abstrak

Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat di Kawasan Transmigrasi Payahe, Kota Tidore Kepulauan, dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha berbasis digital. Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital serta rendahnya pemanfaatan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi identifikasi masalah, penyusunan materi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Kegiatan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan praktik langsung, di mana peserta dilatih menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business untuk membuat konten promosi, mengelola interaksi pelanggan, dan melakukan transaksi daring. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai strategi pemasaran digital dan penggunaan media sosial secara produktif. Selain itu, kegiatan ini berhasil menumbuhkan semangat kewirausahaan digital di kalangan pelaku UMKM, kelompok wanita tani, dan pemuda transmigran. Dengan dukungan infrastruktur digital dan pendampingan lanjutan, program ini berpotensi memperkuat pertumbuhan ekonomi lokal serta menjadi model pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi di kawasan transmigrasi.

Kata Kunci: Media Sosial, Sosialisasi, Ekonomi Digital, UMKM, Transmigrasi Payahe.

Abstract

Abstrak. This outreach program aims to improve the skills of the community in the Payahe Transmigration Area, Tidore Islands City, in utilizing social media as a means of promoting and developing digital-based businesses. The main problems faced by the community are limited knowledge and skills in digital marketing and low utilization of technology to expand market reach. The program implementation method includes problem identification, material development, outreach, training, mentoring, and evaluation. The program is carried out through a participatory approach and hands-on practice, where participants are trained to use platforms such as Facebook, Instagram, and WhatsApp Business to create promotional

content, manage customer interactions, and conduct online transactions. The results of the program show a significant increase in participants' understanding of digital marketing strategies and the productive use of social media. Furthermore, this program has succeeded in fostering a spirit of digital entrepreneurship among MSMEs, women's farming groups, and transmigrant youth. With the support of digital infrastructure and continued mentoring, this program has the potential to strengthen local economic growth and become a model for technology-based economic empowerment in transmigration areas.

Keywords: *Social Media, Socialization, Digital Economy, MSMEs, Payahe Transmigration.*

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat paling efektif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga telah berkembang menjadi media promosi, penjualan, dan branding yang berbiaya rendah namun berdampak tinggi. Melalui media sosial, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkenalkan produk dan jasa mereka secara lebih luas tanpa terbatas ruang dan waktu.

Kawasan Transmigrasi Payahe, yang terletak di wilayah Kota Tidore Kepulauan, merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam bidang pertanian, perikanan, dan produk lokal berbasis rumah tangga. Namun, sebagian besar masyarakat transmigran di kawasan ini masih menghadapi keterbatasan dalam akses informasi, kemampuan digital, dan strategi pemasaran modern. Banyak pelaku usaha yang masih mengandalkan metode konvensional seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga produk mereka kurang dikenal di pasar yang lebih luas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan digital (*digital divide*) yang perlu dijumpai melalui kegiatan edukatif dan sosialisasi. Pemanfaatan media sosial secara strategis dapat menjadi solusi untuk mengatasi keterbatasan ini. Melalui pelatihan dan sosialisasi pemanfaatan media sosial, masyarakat diharapkan mampu memahami dasar-dasar penggunaan platform digital untuk promosi produk, membangun jaringan pelanggan, serta mengelola transaksi secara daring. Dengan kemampuan tersebut, pelaku ekonomi lokal dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pasar hingga ke luar daerah.

Selain itu, kegiatan ini juga mendukung program pemerintah dalam percepatan transformasi digital ekonomi nasional, sebagaimana tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) dan Rencana Induk Pembangunan Ekonomi Digital Indonesia 2021–2030. Peningkatan literasi digital masyarakat, khususnya di wilayah transmigrasi, menjadi bagian penting dari upaya pemerataan ekonomi dan pengentasan kemiskinan berbasis teknologi.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahapan. Berikut ini adalah gambar alur metode pelaksanaan untuk Sosialisasi Pemanfaatan Sosial Media Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Kawasan Transmigrasi Payahe. Berikut alur berjalannya kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur pelaksanaan kegiatan pengabdian

1. **Identifikasi Masalah**
Pertama, mengidentifikasi permasalahan masyarakat merupakan langkah penting dalam Sosialisasi Pemanfaatan Sosial Media Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Kawasan Transmigrasi Payahe, proses ini melibatkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan hambatan yang dihadapi Masyarakat.
2. **Penyusunan Materi**
Pendampingan Setelah menentukan masalah, langkah selanjutnya adalah menyiapkan bahan pendukung. Hal ini termasuk menyiapkan materi pendidikan dan panduan untuk membantu masyarakat mengatasi permasalahannya.
3. **Sosialisasi dan Koordinasi dengan Masyarakat**
Langkah selanjutnya adalah komunikasi dan koordinasi dengan masyarakat untuk memastikan partisipasi dan penerimaan yang optimal.
4. **Pelaksanaan Pendampingan dan Pelatihan**
Ini sangat penting dan memerlukan perhatian khusus untuk memastikan masyarakat berhasil dalam menerapkan strategi pemasaran digital.
5. **Monitoring dan Evaluasi Pelaksanaan**
Tahap evaluasi yang dilakukan dengan cara observasi di setiap pertemuan diharapkan setelah mengikuti sosialisai ini dapat meningkatkan pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan omzet penjualan.
6. **Pelaporan dan Rencana Tindak Lanjut**
Langkah terakhir adalah melaporkan hasil dan rencana program untuk langkah selanjutnya yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Sosialisasi Pemanfaatan Sosial Media untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Kawasan Transmigrasi Payahe dilaksanakan di Balai Pertemuan Kawasan Transmigrasi Payahe, Kota Tidore Kepulauan. Peserta kegiatan terdiri dari pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM), kelompok wanita tani, nelayan, serta pemuda transmigran. Total peserta yang hadir sebanyak 50 orang dengan antusiasme tinggi untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Sosialisasi dilaksanakan selama dua hari dengan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan pelatihan praktik langsung materi yang diberikan meliputi.

1. Pengenalan Dasar Media Sosial (fungsi, jenis, dan potensi ekonomi digital).
2. Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM.
3. Pelatihan Praktis Membuat Akun Bisnis di Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business.
4. Pembuatan Konten Promosi Efektif (foto produk, caption, dan jadwal unggahan).
5. Manajemen Interaksi dengan Pelanggan secara Daring.

Berikut langkah-langkah pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Sammo Kecamatan Gane Barat Utara, Kabupaten Halmahera Selatan sebagai berikut.

1. Tahap Persiapan

Pada tahapan ini tim PKM akan melakukan serangkaian persiapan sebelum program PKM dimulai dilakukan. Persiapannya yaitu breafing dan persiapan alat dan bahan yang akan digunakan untuk Pelatihan Pemanfaatan Platform Ecommerce pada Desa Sammo Kecamatan Gane Barat Utara Kabupaten Halmahera Selatan.



Gambar 2. Tahap persiapan.

2. Tahap penyebaran program PKM

Akan dilakukan melalui penyebaran melalui media social, Whatsapp, instgram, Facebook dan Telegram.

3. Tahap perancangan dan strategi sosialisasi

Kegiatan sosialisasi kepada mitra dilaksanakan dengan tujuan memberikan pemahaman serta penjelasan mengenai rencana pelaksanaan program PKM. Tahap ini diawali dengan penyusunan konsep kegiatan yang akan diterapkan.



Gambar 3. Tahap perancangan dan strategis sosialisasi

4. Tahapan Evaluasi

Pelaksanaan evaluasi dilakukan pada seluruh tahapan kegiatan untuk perbaikan pelaksanaan program PKM. Evaluasi dilakukan secara rutin berdasarkan perkembangan program. Beberapa tantangan yang ditemukan selama kegiatan antara lain.

1. Masih ada sebagian peserta yang kurang familiar dengan penggunaan smartphone berbasis Android.
2. Keterbatasan waktu pelatihan untuk membahas strategi pemasaran digital lebih mendalam.

Untuk itu, direkomendasikan agar:

- Pemerintah daerah bekerja sama dengan penyedia layanan telekomunikasi memperluas cakupan internet di kawasan transmigrasi.
- Dilakukan program lanjutan berupa pendampingan digital marketing secara berkala.
- Diberikan pelatihan lanjutan dalam pembuatan konten kreatif (foto produk, video pendek, dan penggunaan hashtag).



Gambar 4. Foto Bersama Peserta Sosialisasi

5. Tahap Pelaporan dan Publikasi

Pelaksanaan pelaporan dan publikasi oleh tim PKM dilakukan setelah proses pendampingan proses produksi selesai.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi ini berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran masyarakat Kawasan Transmigrasi Payahe terhadap pentingnya pemanfaatan media sosial dalam kegiatan ekonomi. Melalui pendekatan praktis dan partisipatif, kegiatan ini telah membuka peluang baru bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha secara mandiri dan memperluas jangkauan pasar. Dengan pendampingan berkelanjutan dan dukungan infrastruktur digital yang memadai, kawasan transmigrasi berpotensi menjadi model pemberdayaan ekonomi digital di daerah tertinggal dan perbatasan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan “Sosialisasi Pemanfaatan Sosial Media untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Kawasan Transmigrasi Payahe”. Pemerintah Kota Tidore Kepulauan, khususnya Dinas Transmigrasi dan Tenaga Kerja yang telah memfasilitasi tempat dan koordinasi dengan masyarakat di Kawasan Transmigrasi Payahe. Masyarakat dan pelaku UMKM Kawasan Transmigrasi Payahe, yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan serta menunjukkan semangat tinggi untuk beradaptasi dengan teknologi digital

DAFTAR PUSTAKA

- Jasri, Nadia Arfan, Hasanuddin HAH. Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM J Shariah Econ Res.* 2022;6(2):212–24.
- Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha AI. Digital Marketing. Vol. 16. 2020. 39–55 p. Zumrotul Fitriyah, Rafael Kelvlin Sofani, Crysanti Chandra Asia, Muhammad Rizki
- Firmansyah. Penggunaan Aplikasi Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Umkm. *Kreat J Pengabd Masy Nusant.* 2023;3(3):30–40.
- Ramadhan HP, Annadi K, Ramadan J, Liany AP, Pandiangan RM, Simalango T. Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Umkm Celana Di Petisah. *J Plans [Internet].* 2020;15(1):6–12. Available from: <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/plans/article/viewFile/52253/22663>.
- Ratna Gumilang R. Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition J Ilm Manaj.* 2019;10(1):9–14.
- Yunianto A, Yuliani N. Penggunaan Digital Marketing dalam Keberlangsung Pemberdayaan Perekonomian Upada Masa Pandemi MKM. *J Esensi Infokom J Esensi Sist Inf dan Sist Komput.* 2022;6(1):59–63.
- Yuniar Rahmadieni R, Idar Wahyuni E. Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Bulusulur. *J Al Basirah.* 2023;2(1):17–26.

- Astuti, R., & Rahmawati, F. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi UMKM di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 87–98. <https://doi.org/10.31294/jikom.v9i2.11561>.
- Dinas Transmigrasi dan Tenaga Kerja Kota Tidore Kepulauan. (2024). *Profil Kawasan Transmigrasi Payahe dan Potensi Ekonomi Masyarakat*. Tidore: Dinas Transmigrasi.
- Fitriani, N., & Nugroho, Y. (2022). Pemanfaatan Platform Digital untuk Pengembangan Ekonomi Lokal di Daerah 3T. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 25–34. <https://doi.org/10.22146/jpkm.2022>.
- Hasan, A. (2020). *Pengantar Literasi Digital: Konsep dan Implementasi di Masyarakat*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hidayat, A., & Maulana, D. (2022). Peran Media Sosial dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Desa di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Informasi (JPMTI)*, 3(2), 45–52.
- Setiawan, D., & Putri, E. M. (2022). Optimalisasi Penggunaan WhatsApp Business untuk Promosi Produk UMKM. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(1), 71–82.
- Sumarlin, R., & Anggraini, D. (2021). Dampak Pemanfaatan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Berbasis Komunitas. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovatif*, 3(2), 89–101.
- Yuliana, D., & Saputra, A. (2024). Digitalisasi Pemasaran Produk Lokal: Tantangan dan Peluang bagi Masyarakat Transmigrasi. *Jurnal Pembangunan dan Inovasi Daerah*, 5(1), 22–3.