

Pertumbuhan Ekonomi dan Lapangan Kerja Layak: Optimalisasi *Social Media Marketing* Tata Rias Desa Perajin

Diany Putri Pratiwi ^a, Junior Zamrud Pahalmas ^b, Karerek ^c, Marleni ^d, Treacy Austin ^{e*}

^{a,b,d} Program Studi Ilmu Komunikasi, STISIPOL Candradimuka, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan, Indonesia.

^c UIN Raden Fatah Palembang, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan, Indonesia.

^{e*} Program Studi Ilmu Administrasi Negara, STISIPOL Candradimuka, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan, Indonesia.

ABSTRACT

Having a job does not guarantee the ability to get out of the clutches of poverty. A persistent lack of decent work opportunities, inadequate investment and low consumption lead to an erosion of the fundamental social contract that forms the basis of a democratic society: Putting job creation at the center of economic policy-making and development plans, will not only generate decent work opportunities but also stronger growth, and can reduce poverty. This is a positive circle that is good for the economy and for society and encourages sustainable development. Indonesia has made a very strong commitment to achieving decent work and is playing an important role in ensuring that employment and workforce issues are included in the Sustainable Development Goals (SDGs). The importance of decent work in achieving sustainable development is highlighted by its aim to promote sustainable economic growth, productive employment opportunities and decent work for all. Social media marketing is a form of digital marketing that uses social media to market business products or services through the platforms provided by the media. Today social media is media that cannot be separated in everyday life. This is related to the cosmetology business that the author introduces in community service in Desa Perajin.

ABSTRAK

Memiliki pekerjaan tidak menjamin kemampuan untuk lepas dari cengkeraman kemiskinan. Kurangnya kesempatan kerja yang layak, investasi yang tidak memadai dan rendahnya konsumsi menyebabkan terkikisnya kontrak sosial mendasar yang menjadi dasar masyarakat demokratis: Menempatkan penciptaan lapangan kerja sebagai pusat pembuatan kebijakan ekonomi dan rencana pembangunan, tidak hanya akan menghasilkan peluang kerja yang layak namun juga pertumbuhan yang lebih kuat, dan dapat mengurangi kemiskinan. Ini merupakan lingkaran positif yang baik bagi perekonomian dan masyarakat serta mendorong pembangunan berkelanjutan. Indonesia telah memiliki komitmen yang sangat kuat untuk mencapai pekerjaan yang layak dan memainkan peran penting dalam memastikan bahwa masalah ketenagakerjaan dan ketenagakerjaan dimasukkan dalam Sustainable Development Goals (SDGs). Pentingnya pekerjaan yang layak dalam mencapai pembangunan berkelanjutan terlihat dari tujuannya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, peluang kerja yang produktif dan pekerjaan yang layak untuk semua. Pemasaran media sosial adalah suatu bentuk pemasaran digital yang menggunakan media sosial untuk memasarkan produk atau layanan bisnis melalui platform yang disediakan oleh media tersebut. Saat ini media sosial merupakan media yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini berkaitan dengan bisnis tata rias yang penulis perkenalkan pada pengabdian masyarakat di Desa Perajin.

ARTICLE HISTORY

Received 12 September 2023

Accepted 27 September 2023

Published 31 October 2023

KEYWORDS

Decent Job; Social Media Marketing; Cosmetology; Desa Perajin.

KATA KUNCI

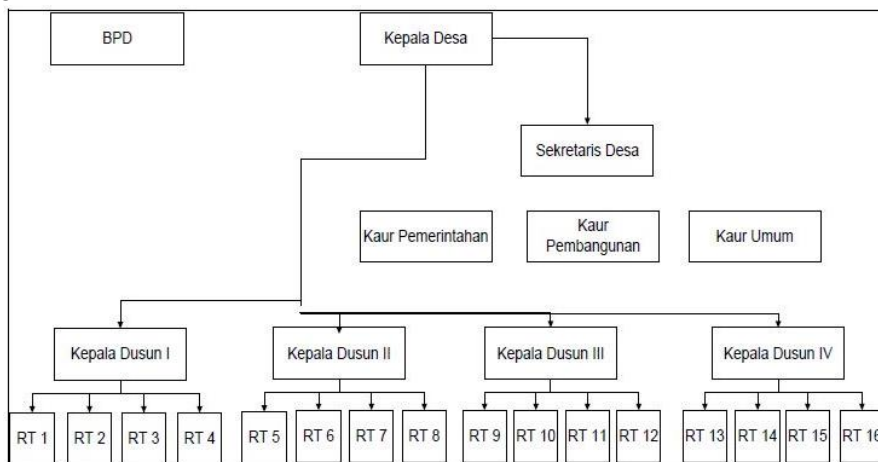
Pekerjaan yang Layak; Pemasaran Media Sosial; Tata Rias; Desa Perajin.

1. Pendahuluan

Indonesia adalah negara dengan luas wilayah daratan sebesar 1.892.555,47 km², dengan jumlah penduduk pada tahun 2021 sebanyak 272.229.372 jiwa. Berdasarkan data yang dihimpun oleh kementerian dalam negeri (KEMENDAGRI) pada tahun 2022, terinci jumlah wilayah administrasi pemerintahan dan pulau di seluruh Indonesia sebanyak 34 provinsi; 416 kabupaten; 98 kota; 7.266 kecamatan; 8.506 kelurahan; 74.961 desa. Lebih lanjut, jumlah pulau di seluruh Indonesia berdasarkan Gazeter tahun 2020 tercatat sebanyak 16.772 pulau. Dengan jumlah pulau yang berpenduduk sebanyak 1.766 pulau dan yang tidak berpenduduk sebanyak 15.006 pulau.

Indonesia merupakan salah satu dari 190 negara di dunia yang mendukung dan sepakat terhadap *Sustainable Development Goals* atau disingkat SDGs yang jika diartikan adalah tujuan pembangunan berkelanjutan. Tujuan pembangunan berkelanjutan ini adalah serangkaian tujuan yang dibuat oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) sebagai panduan bagi seluruh Negara anggota untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Agenda pembangunan global ini disahkan melalui siding umum PBB pada 25 September 2015 di New York, Amerika Serikat, dan berlaku hingga 2030.

SDGs terdiri dari 17 tujuan, salah satunya adalah pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja layak. Pada poin ini adalah mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan serta menciptakan pekerjaan yang layak dan produktif. Hal ini sejalan dengan yang tema yang penulis angkat dalam rangka pengabdian kepada masyarakat tentang pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja yang layak dengan mengoptimalkan *social media marketing* yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam masyarakat digital (*digital society*) saat ini serta berfokus terhadap usaha tata rias bagi perempuan di Desa Perajin, Kecamatan Banyuasin I, Kabupaten Banyuasin.



Gambar 1. Struktur Desa Perajin

Desa Perajin merupakan salah satu desa yang terdapat di wilayah Kabupaten Banyuasin tepatnya di Kecamatan Banyuasin I. Wilayah Desa Perajin secara geografi berada pada titik koordinat 02.64939 LS 104.72211 BT. Desa Perajin termasuk dalam wilayah kecamatan Banyuasin I kabupaten Banyuasin dengan batas wilayah bagian utara berbatasan dengan desa Pematang Palas, bagian Selatan berbatasan dengan Desa Kelurahan Mariana Ilir, bagian Timur berbatasan dengan Desa Duren Ijo, dan bagian Barat berbatasan dengan desa Merah Mata. Luas wilayah di Desa Perajin adalah 1600 Ha, yang diperuntukkan untuk pemukiman, sawah, kebun sawit, fasilitas umum, jalur hijau, tanah kas desa, tanah cadangan, perkantoran, sekolah, dan lain sebagainya.

Indonesia dengan wilayah yang luas dan populasi yang beragam menciptakan konteks unik untuk mencapai *Sustainable Development Goals*, terutama yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja. Fokus pada pemanfaatan pemasaran media sosial untuk memberdayakan bisnis tata rias di Desa Perajin mencerminkan komitmen untuk pembangunan inklusif dan peningkatan perempuan di wilayah ini. Inisiatif ini bertujuan untuk menciptakan dampak positif dengan mengatasi tantangan ekonomi dan ketenagakerjaan dalam komunitas lokal.

2. Metode

Metode yang penulis gunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif. Menurut Ruslan (2008), metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan tentang karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi, atau kelompok tertentu [1]. Metode ini relatif sederhana dan tidak memerlukan landasan teoritis rumit atau pengujian hipotesis tertentu. Sumber data utama penulis dalam tulisan ini adalah didapat melalui observasi atau pengamatan langsung di lapangan, wawancara yang dilakukan dengan mencatat hasil wawancara atau dengan menggunakan voice recorder kepada informan, serta dokumentasi dengan pengambilan foto terkait penelitian di lapangan. Informan dalam tulisan ini adalah beberapa warga dari desa Perajin, Kecamatan Banyuasin I, Kabupaten Banyuasin. Waktu kegiatan pengabdian berlangsung pada bulan Juli 2023 hingga Agustus 2023. Adapun lokasi yang ditetapkan dalam tulisan ini dilaksanakan di Desa Perajin, Kecamatan Banyuasin I, Kabupaten Banyuasin.

3. Hasil dan Pembahasan

Dewasa ini, pesatnya teknologi informasi dan komunikasi telah merubah cara interaksi antara individu satu dan individu lainnya. Media sosial menjadi sebuah ruang baru dan cara baru dalam mengoptimalkan pemasaran suatu jasa kepada masyarakat luas. Kehadiran media sosial memberikan kemudahan bagi para pengguna untuk mengakses segala informasi yang diperlukan kapanpun dan dimanapun, karena sifatnya yang tanpa terbatas jarak, ruang dan waktu. Nasrullah (2021) mendefinisikan media sosial sebagai medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membentuk ikatan sosial.

Menurut Ganelius dan Susan (2011), pemasaran media sosial memiliki tujuan untuk membangun hubungan dengan manfaat utama dari pemasaran media sosial yaitu:

1. Kemampuan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan secara aktif;
2. Membangun merek, yaitu dalam upaya menaikkan *brand awareness*;
3. Publisitas, pemasaran melalui media sosial dapat membuat suatu usaha jasa tertentu membagikan informasi-informasi yang dikehendaki dalam rangka promosi.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet atau masyarakat digital di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Sebagai informasi, penetrasi internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2018, penetrasi internet mencapai 64,8% dan levelnya naik menjadi level 73,7% pada 2019-2020. Kemudian, pada 2021-2022 tingkat penetrasi internet kembali meningkat. Tingkat penetrasi mencapai 77,02% dan berada di angka 80% di tahun 2022-2023.

Pada masa sekarang, media sosial telah menjadi media interaksi baru bagi masyarakat digital (*digital society*). Media sosial dapat menarik banyak orang untuk mengunjungi tautan-tautan yang berisi informasi promosi dan pemasaran mengenai suatu produk atau jasa yang ditawarkan dengan sangat mudah dan tergolong murah

(*low cost*) oleh suatu pelaku usaha. Hal inilah yang kemudian melatarbelakangi penulis untuk memfokuskan sosialisasi mengenai usaha tata rias di Desa Perajin yang penulis amati dapat menjadi suatu usaha baru yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja yang layak di Desa Perajin, Kecamatan Banyuasin I, Kabupaten Banyuasin.

Sosialisasi dalam memperkenalkan usaha tata rias di Desa Perajin, Kecamatan Banyuasin I, Kabupaten Banyuasin dilaksanakan dengan memfokuskan sosialisasi kepada warga perempuan atau ibu-ibu di Desa Perajin. Sosialisasi dilakukan pada bulan Agustus 2023 dengan mengundang ibu-ibu di desa tersebut, serta menghadirkan narasumber yang berkompeten dan berpengalaman di bidangnya, Suci Ramadhona. Selain narasumber yang kompeten di bidang tata rias, penulis juga memberikan paparan mengenai cara penggunaan media sosial dalam rangka promosi suatu jasa tata rias. Tujuan dari kegiatan sosialisasi ini adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja layak dengan mengoptimalkan pemasaran usaha tata rias tersebut melalui media sosial agar dapat dengan mudah menjangkau pasar untuk mempromosikan jasa tata rias bahkan di luar Desa Perajin.

Dalam melakukan pengamatan, mengobservasi lapangan, penulis menemukan bahwa belum pernah terdapat sosialisasi terkait usaha tata rias dan pengoptimalisasian pemasaran melalui media sosial. Oleh karena itu, penulis berharap sosialisasi ini dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terkhususnya perempuan atau ibu-ibu di Desa Perajin serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja yang layak.



(a) Melakukan Survei Lapangan di Desa Perajin



(b) Pertemuan dengan Perangkat Desa Perajin



(c) Diskusi Dengan Pemuda Desa Perajin



(d) Koordinasi dengan Pemuda Desa Perajin Terkait Sosialisasi



(e) Bersama Masyarakat Desa Perajin



(g) Mempersiapkan Alat Tata Rias Yang Akan Digunakan



(h) Pembukaan Sekaligus Sosialisasi Tentang Tata Rias



(f) Banner Sosialisasi



(i) Narasumber Yang Tengah Menjelaskan Sembari Mempraktikkan Langsung Bagaimana Rias Yang Baik Kepada Masyarakat Desa Perajin



(j) Foto Bersama Warga Desa Perajin Usai Sosialisasi.

Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari tulisan di Desa Perajin, Kecamatan Banyuasin I, Kabupaten Banyuasin adalah penulis berupaya untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan baru kepada masyarakat terkhususnya ibu-ibu Desa Perajin serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja layak dengan mengoptimalkan pemasaran usaha tata rias melalui media sosial agar dapat dengan mudah menjangkau pasar untuk mempromosikan jasa tata rias bahkan di luar Desa Perajin.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Anhar, S.Sos selaku Kepala Desa Perajin yang telah dengan sangat baik menyambut dan mengizinkan penulis melaksanakan kegiatan sosialisasi,
- 2) Seluruh perangkat desa, serta lapisan masyarakat yang memberikan dukungan penyediaan fasilitas untuk tempat pelaksanaan sosialisasi,
- 3) Ibu-Ibu masyarakat Desa Perajin yang sudah meluangkan waktunya mengikuti kegiatan sosialisasi dari awal hingga akhir,
- 4) Ikatan Pemuda Desa Perajin.

Referensi

Baik, Indonesia. (2022). <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet>. DiAkses 20 Agustus 2023.

Direktorat Jenderal Bina Administrasi Kewilayahan. (2022). Kemendagri Mutakhirkan Kode, Data Wilayah Administrasi Pemerintahan dan Pulau Seluruh Indonesia. <https://ditjenbinaadwil.kemendagri.go.id/main#:~:text=Berdasarkan%20Kepmendagri%20050%2D145%2F2022,74961%20desa%3B%20dan%2016.772%20pulau>. Diakses 21 Agustus 2023.

Instiki. (2023). Mengenal Sustainable Development Goals (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Diakses 20 Agustus 2023.

Ruslan, R., & Rosady Ruslan SH, M. M. (2018). *Metode penelitian public relation dan komunikasi*. Rajawali Press.

SDGs DKI Jakarta. (2023). Tujuan SDGS. Available at: <https://sdgs.jakarta.go.id/detil-sdgs/pekerjaan-layak-dan-pertumbuhan-ekonomi>. Diakses 21 Agustus 2023.

UTN, P2K. (2022). Kabupaten Banyuasin. Diakses 20 Agustus 2023.