

OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA BAGI ANGGOTA PKK DALAM MENOPANG EKONOMI KELUARGA

Tarwin¹, Sawukir², Ani Meryati³

Manajemen, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

E-mail: [*dosen02118@upam.ac.id](mailto:dosen02118@upam.ac.id)¹, dosen02319@upam.ac.id², dosen02483@upam.ac.id³

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial bagi anggota PKK dalam menopang ekonomi keluarga melalui peningkatan literasi digital dan keterampilan pemasaran online. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif dan pendampingan berbasis praktik langsung yang meliputi tahapan persiapan, pelatihan, pendampingan, evaluasi dan publikasi. Pelatihan difokuskan pada pengenalan media sosial, strategi dasar digital marketing, pembuatan konten kreatif, simulasi penjualan online, serta etika dan keamanan digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan anggota PKK dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran produk rumah tangga. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong peningkatan kepercayaan diri dan motivasi kewirausahaan peserta dalam mengembangkan usaha berbasis digital. Dengan demikian, optimalisasi media sosial melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat kemandirian ekonomi keluarga serta memberdayakan perempuan di era ekonomi digital.

Kata kunci

Media sosial, Literasi Digital, PKK, Ekonomi Keluarga, Pengabdian Kepada Masyarakat

ABSTRACT

This Community Service (PKM) activity aims to optimize the use of social media for Family Welfare Movement (PKK) members to support their family's economic well-being by improving digital literacy and online marketing skills. The activity implemented a participatory training approach and hands-on mentoring, encompassing preparation, training, mentoring, evaluation, and publication. The training focused on an introduction to social media, basic digital marketing strategies, creative content creation, online sales simulations, and digital ethics and security. The results of the activity demonstrated an increase in PKK members' understanding and skills in utilizing social media as a means of promoting and marketing household products. Furthermore, this activity also boosted participants' self-confidence and entrepreneurial motivation in developing digital-based businesses. Therefore, optimizing social media through ongoing training and mentoring can be an effective strategy for strengthening family economic independence and empowering women in the digital economy era.

Keywords

Social Media, Digital Literacy, PKK, Family Economy, Community Service

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital saat ini telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang sosial, pendidikan, dan ekonomi. Salah satu wujud nyata dari kemajuan teknologi tersebut adalah kehadiran media sosial yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok, dan YouTube tidak hanya digunakan untuk keperluan komunikasi dan hiburan tetapi telah berkembang menjadi sarana yang efektif dalam kegiatan ekonomi, khususnya dalam hal promosi, pemasaran, dan pengembangan usaha kecil dan menengah. Pemanfaatan media sosial secara tepat dapat membuka peluang ekonomi baru, meningkatkan kreativitas masyarakat, dan mendorong kemandirian ekonomi keluarga.

Dalam konteks kehidupan sosial masyarakat Indonesia, Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) memiliki peran strategis sebagai wadah pembinaan, pemberdayaan, dan peningkatan kapasitas perempuan dalam mendukung kesejahteraan keluarga. PKK merupakan gerakan nasional yang bertujuan untuk memberdayakan keluarga agar mampu meningkatkan kualitas hidup, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun pendidikan. Anggota PKK tersebar di seluruh pelosok Indonesia, mulai dari tingkat desa hingga tingkat nasional. Peran perempuan sebagai penggerak ekonomi tidak dapat dipandang sebelah mata. Ibu rumah tangga memiliki kontribusi besar dalam menjaga kestabilan keuangan keluarga, baik melalui pengelolaan pengeluaran rumah tangga maupun melalui kegiatan ekonomi produktif. Ketika perempuan diberdayakan dan memiliki akses terhadap teknologi digital, mereka akan mampu menciptakan peluang ekonomi yang tidak hanya meningkatkan pendapatan keluarga, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Oleh karena itu, pemberdayaan anggota PKK melalui optimalisasi media sosial menjadi langkah yang sangat relevan dengan semangat pembangunan inklusif dan berkelanjutan.

Selain peluang, tentu terdapat pula tantangan dalam mengimplementasikan strategi optimalisasi media sosial bagi anggota PKK. Masih banyak anggota PKK yang memandang media sosial sebatas sarana hiburan atau komunikasi pribadi, tanpa menyadari potensi ekonominya yang besar. Rendahnya literasi digital, kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran online, serta keterbatasan akses terhadap pelatihan menjadi hambatan utama dalam pemanfaatan media sosial sebagai alat pemberdayaan ekonomi. Selain itu, keterbatasan infrastruktur internet di daerah pedesaan, kurangnya dukungan dari lingkungan sekitar, serta rendahnya tingkat kepercayaan diri dalam memulai usaha digital. Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan kolaborasi antara pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta dalam menyediakan pelatihan, pendampingan, serta fasilitas yang mendukung terciptanya ekosistem ekonomi digital di tingkat Masyarakat.

Optimalisasi media sosial tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada perubahan pola pikir dan sikap kewirausahaan di kalangan anggota PKK. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing, anggota PKK dapat belajar mengenai cara membuat konten kreatif, melakukan riset pasar sederhana, memahami perilaku konsumen online, serta membangun brand identity produk lokal. Dengan demikian, media sosial berperan tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai wadah pembelajaran dan pengembangan kapasitas individu dalam menghadapi era ekonomi digital. Lebih jauh lagi, penggunaan media sosial yang optimal dapat membantu memperkuat peran PKK

sebagai agen perubahan di masyarakat. Oleh karena itu, pemberdayaan anggota PKK melalui optimalisasi media sosial menjadi langkah yang sangat relevan dengan semangat pembangunan inklusif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian tentang optimalisasi media sosial bagi anggota PKK dalam menopang ekonomi keluarga menjadi penting dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana teknologi dapat diintegrasikan ke dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Kegiatan dapat dilakukan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan penggunaan media sosial, kendala yang dihadapi oleh anggota PKK. Selanjutnya bagaimana strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas penggunaan media sosial dalam konteks ekonomi keluarga.

Adapun tujuan dari Pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kendala yang dihadapi oleh anggota PKK dalam optimalisasi penggunaan media sosial, menentukan strategi apa yang dapat diterapkan serta meningkatkan pemahaman dan kemampuan anggota PKK dalam memanfaatkan media sosial secara produktif sehingga meningkatkan kontribusi dalam menopang ekonomi keluarga.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dilakukan dengan pendekatan pelatihan partisipatif dan pendampingan berbasis praktik langsung. Pendekatan ini digunakan karena sasaran kegiatan adalah anggota PKK yang umumnya merupakan ibu rumah tangga dan pelaku usaha mikro yang lebih mudah memahami materi melalui pembelajaran kontekstual dan aplikatif. Pelatihan dirancang dengan metode ceramah interaktif, studi kasus, demonstrasi, dan praktik langsung. Fasilitator berperan tidak hanya sebagai pengajar, tetapi juga sebagai mentor yang mendampingi peserta selama latihan. Berikut adalah metode pelaksanaan yang akan dilakukan:

2.1 Tahap persiapan

Tahap persiapan bertujuan untuk memastikan pelaksanaan kegiatan berjalan efektif, sesuai kebutuhan, dan tepat sasaran. Beberapa langkah utama yang dilakukan dalam tahap ini antara lain:

- a. Analisis Kebutuhan Peserta (*Need Assessment*)
Sebelum pelatihan dimulai, dilakukan survei sederhana terhadap anggota PKK untuk mengetahui tingkat literasi digital, jenis usaha yang telah dijalankan, serta hambatan dalam penggunaan media sosial. Hasil survei digunakan untuk menyusun materi dan metode pelatihan yang sesuai dengan kemampuan peserta.
- b. Koordinasi dengan Pengurus PKK dan pihak terkait.
Tim pelaksana melakukan koordinasi dengan ketua dan pengurus PKK setempat serta pihak kelurahan atau desa. Koordinasi meliputi penentuan jadwal, lokasi kegiatan, jumlah peserta dan teknis pelaksanaan kegiatan.
- c. Penyusunan Modul Pelatihan
Materi pelatihan disusun dalam bentuk modul praktis yang mudah dipahami peserta. Modul mencakup pengenalan media sosial, dasar-dasar digital marketing, strategi pembuatan konten kreatif, teknik fotografi produk sederhana, serta etika dan keamanan dalam transaksi online.
- d. Persiapan Peralatan dan Fasilitas

Disiapkan perangkat pendukung seperti laptop, proyektor, jaringan internet, kamera ponsel agar peserta dapat langsung mempraktikkan materi.

2.2 Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Tahap pelatihan merupakan inti kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran produk keluarga. Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka (workshop interaktif) selama 2–3 hari dengan kombinasi teori, praktik, dan simulasi yang dibagi dalam beberapa sesi utama:

Sesi 1 – Pengenalan Media Sosial dan Ekonomi Digital.

Peserta diperkenalkan pada konsep dasar media sosial dan fungsinya dalam dunia usaha. Fasilitator menjelaskan perbedaan antara akun pribadi dan akun bisnis, serta manfaat media sosial dalam memperluas jaringan pelanggan dan memperkenalkan produk rumah tangga.

Sesi 2 – Strategi Dasar Digital Marketing.

Materi difokuskan pada pemahaman tentang branding, segmentasi pasar, dan strategi promosi online. Peserta diajarkan cara membuat akun bisnis di Instagram, Facebook, atau TikTok, serta mengatur profil usaha agar lebih menarik dan profesional.

Sesi 3 – Pembuatan Konten Kreatif

Peserta dilatih membuat konten promosi menggunakan alat sederhana seperti kamera ponsel dan aplikasi desain gratis (misalnya Canva). Mereka belajar teknik dasar pengambilan foto produk, pencahayaan, penulisan caption promosi, dan pemanfaatan hashtag agar unggahan mudah ditemukan oleh calon pembeli.

Sesi 4 – Simulasi Penjualan Online

Peserta melakukan simulasi transaksi menggunakan fitur e-commerce dan media sosial seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, atau TikTok Shop. Pada tahap ini, peserta juga dilatih dalam melayani pelanggan secara profesional dan menjaga komunikasi yang baik melalui pesan digital.

Sesi 5 – Etika dan Keamanan Digital.

Peserta diberikan pemahaman tentang etika bermedia sosial, pentingnya menjaga reputasi online, serta cara melindungi data pribadi dan menghindari penipuan daring

2.3. Evaluasi dan Refleksi

Setelah kegiatan selesai, akan dilakukan evaluasi dan refleksi untuk melihat sejauh mana kegiatan tersebut berkontribusi terhadap peningkatan kemandirian ekonomi keluarga anggota PKK. Tujuannya untuk menilai perbedaan antara sebelum dan sesudah pelatihan dengan melihat perubahan pada tingkat literasi digital, kemampuan pemasaran online, serta peningkatan pendapatan keluarga. Selain itu, dilakukan wawancara dan observasi untuk mengetahui perubahan perilaku, motivasi, dan kepercayaan diri anggota PKK dalam mengelola usaha berbasis digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Masih banyaknya peserta yang menggunakan media sosial hanya sebatas untuk hiburan. Disisi lain hanya sebagian kecil peserta yang mempraktikkan pemanfaatan media sosial untuk kegiatan bisnis, meskipun masih dalam skala terbatas. Rasanya perlu untuk melakukan suatu tindakan berupa pemberian edukasi dan penyebarluasan informasi mengenai optimalisasi media sosial dalam menopang ekonomi keluarga. Anggota PKK yang mayoritas adalah ibu rumah tangga merupakan salah satu pihak yang potensial untuk diberikan informasi dan edukasi mengenai hal-hal tersebut.

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa sebelum pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) para peserta dari Posyandu di lingkungan RW 023 Kelurahan Pamulang Barat, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan sebagian masih menggunakan media sosial seperti TikTok dan Instagram hanya sebagai media hiburan saja. Namun setelah mengikuti kegiatan ini terlihat adanya peningkatan wawasan dan pemahamannya para peserta terkait media sosial serta bagaimana konsep pemanfaatan media sosial untuk bisnis. Para anggota PKK mulai bisa memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran produk rumah tangga. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong peningkatan kepercayaan diri dan motivasi kewirausahaan peserta dalam mengembangkan usaha berbasis digital. Dengan demikian, optimalisasi media sosial melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat kemandirian ekonomi keluarga serta memberdayakan perempuan di era ekonomi digital.

4. KESIMPULAN

Program "Pentingnya Menabung Sejak Usia Dini di Yayasan Yatim dan Dhuafa Kafilatur Rosul" berhasil mengoptimalkan media sosial (TikTok, Instagram) bagi anggota PKK melalui pendekatan dialog partisipatif fleksibel yang mengakomodasi variasi literasi digital peserta (dari awam hingga praktisi terbatas). Strategi efektif meliputi peer sharing pengalaman, inspirasi sukses TikToker, dan praktik bertahap (konsep konten → pengemasan → komunikasi audiens), menghasilkan pemahaman konsep bisnis digital meski tantangan utama adalah pemilihan produk dan segmentasi pasar.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D., & Kurniawati, E. (2022). Pemberdayaan Masyarakat melalui Literasi Digital dalam Pengembangan Usaha Mikro di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(2), 87–96. Laporan-PKM-2025
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. W.H. Freeman.
- BPS (Badan Pusat Statistik). (2024). *Survei Literasi Digital Indonesia 2024*. Jakarta: BPS.
- Chaffey, D. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating* Online Marketing (6th ed.). Pearson.
- Format APA 7th Edition digunakan untuk konsistensi akademik proposal PKM. Semua referensi relevan dengan konteks PKK + digital marketing + ekonomi keluarga Indonesia. Laporan-PKM-2025-Sept-Draft.docx

- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. Continuum.
- Kemkominfo. (2023). *Laporan Indeks Literasi Digital Indonesia 2023*. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Nurlaela. (2023). Peran PKK dalam Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(1), 45–56.
- Sari, R., et al. (2021). Efektivitas Program Wirausaha PKK terhadap Pendapatan Rumah Tangga. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(3), 120–135.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing* (3rd ed.). SAGE Publications.
- UNDP (United Nations Development Programme). (2023). *Digitalization and Women's Economic Empowerment*. UNDP Report.