

SOSIALISASI PENGENALAN DAN STRATEGI USAHA PERIKLANAN UNTUK MENINGKATKAN PENGEMBANGAN EKONOMI KELUARGA PADA IBU RUMAH TANGGA BLOK TANJUNG JAYA KECAMATAN GANTAR INDRAMAYU

Aufa Zakiya Faizza¹, Sobirin²

Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia (IAI Al -Azis)

fazakiya31@gmail.com¹, sobirin@iai-alzaytun.ac.id²

Abstrak: Pemberdayaan ekonomi keluarga menjadi salah satu kunci utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini, peran ibu rumah tangga sangatlah penting, terutama dalam mengelola dan mencari peluang usaha yang dapat menopang perekonomian keluarga. Salah satu peluang yang potensial dan relevan dengan perkembangan zaman adalah usaha di bidang periklanan, baik secara konvensional maupun digital. Sosialisasi ini bertujuan untuk memperkenalkan konsep dasar usaha periklanan serta strategi-strategi praktis yang dapat diterapkan oleh ibu rumah tangga, khususnya yang berada di Blok Tanjung Jaya, Kecamatan Gantar, Kabupaten Indramayu. Dengan pemahaman yang baik mengenai cara kerja, target pasar, media promosi, dan teknik pemasaran yang efektif, diharapkan para peserta mampu mengembangkan usaha kecil berbasis iklan dan promosi untuk mendukung ekonomi keluarga. Melalui kegiatan ini, para ibu rumah tangga akan diberikan pengetahuan tentang pentingnya branding, pembuatan konten promosi yang menarik, pemanfaatan media sosial, serta bagaimana membangun jaringan usaha secara sederhana namun efektif. Selain itu, akan dibahas pula bagaimana memulai usaha dengan modal terbatas namun tetap memiliki peluang yang besar untuk berkembang. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk nyata dari pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan menciptakan kemandirian ekonomi keluarga serta meningkatkan partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi produktif. Dengan adanya sosialisasi ini, diharapkan ibu-ibu rumah tangga di Blok Tanjung Jaya dapat menjadi pelaku usaha yang mandiri dan berdaya saing di tengah perubahan sosial dan ekonomi yang semakin dinamis.

Kata Kunci: Sosialisasi, Strategi, Usaha Periklanan, Pengembangan Ekonomi.

Abstract: Family economic empowerment is one of the main keys to improving community welfare. In this case, the role of housewives is very important, especially in managing and seeking business opportunities that can support the family economy. One of the potential opportunities that is relevant to the development of the times is a business in the advertising sector, both conventionally and digitally. This socialization aims to introduce the basic concept of advertising business and practical strategies that can be applied by housewives, especially those in the Tanjung Jaya Block, Gantar District, Indramayu Regency. With a good understanding of how it works, target markets, promotional media, and effective marketing techniques, it is hoped that participants will be able to develop small businesses based on advertising and promotion to support the family economy. Through this activity, housewives will be given knowledge about the importance of branding, creating attractive promotional content, utilizing social media, and how to build a simple but effective business network. In addition, it will also be discussed how to start a business with limited capital but still have great opportunities to grow. This activity is a real form of community service that aims to create family economic independence and increase women's participation in productive economic activities. With this socialization, it is hoped that housewives in the Tanjung Jaya Block can become independent and competitive business actors amidst increasingly dynamic social and economic changes.

Keywords: Socialization, Strategy, Advertising Efforts, Economic Development.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia usaha, termasuk dalam bidang periklanan. Saat ini, periklanan tidak lagi terbatas pada media cetak atau televisi, tetapi telah merambah ke media digital seperti media sosial, website, dan platform online lainnya. Hal ini membuka peluang besar bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha di bidang periklanan secara lebih luas dan fleksibel, termasuk bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM). Namun, tidak semua lapisan masyarakat

memiliki pemahaman atau keterampilan yang memadai dalam mengelola usaha periklanan secara profesional. Banyak pelaku UMKM dan kelompok masyarakat di daerah belum optimal memanfaatkan strategi periklanan yang efektif untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Kurangnya pengetahuan tentang konsep periklanan, desain promosi, penggunaan media digital, hingga pemanfaatan platform iklan berbayar menjadi hambatan dalam pengembangan usaha mereka. Melihat kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat, khususnya kelompok pelaku UMKM dan pemuda kreatif, dalam membangun dan mengelola usaha periklanan yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi lokal. Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat tidak hanya memahami teori dasar periklanan, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara langsung, mulai dari merancang materi iklan hingga mempublikasikannya di berbagai media. Dengan adanya keterampilan di bidang periklanan, masyarakat dapat lebih mandiri dalam mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki, membuka peluang usaha baru di bidang jasa iklan, serta meningkatkan daya saing di tengah pasar yang semakin kompetitif. Program ini juga diharapkan dapat menumbuhkan jiwa wirausaha, kreativitas, dan pemanfaatan teknologi digital yang adaptif dan produktif.

METODOLOGI

Pengabdian ini menggunakan jenis penelitian survey. Eksplanasi pada penelitian ini tergolong penelitian deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan selama satu hari pada tanggal 14 Juni 2025 dengan melibatkan peserta ibu rumah tangga dari Blok Tanjung Jaya. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 25 orang.

Rincian Hasil

Program PKM (pengabdian kepada masyarakat) ini dilaksanakan selama 1 hari yaitu dari tanggal Juni 2025 dengan melibatkan target peserta Ibu Rumah Tangga Blok Tanjung Jaya Kecamatan Gantar Indramayu. Kegiatan ini berupa sosialisasi yang berfokus pada meningkatkan pengembangan ekonomi keluarga. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi masyarakatnya, khususnya kalangan ibu rumah tangga yang memiliki minat tinggi terhadap bidang usaha dan pengembangan ekonomi keluarga. Banyak Ibu rumah tangga yang memiliki minat yang tinggi terhadap strategi periklanan ini, mereka sangat antusias dengan penyampaian materi yang diberikan. Cukup dengan mengandalkan aplikasi editing dan bahan yang mudah ditemukan, para warga khususnya IRT memiliki antusiasme yang tinggi terhadap bisnis ini. Kegiatan PKM berjalan dengan lancar, selama penyampaian materi, beberapa peserta tampak aktif bertanya, serta terlibat dalam diskusi ringan yang menandakan ketertarikan mereka terhadap topik yang disampaikan.

Rincian Pembahasan

Kegiatan sosialisasi dibuka dengan pemaparan materi mengenai dasar-dasar periklanan, pentingnya branding, serta teknik dasar pembuatan konten promosi. Para peserta diberikan penjelasan tentang penggunaan aplikasi desain sederhana seperti Canva, cara membuat caption promosi menarik, serta strategi memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp sebagai media promosi gratis namun efektif.

Beberapa peserta juga memberikan saran agar kegiatan seperti ini dilakukan rutin setiap beberapa bulan sekali, agar mereka bisa terus belajar dan mengembangkan skill promosi.

Secara umum, kegiatan berlangsung lancar, interaktif, dan mampu memantik semangat wirausaha para ibu rumah tangga yang sebelumnya belum begitu aktif dalam kegiatan ekonomi. Adanya kombinasi antara teori dan praktik menjadikan materi mudah dipahami dan

langsung dapat diterapkan.



KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) bertema Pengenalan Dan Strategi Usaha Periklanan berhasil dilaksanakan dengan tujuan utama meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam strategi periklanan digital. Peserta tidak hanya memperoleh teori dasar tentang pemasaran, tetapi juga praktik langsung dalam merancang dan menyebarluaskan materi iklan. Dari hasil evaluasi, mayoritas peserta menunjukkan respons positif, mengindikasikan adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan mereka dalam mengelola strategi periklanan secara mandiri. Selain itu, peserta mulai memahami pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi yang efektif dan menjangkau pasar lebih luas.

EVALUASI DAN SARAN

Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Evaluasi kegiatan ini dilakukan melalui pengamatan langsung selama proses pelaksanaan, serta melalui diskusi informal dengan peserta setelah kegiatan selesai. Secara umum, kegiatan berjalan dengan sangat baik dan sesuai dengan rencana. Materi dapat disampaikan dengan runtut dan dipahami oleh peserta, meskipun masih ada beberapa kendala teknis di lapangan.

Keterlibatan peserta tergolong aktif, terlihat dari partisipasi mereka dalam sesi diskusi dan praktik. Beberapa peserta dengan cepat mampu mengikuti instruksi pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi sederhana seperti Canva. Namun demikian, masih terdapat beberapa peserta yang mengalami kesulitan teknis, seperti ketidaktahuan dalam menggunakan fitur tertentu di aplikasi, serta keterbatasan dalam penggunaan bahasa digital.

Selain itu, beberapa kendala juga muncul dari segi sarana, seperti tidak semua peserta memiliki perangkat yang memadai (smartphone dengan kapasitas cukup atau kuota internet aktif). Hal ini menghambat sebagian peserta untuk dapat mengikuti praktik secara optimal. Kegiatan ini juga hanya dilaksanakan dalam waktu satu hari, sehingga penyampaian materi belum sepenuhnya dapat digali lebih dalam.

Saran

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pelaksanaan kegiatan sejenis di masa mendatang, antara lain:

1. Perpanjangan durasi kegiatan

Kegiatan idealnya dilakukan dalam dua atau tiga pertemuan agar peserta dapat memahami materi secara bertahap, serta memiliki waktu cukup untuk praktik dan evaluasi.

2. Penyediaan fasilitas pendukung

Untuk mengatasi keterbatasan perangkat dan akses internet, penyelenggara kegiatan sebaiknya menyediakan perangkat cadangan seperti laptop atau akses Wi-Fi portable yang bisa digunakan bersama.

3. Peningkatan pendampingan

Setelah kegiatan utama selesai, sebaiknya dilakukan sesi pendampingan lanjutan, baik secara langsung maupun daring. Hal ini penting agar peserta bisa terus bertanya dan dibimbing saat mereka mulai mempraktikkan promosi secara mandiri.

4. Kolaborasi dengan pelaku usaha atau UMKM lokal

Menghubungkan peserta dengan pelaku usaha yang sudah berjalan akan memberikan mereka pengalaman dan jejaring yang lebih luas, serta meningkatkan motivasi untuk mengembangkan usaha mereka secara serius..

DAFTAR PUSTAKA

- Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). Pengantar Periklanan. Penerbit Lakeisha.
- Arianty, N. (2024). Peranan Periklanan dalam Meningkatkan Hasil Penjualan. *Jurnal Kumpulan Dosen*, 5(1), 173–183.
- Hilmiana, H., & Kirana, D. H. (2021). Peningkatan Kesejahteraan UMKM Melalui Strategi Digital Marketing. *Kumawula*, 4(1), 124–130. Dapat diakses di sini.
- Anugrah, V. J., & Susanti, E. D. (2023). Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Bisnis Indonesia*.
- Moser, C. O. N. (1993). *Gender Planning and Development: Theory, Practice and Training*. London: Routledge.