

**LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Produk di SDN Karang Bahagia 02

Oleh :

Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si.

Annisa Eka Syafrina, M.Si.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
APRIL 2021**

**LEMBAR PENGESAHAN
HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

1. Judul PKM : Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Produk di SDN Karang Bahagia 02
- Bidang Ilmu : Komunikasi
2. Ketua Pelaksana
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si.
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIDN/NIP : 0307108503
 - d. Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar
 - e. Jabatan Struktural : Dosen Tetap
 - f. Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
3. Alamat Ketua Pelaksana :
 - a. Alamat Kantor/ Telp : Jl. Raya Perjuangan, Bekasi
 - b. Alamat Rumah/ Telp : Pondok Bambu, Duren Sawit
4. Anggota Pelaksana
 - a. Dosen Tetap Fikom/ NIDN : Annisa Eka Syafrina, M.Si.
 - b. Mahasiswa Fikom :
 - Al Khansa Maghfira Izzatie Putri Bachtiar
 - Rahkmat Priyadi
 - Ilham Fadilah
5. Lokasi : SDN Karang Bahagia
6. Kerjasama dengan Institusi lain :
 - a. Nama Institusi/ : -
 - b. Alamat : -
 - c. Telp/fax/E-mail : -
7. Lama Kegiatan : satu (1) Hari
8. Biaya yang diajukan :
 - a. Sumber dari Universitas : **Rp 5.000.000,-**
 - b. Sumber Lain, sebutkan : -
 - c. Jumlah : **Rp 5.000.000,-**

Jakarta, 28 Agustus 2021

Ketua PKM

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

(Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom)

NIP. 041503026

**Mengetahui,
Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian
kepada Masyarakat dan Publikasi**

(Asima Oktavia Sitanggang)

NIP. 041505028

**Menyetujui,
Kepala Bidang Pengabdian Kepada
Masyarakat dan Kewirausahaan**

(Dr. Irma Setyawati, S.E., M.M.)

NIP. 1706285

(Dr. Ir. Yatty Marwati, M.Si.)

NIP. 1706281

RINGKASAN

Media Sosial yang umumnya digunakan untuk menjaga silaturahmi antar pengguna media sosial, telah bergeser fungsi atau dapat digunakan pula untuk media pemasaran produk. Era digital mendorong perkembangan komunikasi pemasaran harus terintegrasi dan menarik serta efektif. Sehingga promosi yang baik sungguhlah perlu dan ditunjang dengan kualitas produk yang baik pula.

Pembekalan ini ditujukan bagi para guru dan orang tua di SDN Karang Bahagia 02 yang secara ide besar telah menghasilkan produk lokal yang baik namun perlu didukung dengan peningkatan mutu atau kualitas dan promosi yang terintegrasi.

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Daftar Isi	iv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Kegiatan	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Kegiatan	4
BAB 2 TARGET LUARAN.....	5
BAB 3 METODE PELAKSANAAN.....	6
3.1. Sasaran Kegiatan	6
3.2. Metode Kegiatan	6
3.3. Capaian Kegiatan	7
BAB 4 BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN.....	8
4.1. Anggaran Biaya	8
4.2. Jadwal Kegiatan	9
Daftar Pustaka	10

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kegiatan

Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telephone seluler dan bahkan kemudian muncul istilah telepon cerdas (smartphone). Dengan hadirnya Smartphone, fasilitas yang disediakan dalam berkomunikasi pun semakin beraneka macam, mulai dari sms, mms, chatting, email, browsing serta fasilitas sosial media. Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (cooperation).

Untuk mendorong penjualan lebih luas, di era digital saat ini, perlu dipikirkan pula komunikasi pemasaran terintegrasi yang berbasis komunikasi digital. Sebagian besar orang berpikir mempromosikan konten online itu sesimpel menerbitkan post dan melakukan sosial media marketing di berbagai sosial media channels. Namun, pada kenyataannya, diperlukan strategi promosi melalui sosial media yang terencana dan sesuai dengan bisnis Anda agar hasilnya efektif (<https://blog.sribu.com/id/strategi-promosi-melalui-sosial-media/>). Komunikasi pemasaran yang terintegrasi, sebagai produsen, kelompok Elok by Ibu perlu memperhatikan kualitas produk yang dijual, kemasan yang menarik, jangkauan dan harga yang sesuai pasarnya. Selain itu, diperlukan promosi yang terintegrasi baik offline maupun online, didukung dengan bentuk-bentuk promosi lainnya guna menarik perhatian calon konsumen.

Sayangnya, para guru dan orang tua di SDN Karang Bahagia 02 belum mampu menggunakan media sosial untuk memasarkan produk baik barang maupun jasa lewat media sosial yang dimilikinya. Karenanya penulis berinisiatif untuk mengadakan pembekalan bagi para guru dan orang tua membuat konten media sosial yang baik dan menarik guna memasarkan produk yang mereka miliki.

1.2. Rumusan Masalah

Para guru dan orang tua memiliki kemampuan yang sangat minim dalam membuat konten menarik di akun media sosial. Di samping itu, hanya sebagian dari mereka yang memiliki smartphone dengan kapasitas memadai untuk melakukan akses di media sosial. Ditambah kesibukan mereka dalam mengurus rumah tangga, membuat mereka enggan untuk melakukan pengecekan ulang atas kualitas produk yang mereka hasilkan, padahal produk berkualitas merupakan modal utama keberhasilan penjualan.

1.3. Tujuan Kegiatan

Pembekalan “Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Pemasaran Produk di SDN Karang Bahagia 02” dibawakan oleh Dosen Tetap Pengampu mata kuliah Pengantar Periklanan dan Komunikasi Digital. Dengan pelatihan ini diharapkan para ibu mampu, secara mandiri, menciptakan konten media sosial menarik mulai dari tampilan foto dengan tata letak, pencahayaan, dan pesan yang baik dan efektif sehingga mampu meningkatkan penjualan.

BAB II

TINJAUAN TENTANG MITRA

2.1. SDN Karang Bahagia 02

SDN Karang Bahagia 02 adalah sekolah dasar (SD) Negeri yang terletak di Kp. Pulo Bambu, Kecamatan Karang Bahagia, Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Sekolah Dasar Negeri yang berada di bawah Dinas Pendidikan Kabupaten Bekasi ini masih berakreditasi peringkat C (<https://referensi.data.kemdikbud.go.id/tabs.php?npsn=20218964>). Namun demikian, sekolah ini telah mulai melakukan pembenahan dengan memperbaiki penampilan fisik sekolah yang awalnya terlihat kumud, sekarang telah dipagar, melakukan perawatan taman dan tampil lebih baik di bawah pimpinan kepala sekolah yang baru, Ibu Wawah (<https://koransidak.com/sdn-karang-bahagia-02-kini-mulai-terlihat-kinclong/>)



DATA REFERENSI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN & KEBUDAYAAN

Profil Satuan Pendidikan / Lembaga

Identitas Satuan Pendidikan / Lembaga | Dokumen dan Perijinan | Sarana Prasarana | Kontak | Gallery Foto | Map | Histori Data

Naungan : Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

No. SK. Pendirian : **Perlu Update**

Tanggal SK. Pendirian : -

No. SK. Operasional : **Perlu Update**

Tanggal SK. Operasional : 1910-01-01

File SK Operasional : **Perlu Update**

Akreditasi : **C**

No. SK. Akreditasi : 02.00/330/BAP-SM/XI/2017

Tanggal SK. Akreditasi : 20-11-2017

No. Sertifikasi ISO : Belum Bersertifikat

Update SK Operasional

Gambar 1. Keterangan SDN Karang Bahagia 02

Sumber: <https://referensi.data.kemdikbud.go.id/tabs.php?npsn=20218964>



Gambar 2. Kepala Sekolah dan Staff SDN Karang Bahagia 02

<https://koransidak.com/sdn-karang-bahagia-02-kini-mulai-terlihat-kinclong/>

2.2. Pentingnya Pemanfaatan Media Sosial untuk Para Orang Tua

Pentingnya kemampuan menulis konten yang baik di media sosial di era digital saat ini dan tampilan visual yang baik guna menarik minat beli pada calon konsumen, maka diharapkan dengan pelatihan ini mampu meningkatkan penjualan produk di SDN Karang Bahagia 02. Selain mampu menulis dengan baik, para ibu juga akan diberikan pembekalan akan pentingnya meningkatkan kualitas produk yang mampu menumbuhkan kepercayaan pembeli. Kepercayaan tersebut diperlukan untuk menjalin kerja sama dengan konsumen terdahulu sehingga menjadi pelanggan tetap dari jasa dan produk di SDN Karang Bahagia 02.

Salah satu cara untuk meningkat penjualan seperti yang telah disampaikan di atas adalah dengan memberikan pembekalan komunikasi pemasaran terpadu, pembekalan untuk menumbuhkan pemahaman produk berkualitas, penulisan konten media sosial yang baik dan pembuatan foto yang instagramable. Karenanya selain memberi pembekalan, kegiatan pengabdian masyarakat ini juga memfasilitasi para ibu dengan saran broadband yang dapat memudahkan para ibu untuk mengakses internet.

BAB 3

LAPORAN PELAKSANAAN

3.1 Nama dan Tema

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa kegiatan sosialisasi. Sosialisasi menurut kamus besar Bahasa Indonesia berarti upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat atau pemasyarakatan. Sosialisasi juga bisa diartikan sebagai upaya untuk membujuk atau mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Dalam kegiatan pengabdian yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Pemasaran Produk di SDN Karang Bahagia 02”, pelaksana tidak menawarkan jasa namun sebuah gagasan tentang manfaat media sosial guna mendorong kegiatan usaha yang dimiliki oleh orang tua. Dengan memahami pemanfaat media sosial, diharapkan orang tua semakin melek teknologi yang mana hal ini tidak hanya bermanfaat dalam promosi penjualan hasil usaha orang tua. Dengan melek teknologi, orang tua semakin menguasai teknologi yang juga digunakan oleh anak dalam pembelajaran jarak jauh.

3.2 Maksud dan Tujuan

Kegiatan pengabdian masyarakat tersebut di atas memiliki beberapa tujuan, diantaranya:

- a. Untuk memberikan pemahaman kepada para orang tua murid tentang manfaat media sosial dalam membantu promosi penjualan produk usaha
- b. Untuk merangsang orang tua murid melek teknologi sehingga mampu memanfaatkan teknologi dalam kegiatan sehari-hari khususnya pendampingan anak di masa pembelajaran jarak jauh

3.3 Waktu dan Tempat

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama satu hari pada tanggal 16 Juni 2021. Lokasi kegiatan bertempat SDN Karang Bahagia 02, Karang Bahagia, Bekasi.

3.4 Kegiatan dan Materi

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan dalam tiga bagian yakni pemaparan tentang sosial media dan promosi, pemanfaatan Instagram sebagai media promosi, dan tips wirausaha dari salah seorang pelaku bisnis online.

Tabel 1. Pembicara dan Materi

Nama Pembicara	Materi	Isi Materi
Annisa Eka Syafрина, M.Si.	Materi I: “Social Media Promotions”	Pentingnya penggunaan Media Sosial dalam kegiatan promosi
Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si.	Materi II: “Promosi di Instagram”	Pemanfaatan Instagram dalam Prmosi Produk: Manfaat dan Tips
Andara Dhita, S.Ds.	Materi III: “Berawal dari Kecil”	Berbagi Pengalaman dari Pemilik Bisnis Online “babybees” yang berpromosi di instagram

3.5 Peserta Kegiatan

Sosialisasi “Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Pemasaran Produk SDN Karang Bahagia 02” ini diikuti oleh perwakilan wali murid/ orang tua siswa SDN Karang Bahagia dari kelas 1 hingga kelas 6. Masing-masing tingkatan kelas diwakili 3-4 orang tua murid, sehingga total orang tua murid yang mengikuti kegiatan mencapai 20 orang.

3.6 Biodata Tim (Terlampir)

3.7 Jadwal Kegiatan (Terlampir)

3.8 Dokumentasi (Terlampir)

3.9 Anggaran (Terlampir)

BAB 4

LUARAN KEGIATAN

4.1. Deskripsi Kegiatan Kegiatan Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Produk di SDN Karang Bahagia 02

Kegiatan sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Produk diadakan di SDN Karang Bahagia 02, Karang Bahagia, Bekasi, Jawa Barat. SDN ini adalah salah satu dari sekian banyak SD Negeri di Bekasi yang masih tergolong tertinggal, terdepan dan terluar, atau biasa disebut 3T. Meskipun terletak belasan kilo dari Kawasan industri Jababeka yang merupakan daerah berkembang, dan berjarak hanya puluhan meter dari SDN Karang Bahagia yang sudah terakreditasi A, ternyata sekolah SDN Karang Bahagia 02 masih berakreditasi C atau cukup baik.

Akreditasi sekolah merupakan kegiatan penilaian (asesmen) sekolah yang dilakukan secara sistematis dan komprehensif melalui kegiatan evaluasi diri dan evaluasi eksternal (visitasi) untuk memutuskan apakah sekolah telah dinilai layak dan memiliki kinerja yang baik. Dalam menilai akreditasi sekolah terdapat sembilan komponen yang perlu dilaporkan oleh pihak sekolah, yaitu (a) kurikulum dan proses belajar mengajar; (b) administrasi dan manajemen sekolah; (c) organisasi dan kelembagaan sekolah; (d) sarana prasarana (e) ketenagaan; (f) pembiayaan; (g) peserta didik; (h) peran serta masyarakat; dan (i) lingkungan dan kultur sekolah. (<https://akhmadsudrajat.wordpress.com/2008/02/03/akreditasi-sekolah/>)

Di masa pandemic saat ini, di mana kegiatan belajar mengajar dilakukan secara jarak jauh, maka yang paling berperan dalam kelancaran pelaksanaan sekolah dari rumah adalah peserta didik yang didampingi oleh orang tua. Karenanya peran orang tua menjadi salah satu hal penting dari kelancaran belajar jarak jauh. Kendati demikian, efektifitas pembelajaran jarak jauh ini sangat sulit untuk dilaksanakan berhubung kurangnya keterampilan orang tua dalam menggunakan gawai yang digunakan untuk belajar. Di satu sisi, di tengah kondisi ekonomi yang terbatas, umumnya satu keluarga hanya memiliki satu gawai.

Sebagian orang tua dari wali murid SDN Karang Bahagia, khususnya para ibu, berprofesi sebagai wira usaha di samping tugas mengurus rumah tangga. Berjualan dilakukan untuk menambah mata pencaharian rumah tangga yang umumnya sudah ditopang oleh suami dengan

menjadi buruh pabrik. Sekalipun kedua orang tua telah bekerja, mereka mengaku tetap kesulitan memenuhi kebutuhan rumah tangga, karena jumlah penjualan menurun drastis di masa pandemic ini. Mereka tidak berani berjualan langsung karena masyarakat memilih membeli lewat online.

Melihat kondisi tersebut, tim berusaha melakukan sosialisasi kepada para orang tua khususnya ibu yang umumnya berjualan dengan cara konvensional. Hal ini bertujuan agar para ibu memiliki pengetahuan dan kemampuan berjualan secara online lewat media sosial yang umum digunakan dan terbilang sederhana dan mudah digunakan. Dengan demikian para ibu dapat meningkatkan kembali penghasilan tambahan untuk membantu perekonomian keluarga serta semakin peka dan terampil dengan teknologi sehingga lebih melek digital guna mendukung Pendidikan jarak jauh anaknya.

4.2. Penjabaran Kegiatan

Adapun untuk mencapai tujuan tadi, sosialisasi dibagi dalam tiga sesi. Sesi pertama dibawakan oleh ibu Annisa Syafrani yang memperkenalkan tentang Sosial Media dan Promosi. Dalam pemaparannya yang disajikan secara virtual, beliau menjelaskan apa saja manfaat media sosial bagi anak dan remaja. Bahwa dengan media sosial, anak dapat mencari informasi untuk kebutuhan mengerjakan tugas, mendapat inspirasi untuk mengerjakan tugas-tugas sekolah dan mendapatkan hiburan lewat tontonan yang disajikan di media sosial. Tidak hanya itu, Ibu Annisa juga menjelaskan bagaimana media sosial bekerja sehingga membuat sesuatu yang biasa saja menjadi terkenal dan dicari-cari seperti tahu bulat Mang odeng yang sempat viral beberapa waktu lalu. Ibu Annisa juga memaparkan tentang pentingnya menggunakan taktik dalam usaha kecil seperti memperhatikan tampilan visual dalam website, melakukan promosi lewat media sosial, membuat kuis menarik dan berkonsultasi dengan konsultan pemasaran. Beliau menambahkan memanfaatkan media sosial untuk promosi merupakan salah satu cara yang membuat produk mudah dikenal orang dan gratis. Sehingga mengakhiri pemaparannya, Ibu Annisa membujuk para peserta untuk mulai berani menggunakan media sosial untuk berpromosi dan berjualan.

Sesi kedua, dibawakan oleh Ibu Asima Oktavia Sitanggang yang memfokuskan pada salah satu media sosial yang umum digunakan untuk berjualan yaitu, Instagram. Instagram memiliki

beberapa keunggulan karena memiliki beberapa fitur yang memudahkan pengguna membuat foto yang indah dan menarik untuk menonjolkan produk yang dijualnya. Selain itu, Instagram memiliki jangkauan yang luas karena terhubung dengan beberapa media sosial lainnya seperti facebook dan twitter. Instagram juga mudah digunakan, sehingga saat ini menduduki posisi tiga teratas media sosial yang umum digunakan setelah youtube dan whatsapp. Dalam pemaparannya, Ibu Asima focus pada membangun visual yang menarik perhatian dengan cara: mengunggah foto yang bermakna, membuat tampilan yang konsisten, memilih warna yang sesuai dengan karakter usaha, memberi detail informasi yang jelas, menggunakan endoser yang menarik dan dikenal calon pembeli, memaksimalkan kreativitas, dan mengikuti trend. Selain tampilan yang menarik, penjual juga perlu membangun kedekatan dengan pembeli dengan menunjukkan apresiasi seperti ucapan terima kasih dan hadiah kepada pelanggan setia. Hal ini penting untuk membangun loyalitas pembeli yang digunakan untuk usaha jangka panjang.

Sesi terakhir dibawakan secara visual oleh Ibu Andara Dhita, pemilik “babybees”. Babybees adalah brand clothing yang awalnya diperuntukan untuk pakaian dan aksesoris anak bayi. Seiring perkembangannya, produk yang dihasilkan babybees bertambah target pasarnya, bukan hanya untuk anak bayi tapi juga anak-anak usia sekolah (dari usia 6-12 tahun) dan untuk para ibu. Ibu Andara Dhita sebagai narasumber membagikan pengalaman berbisnisnya, yang hanya bermodalkan niat dan kreativitas dan materiil yang sangat kecil. Juga membantu menjualkan beberapa produk milik kawannya hingga akhirnya merancang dan memproduksi sendiri bisnis rintisannya. Pengalaman ini dirasakan perlu untuk memotivasi para peserta untuk berani memulai usaha tanpa harus takut memulai dari modal kecil dan berani mempromosikan di media sosial Instagram untuk dikenal masyarakat luas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kegiatan Sosialisasi “Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Produk” merupakan upaya untuk memotivasi para ibu pemilik usaha kecil akan pentingnya promosi melalui media sosial yang berimpak besar bagi penjualan. Kegiatan ini menumbuhkan pemahaman orang tua bahwa promosi merupakan salah satu kegiatan penting dari kesuksesan pemasaran produk. Sosialisasi ini juga menambah wawasan peserta tentang tampilan visual yang perlu diperhatikan agar Instagram menarik dan mencerminkan karakter produk yang ditawarkan. Selain itu dengan pengalaman dari pelaku usaha yang sukses berjualan dengan media sosial Instagram diharapkan mampu mendorong para peserta untuk berani dan terampil menggunakan media sosial dalam berpromosi dan mengembangkan usahanya.

5.2. Saran

Usaha menengah, kecil, mikro atau disingkat UMKM diakui sebagai salah satu roda penyelamat perekonomian di tengah pandemi covid-19 ini. Kegiatan yang mampu mendorong pertumbuhannya perlu digalakkan secara berkelanjutan. Karenanya kegiatan ini akan lebih baik jika dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan yang mampu menciptakan produk-produk berkualitas dari para ibu.

DAFTAR PUSTAKA

<http://dakta.com/news/18934/peran-komunitas-dalam-pembangunan-kota-bekasi>

<https://kumparan.com/@kumparanmom/moms-yuk-kenalan-dengan-komunitas-sahabat-ibu-pintar-1538271650181642592>

<https://www.tehsariwangi.com/artikel/memaknai-peran-ibu-dalam-keluarga>

LAMPIRAN
BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN

4.1 ANGGARAN BIAYA

No	Jenis Pengeluaran	Biaya yang diusulkan (Rp)
1	Honor pembicara Honorarium <ul style="list-style-type: none"> • Penyaji Materi Tim Dosen (3 orang @ Rp. 500.000,- x 1 hari) - Anggota Mahasiswa (3 orang untuk 1 hari, pelaksanaan @ Rp. 100.000,-) 	1. 800.000,-
2	Konsumsi (Paket snack, makan siang dan minuman untuk peserta dan tim) : Rp. 30.000,- x 30 orang = 900.000,-	900.000,-
3	Bahan habis pakai: <ol style="list-style-type: none"> 1. Persiapan pelaksanaan dan survey = Rp. 450.000,- 2. Pembuatan Laporan Pertanggungjawaban = Rp. 300.000,- 3. Seminar kit = Rp. 150.000,- 	900.000,-
4	Publikasi <ol style="list-style-type: none"> 1. Spanduk Kegiatan = Rp. 150.000,- 2. Peminjaman Laptop = Rp, 100.000,- 3. Plakat ucapan terima kasih = Rp. 100.000,- 4. Publikasi di Media Cetak dan Elektronik = Rp. 300.000,- 	650.000,-
5	Lain-lain Broadband internet = Rp. 600.000 Kenang-kenangan untuk kepala sekolah= Rp. 150.000	750.000,-
	JUMLAH	5.000.000,-

2. JADWAL KEGIATAN

Jadwal penelitian disusun dalam bentuk untuk rencana penelitian yang diajukan dan sesuai dengan format sebagai berikut :

No.	Jenis Kegiatan	Bulan Ke				Bulan ke-2			
		ke-1							
1	Persiapan	■	2	3	4	1	2	3	4
2	Orientasi lapangan		■						
3	Pengurusan Ijin			■					
4	Pelaksanaan kegiatan Seminar Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran			■	■				
5	Penyusunan laporan					■	■	■	