

Social Media Management Training for 'Gerabah' Product Marketing in Banyumulek Village, West Lombok Regency

Yulanda Trisula Sidarta Yohanes^{1*}, Muhlis¹, Hartin Nur Khusnia¹

Article Info

**Correspondence Author*

⁽¹⁾ Program Studi Ilmu
Komunikasi, Universitas
Mataram

How to Cite:

Yohanes, Y. T. S., Muhlis, Khusnia, H. N. (2023). Social Media Management Training for 'Gerabah' Product Marketing in Banyumulek Village, West Lombok Regency. *Prospect: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1-11.

Article History

Submitted: 4 January 2023

Received: 30 January 2023

Accepted: 30 January 2023

Correspondence E-Mail:

yulandatrisula@unram.ac.id

Abstract

Community service with the topic of training on social media management of pottery product marketing Banyumulek Village aims to make potters become able to edit content design using the Canva application, become able to design product marketing messages to be published on each social media account, as well as become able to manage posts on social media potters in Banyumulek Village, West Lombok Regency. The scope of this activity is digital content creation training through the Canva. The method is carried out through 3 (three) stages, namely: lectures, clarification of social media, and practice to manage social media in marketing. The fact in the field is that participants have not been optimal in managing social media for the promotion of earthenware products. The result of the activity obtained was that participants gained additional insights after being taught to use the Canva to help design content in the promotion of pottery products. From the activity, participants were divided into 3 (three) small groups to be trained using the Canva by the service team. This activity has benefits for participants because by using the Canva, the content design becomes more attractive because there is already a template that can be accessed by participants.

Keywords: Canva Application; 'Gerabah' Product; Social Media

Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Pemasaran Produk Gerabah Desa Banyumulek, Kabupaten Lombok Barat

Yulanda Trisula Sidarta Yohanes^{1*}, Muhlis¹, Hartin Nur Khusnia¹

Article Info

**Correspondence Author*

⁽¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mataram

Email Korespondensi:

yulandatrisula@unram.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat dengan topik pelatihan pengelolaan media sosial pemasaran produk gerabah Desa Banyumulek, Kabupaten Lombok Barat bertujuan agar perajin gerabah menjadi mampu dalam *editing* desain konten dengan menggunakan aplikasi Canva, menjadi mampu mendesain pesan pemasaran produk untuk dipublikasikan di masing-masing akun media sosial, serta menjadi mampu dalam mengelola postingan di media sosial perajin gerabah Desa Banyumulek, Kabupaten Lombok Barat. Lingkup kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan pembuatan konten digital melalui aplikasi Canva. Metode yang dilakukan melalui 3 (tiga) tahap, yaitu: ceramah, klarifikasi media sosial, dan praktik cara mengelola media sosial dalam memasarkan produk gerabah melalui aplikasi Canva. Fakta yang ditemukan di lapangan adalah peserta belum optimal dalam pengelolaan media sosial untuk promosi produk gerabah. Adapun hasil akhir kegiatan yang diperoleh adalah peserta memperoleh tambahan wawasan setelah diajarkan menggunakan aplikasi Canva untuk membantu mendesain konten dalam promosi produk gerabah. Dari kegiatan tersebut peserta dibagi ke dalam 3 (tiga) kelompok kecil untuk dilatih menggunakan aplikasi Canva oleh tim pengabdian (dosen dan mahasiswa). Kegiatan ini memiliki manfaat bagi peserta karena dengan menggunakan aplikasi Canva serta desain konten menjadi lebih menarik karena telah ada *template* yang dapat diakses oleh peserta.

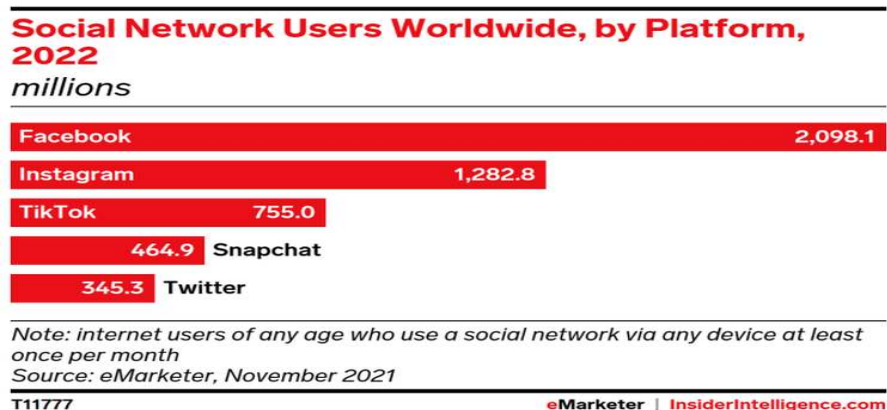
Kata Kunci: Aplikasi Canva; Media Sosial; Produk Gerabah

Pendahuluan

Desa Banyumulek yang berada di Kabupaten Lombok Barat merupakan penghasil produk gerabah. Produk gerabah menjadi tumpuan hidup perekonomian serta memiliki nilai estetika dan nilai jual. Oleh sebab itu, pembuatan produk gerabah membutuhkan waktu dan ketelitian dalam membuat seni yang indah. Pandemi Covid-19 secara global membuat penjualan gerabah mengalami penurunan. Penjualan yang dilakukan secara konvensional (biasanya dikunjungi oleh wisatawan yang mencintai seni kerajinan gerabah) menjadi penyebab utama turunnya pendapatan masyarakat karena mereka tidak dapat berkunjung akibat pemberlakuan pembatasan kegiatan. Kendati demikian, masyarakat pengelola produk gerabah juga melakukan inovasi penjualan secara *online* dengan memanfaatkan media sosial.

Permasalahan yang dihadapi oleh perajin gerabah di Desa Banyumulek adalah kurangnya pengetahuan mengenai desain gambar yang layak untuk diposting di masing-masing akun media sosial serta strategi menyusun pesan yang layak untuk diunggah. Hal ini penting diperhatikan dalam pengelolaan media sosial untuk memasarkan produk gerabah di Desa Banyumulek. Perajin dituntut menghadapi tantangan perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga mereka harus gencar dalam mendesain media sosial agar menarik konsumen terhadap produk gerabah Desa Banyumulek, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Pemecahan masalah yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Banyumulek untuk pengelola gerabah adalah edukasi penggunaan aplikasi Canva dalam mendesain konten yang dapat dimuat di media sosial, mendesain pesan pemasaran produk untuk dipublikasikan di masing-masing akun media sosial perajin gerabah Desa Banyumulek, serta mengelola postingan di media sosial perajin gerabah.

Pemanfaatan media sosial sangat penting dalam melancarkan proses penjualan produk gerabah Desa Banyumulek. Media sosial merupakan serangkaian aplikasi berbasis internet yang dikonstruksi di atas dasar dan teknis web 2.0 dan memungkinkan penciptaan maupun peralihan konten yang dihasilkan “user” (*user generated content*) (Kaplan dan Haenlein, 2010). Beberapa bentuk media sosial yang muncul di tengah masyarakat saat ini adalah Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube. Menurut Williamson (2022) menjabarkan bahwa media sosial dengan *platform* Facebook menduduki peringkat pertama di tahun 2022. Hal tersebut dapat dilihat dalam Gambar 1.



Gambar 1. Grafik Jumlah Pengguna Media Sosial di Tahun 2021
Sumber: (Williamson, 2022)

Menghadapi tantangan perkembangan digital saat ini tentu membuat pelaku usaha berlomba dalam mewujudkan produk yang dapat menjangkau secara virtual. Oleh sebab itu, tim pengabdian Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram berupaya dalam membantu perajin gerabah dalam mengelola media sosial yang dimiliki guna mengembangkan kegiatan promosi yang telah dilakukan menjadi lebih optimal lagi.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pelatihan pengelolaan media sosial di mana metode pelaksanaannya melalui beberapa tahap berikut:

Tahap I

Tim pengabdian memberikan wawasan mengenai pengelolaan media sosial sesuai dengan kebutuhan perajin gerabah di mana tim memberikan wawasan mengenai pengelolaan media sosial pemasaran produk gerabah.

Tahap II

Tim pengabdian melakukan pengecekan terhadap media sosial (Facebook, Instagram) dari peserta pelatihan untuk dianalisa setiap detail mengenai teknik pengambilan gambar, pesan yang dibuat di dalam unggahan tersebut, serta konsistensi dalam mengunggah konten di media sosial yang peserta gunakan.

Tahap III

Tim pengabdian melakukan praktik cara mengelola media sosial dalam memasarkan produk gerabah, yaitu: (a) tim pengabdian melatih peserta untuk melakukan pengeditan gambar dengan *template* yang bagus melalui aplikasi Canva dengan tujuan menarik calon konsumen; (b) tim pengabdian melatih peserta menyusun pesan yang dapat memikat calon konsumen; serta (c) tim pengabdian melatih peserta mendesain konten untuk dipublikasikan di masing-masing akun media sosial.

Pembahasan

Target kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku UMKM produk gerabah yang melakukan penjualan secara konvensional maupun *online*. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2022 bertempat di Kantor Desa Banyumulek dihadiri oleh 20 peserta yang antusias untuk mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir. Kegiatan diawali dengan pemaparan materi dengan topik “Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Pemasaran Produk” bertujuan untuk memberikan wawasan kepada peserta guna mengetahui posisi media sosial yang telah dilakukan sampai dengan kegiatan ini berlangsung. Tim pengabdian berupaya menggali informasi terkait perkembangan media sosial peserta dengan melakukan komunikasi dua arah dengan peserta guna mendapatkan data perkembangan media sosial. Hal tersebut dapat dilihat dalam Gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Peserta menunjukkan status Whatsapp sebagai media promosi penjualan
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022



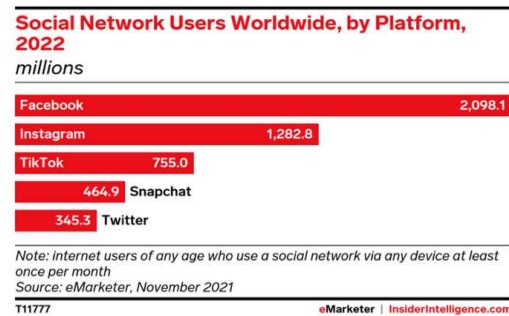
Gambar 3. *Review* terhadap media sosial yang telah dilakukan
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022

Berdasarkan Gambar 2 dan 3, dapat menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian untuk mengetahui kondisi media sosial, khususnya penggunaan status pada Whatsapp telah dilakukan dengan melakukan posting informasi terkait produk gerabah dan mendapatkan respon dari pembeli dari mancanegara. Kegiatan berikutnya adalah penjelasan materi yang disampaikan oleh tim pengabdian kepada peserta yang hadir. Materi ini berkaitan dengan pengelolaan media sosial pemasaran produk gerabah di Desa Banyumulek. Pada sesi ini, tim pengabdian menyampaikan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Tim pengabdian menginformasikan kepada peserta dengan memberikan pertanyaan “Seberapa sering media sosial yang Anda gunakan di ponsel?”. Pertanyaan ini dilontarkan untuk menarik perhatian audiens dalam komunikasi dua arah sehingga terdapat respon yang ditunjukkan oleh peserta. Peserta yang hadir pada dasarnya telah memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi produk mereka. Seperti pada Gambar 2, penggunaan media sosial Whatsapp yang selama ini digunakan sebagai alat untuk mempromosikan produk mereka. Melalui unggahan tersebut, banyak konsumen yang ingin mendapatkan informasi lebih lengkap lagi dengan cara *personal chat*.
- b. Pada materi selanjutnya, menjelaskan mengenai ringkasan pengguna media sosial. Pada data di bawah ini, pengguna media sosial telah mencapai 191,4 juta orang atau 68,9% dari populasi menggunakan media sosial sebagai kebutuhan untuk mendapatkan informasi. Pengguna usia di atas 13 tahun merupakan populasi yang sangat aktif untuk menggunakan media sosial. Waktu yang sering digunakan pengguna media sosial untuk mencari informasi pada jam 03.17 WIB. Oleh sebab itu, tim pengabdian memberikan wawasan mengenai durasi yang tepat untuk melakukan posting adalah ketika setelah salat subuh karena waktu tersebut masyarakat pada umumnya telah bangun dan memulai aktivitas di pagi hari. Berdasarkan data di bawah ini juga, *platform* Facebook menduduki posisi teratas untuk digunakan oleh publik untuk mendapatkan informasi.



Gambar 4. Ringkasan Pengguna Media Sosial
Sumber: (Nurdian, 2022)



Gambar 5. Persentase Pengguna Media Sosial
Sumber: (Williamson, 2022)

- c. Penjelasan berikutnya adalah implementasi teori *The Circular Model of SOME*. Menurut Luttrell (2022) menjelaskan terdapat 4 (empat) tahapan dalam merencanakan media sosial. Tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tahapan pertama adalah *share*. Pada tahap ini, seorang komunikator menggunakan beberapa media sosial sebagai strategi agar dalam berkomunikasi dapat berjalan dengan lancar dan efektif. Komunikator perlu memperhatikan saluran yang akan digunakan untuk membagi pesan kepada publik agar pesan tersebut dapat terbaca oleh publik sasarannya. Ketika media sosial yang dimiliki oleh komunikator diaktifkan untuk bisa diakses oleh konsumen, terdapat kepercayaan yang dibangun untuk menghubungkan komunikator dengan konsumen. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Luttrell, yaitu:

"Where is my audience? What type of networks are they engaging on? Where should we be sharing content? It is vital social media strategists understand how and where their consumers interact. This is a company's opportunity to connect, build trust, and identify channels that allow for true interactions."

2. Tahap kedua adalah *optimize*. Pada tahap ini, komunikator mengoptimalkan pesan yang dikirim ke media sosial agar sesuai dengan harapan konsumen. Ada beberapa poin yang perlu diperhatikan oleh komunikator dalam mengoptimalkan pesan di media sosial. Kemampuan mendengarkan dan belajar dari konsumen mengenai topik yang diperbincangkan di media sosial. *Take a part in authentic conversation* dalam media sosial merupakan tindakan yang dilakukan oleh komunikator dalam komunikasi dua arah dengan konsumen. Kegiatan berdiskusi dengan konsumen, debat dalam media sosial yang masih dalam etika yang relevan merupakan hal penting untuk bisa menemukan ide-ide strategis ke depannya. Hal tersebut seperti yang diungkapkan Luttrell bahwa:

"Are there issues that need to be addressed? What type of content should be shared? Do we have brand influencers and advocates? Where are we being mentioned and how? To optimize any conversation listening is paramount. A strong communication plan that optimizes your content results in maximum impact of messaging, brand, and value."

3. Tahap ketiga adalah *manage*. Tahap ini media sosial yang dimiliki oleh komunikator perlu diatur (*manage*) dengan baik. Komunikator dalam mengelola media sosial perlu memiliki kemampuan dalam merespon konsumen dengan cepat. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Luttrell bahwa:

“What relevant messaging should we manage, monitor, and measure? By setting up media management systems like Hootsuite companies can keep abreast of conversations happening in real-time, respond to consumers instantly, send private messages, share links, monitor conversations, and measure successes/failures.”

4. Tahap keempat adalah *engage* (melibatkan). Tahap ini komunikator melibatkan konsumen serta orang penting seperti *influencer* yang bisa membantu dalam keterlibatan di media sosial. Keterlibatan ini akan perlu menjawab pertanyaan yang disampaikan oleh Luttrell sebagai berikut:
“Who should we engage with and how? Do we want our consumers to take action on what we’ve shared? If so, what do we want them to do? Cultivating an engagement strategy can be difficult”

- d. Penjelasan berikutnya adalah pemanfaatan aplikasi Canva yang dapat menunjang konten promosi produk gerabah sehingga dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mengelola konten yang ada di media sosial. Tim pengabdian memberikan wawasan sebelum memilih aplikasi Canva, peserta diajarkan untuk mengetahui nilai jual produk gerabah yang menjadi ciri khas Desa Banyumulek, analisis pasar yang menjual produk serupa namun perlu mencari ciri khusus yang membedakan antara produk gerabah di Desa Banyumulek dengan tempat lain, serta riset konten dan kompetitor untuk mengetahui konten promosi yang telah dilakukan oleh kompetitor dengan melakukan pengamatan konten. Kegiatan pemaparan tersebut dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Penjelasan materi pelatihan oleh Tim Pengabdian Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram kepada Masyarakat

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022

Selain pemaparan materi oleh tim pengabdian, kegiatan selanjutnya adalah pelatihan pengelolaan media digital. Pelatihan pengelolaan media digital adalah teknis menyusun pesan dan teknis menata gambar melalui aplikasi Canva. Tim pengabdian membagi peserta yang hadir menjadi 3 (tiga) kelompok kecil di mana di dalam kelompok tersebut ada masing-masing anggota tim pengabdian yang mendampingi peserta untuk mengajarkan pembuatan konten melalui aplikasi Canva.



Gambar 7. Mahasiswa Ilmu Komunikasi melakukan pendampingan kepada peserta dalam mendesain konten melalui aplikasi Canva
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022



Gambar 8. Suasana pendampingan yang dilakukan oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unram dalam mengajarkan penggunaan aplikasi Canva
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022



Gambar 9. Mahasiswa Ilmu Komunikasi melakukan koreksi terhadap desain yang dibuat oleh peserta pelatihan
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022

Pada Gambar 9, Tim Pengabdian Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Mataram melibatkan mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam melatih peserta untuk menyusun konten yang akan dibuat dengan bantuan aplikasi Canva. Bukan hanya mengajarkan kepada peserta saja melainkan juga melakukan koreksi terhadap desain yang telah dibuat oleh peserta. Selain oleh mahasiswa, kelompok kecil juga didampingi langsung oleh Dosen Ilmu Komunikasi sebagai tim pengabdian. Tim pengabdian memberikan wawasan kepada peserta mengenai urgensi menggunakan aplikasi Canva dalam mendesain konten. Aplikasi Canva menyediakan berbagai bentuk *template* yang dapat diakses oleh peserta sesuai dengan kebutuhan mereka. Selanjutnya tim pengabdian memberikan instruksi kepada peserta untuk mendesain sendiri dengan memilih *template* sesuai dengan kebutuhan mereka, serta mencantumkan pesan yang ingin ditonjolkan. Tim pengabdian membantu peserta dalam memasukkan data di *template* Canva kemudian menambahkan *product knowledge* dari produk yang ditawarkan. Hal tersebut dapat dilihat dalam Gambar 10-13.



Gambar 10. Peserta melakukan *editing* foto di aplikasi Canva
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022



Gambar 11. Peserta praktik menyusun pesan yang menarik melalui aplikasi Canva
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022



Gambar 12. Tim Pengabdian memberikan wawasan mengenai cara menggunakan aplikasi Canva
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022



Gambar 13. Salah satu peserta menunjukkan hasil karyanya ke peserta lainnya.
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022

Penulis menganalisa kegiatan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian menjawab tujuan dari pelaksanaan pelatihan pengelolaan media digital pengelola produk gerabah di Desa Banyumulek. Melalui kegiatan pelatihan secara langsung dengan mengajarkan peserta penyuntingan foto serta penyusunan pesan. Peserta menjadi tahu bahwa tantangan dalam memasarkan produk bukan hanya sekedar menempelkan foto saja melainkan juga peserta diajarkan untuk mendesain secara mandiri mengenai konten promosi yang akan dipublikasikan di media sosial masing-masing. Kegiatan pelatihan pengelolaan media sosial pengelola produk gerabah Desa Banyumulek telah terlaksana. Hasil yang didapat pada kegiatan pengabdian ini adalah peserta menjadi bertambah pengetahuan mengenai pengelolaan media digital. Peserta telah diajarkan membuat konten yang menarik dengan menggunakan aplikasi Canva sehingga peserta dapat mendesain konten sesuai dengan

kebutuhan mereka (hal tersebut dapat dilihat melalui Gambar 7-13). Berdasarkan dokumentasi kegiatan menunjukkan bahwa dengan melakukan praktik langsung maka peserta menjadi paham dan dapat mengimplementasikan secara mandiri untuk mendesain postingan di media sosial masing-masing.

Kegiatan pengabdian di Desa Banyumulek ini memiliki kebermanfaatan bagi peserta pelatihan. Berdasarkan hasil dokumentasi kegiatan, peserta menjadi bertambah pengetahuannya dalam mengelola media sosial dengan memanfaatkan aplikasi Canva karena peserta dapat memilih *template* yang ada sesuai dengan kebutuhan mereka. Peserta menjadi bertambah wawasannya ketika mendesain konten yang akan dibuat untuk diinput ke aplikasi Canva. Kegiatan pendampingan di kelompok kecil menjadi efektif karena bisa dikontrol oleh tim pengabdian, serta peserta tidak segan untuk bertanya jika ada kendala. Penulis menganalisa jika dikaitkan dengan teori *The Circular Model of SOME* menurut Luttrell (2022) bahwa pengelola produk gerabah memiliki konsumen bukan hanya dari Indonesia saja melainkan juga dari luar negeri. Hal tersebut dapat dilihat dari analisa penulis yang dituangkan ke dalam Tabel 1.

Tabel 1. Analisa Kegiatan Pengabdian Ditinjau Teori *the Circular Model of SOME*

Indikator	Sub Komponen Indikator	Analisa
<i>Share</i>	<i>Participate</i>	Seluruh peserta yang hadir memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk gerabah di Desa Banyumulek. Konsumen bukan hanya datang secara konvensional melainkan juga secara daring.
	<i>Connect</i>	<i>Platform</i> yang dimiliki sebagai media promosi adalah Whatsapp (sebagai sarana untuk mengunggah foto dan status), Instagram, dan Facebook. Melalui <i>platform</i> tersebut, pengelola produk gerabah juga melakukan interaksi dengan konsumen.
	<i>Build trust</i>	Membangun kepercayaan kepada konsumen, pengelola gerabah dengan mempertahankan kualitas produk ketika dikirim ke konsumen yang melakukan pemesanan melalui Whatsapp.
<i>Optimize</i>	<i>Listen and learn</i>	Pelaku usaha gerabah yang hadir di kegiatan pengabdian pada masyarakat ikut andil dalam media sosial mereka jika ada komentar yang berkaitan dengan gerabah. Oleh karena itu, pelatihan ini juga melatih peserta untuk membuat konten yang bisa menjawab tantangan di era digital dalam mempromosikan produk gerabah.
	<i>Take part in authentic conversation</i>	Berdasarkan hasil observasi dan diskusi tim pengabdian ke media sosial peserta pelatihan, peserta melakukan penggiatan jika ada pertanyaan dari konsumen yang ingin mendapatkan informasi terkait produk gerabah.
<i>Manage</i>	<i>Media monitoring</i>	Belum ada kegiatan <i>monitoring</i> yang dilakukan oleh pengelola media sosial dari perajin gerabah karena untuk media sosial ini dilakukan secara personal.
	<i>Quick responses</i>	<i>Platform</i> yang paling dominan dipakai adalah Whatsapp sehingga peserta cenderung cepat merespon karena ketika peserta mengunggah foto sebagai status, maka

		kontak yang tersimpan di ponsel peserta ada yang merespon.
	<i>Real-time interactions</i>	Peserta tidak mematok jam berapa harus dilakukan <i>upload</i> status di <i>platform</i> .
<i>Engage</i>	<i>Influence relations</i>	Selama ini belum ada <i>influencer</i> yang diajak kerja sama dengan perajin karena terkait biaya untuk memakai jasa <i>influencer</i> .
	<i>Where is the audience?</i>	Selama ini konsumen yang menjadi target sasaran adalah wisatawan yang datang langsung ke Desa Banyumulek namun sejak peserta pelatihan menggunakan media sosial telah mulai bertambah sampai dengan media sosial.
	<i>How do I reach them?</i>	Melalui <i>platform</i> media digital yang dimiliki oleh peserta pelatihan (Whatsapp, Facebook, Instagram).

Sumber: Hasil Analisa Peneliti, 2022

Berdasarkan hasil analisis peneliti di atas, kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Banyumulek merupakan kegiatan baru. Hal ini dikarenakan belum adanya pelatihan mengenai pengelolaan media sosial di desa tersebut. Oleh sebab itu, kegiatan pengabdian ini mendapatkan respon positif dari peserta yang hadir. Kegiatan pelatihan ini memberikan wawasan kepada peserta (perajin gerabah) untuk membuat konten yang dapat ditampilkan di media sosial masing-masing. Peserta yang hadir setelah mendapatkan pelatihan menjadi tahu dan mampu mendesain konten sendiri untuk dipublikasikan di media sosial. Hal ini dapat menjadi pengetahuan peserta untuk bisa mengoptimalkan desain konten yang menarik ketika dipublikasikan di akun masing-masing.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berikut maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian telah berjalan dengan lancar di mana peserta mampu membuat desain konten dengan menggunakan aplikasi Canva, peserta menjadi mampu mendesain pesan pemasaran produk gerabah untuk dipublikasikan di masing-masing akun media sosial, serta peserta mampu dalam mengelola unggahan di media sosial perajin gerabah Desa Banyumulek, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Saran yang dapat diberikan kepada perajin gerabah dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi maupun penjualan produk adalah perlu dioptimalkan untuk menyusun konten yang menarik lagi guna mendapatkan perhatian dari konsumen baik dalam maupun luar negeri.

Daftar Pustaka

- Kaplan, A. &. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 59-68.
- Luttrell, G. (2022). *The Circular Model of SOME for Social Communication*. Retrieved from ginaluttrellphd.com: <https://ginaluttrellphd.com/the-circular-model-of-some-for-social-communication/>
- Nurdian, G. (2022, April 6). Ringkasan Pengguna Media Sosial. Retrieved from <https://grahanurdian.com/data-e-commerce-indonesia-2022/>
- Williamson, D. A. (2022, January 18). *Insider Intelligence*. Retrieved from <https://www.insiderintelligence.com/content/global-social-network-users-2022>.