

Penyuluhan Media Sosial TikTok sebagai Media Promosi pada Poktan Rumput Hijau

TikTok Media Extension as a Promotional Media for the Rumput Hijau Farmer Group

*Zulaisyah, Siswoyo, Saraswati Ayu Purbarani
Politeknik Pembangunan Pertanian Malang, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.34145/jppm.v5i2.3963>

HISTORI ARTIKEL:

- Submit: 1 Nov 2025
- Published: 8 Des 2025

KATA KUNCI

TikTok,
Promosi Ternak,
Penyuluhan.

HALAMAN:

145-154

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui langkah-langkah membuat video TikTok yang baik dan menarik sebagai media promosi, menyusun rancangan penyuluhan dan evaluasi tentang pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media promosi penjualan ternak kambing dan domba di Desa Ngenep Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur dengan instrument kuesioner dan data sekunder. Menggunakan 20 sample dari 25 anggota Kelompok tani (poktan) dengan purposive sampling. Sumber data yaitu data primer dan sekunder dengan evaluasi penyuluhan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk menganalisis ketiga aspek yaitu peningkatan pengetahuan, keterampilan dan sikap. Evaluasi penyuluhan tentang pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media promosi ternak kambing dan domba di Kelompok tani (poktan) Rumput Hijau Desa Ngenep Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur diketahui terdapat peningkatan pada setiap aspek yaitu aspek pengetahuan meningkat dari 17,7 dengan katategori nilai sangat tidak tahu menjadi 48,2 sangat tahu, aspek keterampilan meningkat dari 15,35 sangat tidak terampil menjadi 46,1 sangat terampil dan aspek sikap meningkat dari 26 sangat tidak setuju menjadi 38,85 sangat setuju.

ABSTRACT

This study aims to determine the steps for creating effective and engaging TikTok videos as a promotional medium, develop a training plan, and evaluate the use of TikTok as a promotional medium for goat and sheep sales in Ngenep Village, Karangploso District, Malang Regency. The research method used is quantitative descriptive. Data collection in this study used structured interviews with a questionnaire and secondary data. A purposive sampling method was used to select 20 samples from 25 farmer group members. Data sources included primary and secondary data, with the extension evaluation using quantitative descriptive analysis to analyze three aspects: knowledge, skills, and attitudes. An evaluation of the extension program on the use of TikTok social media as a promotional medium for goat and sheep farming in the Rumput Hijau Farmers Group (Poktan) in Ngenep Village, Karangploso District, Malang Regency, East Java Province, revealed improvements in all aspects: knowledge increased from 17.7 (very unknown) to 48.2 (very knowledgeable); skills increased from 15.35 (very unskilled) to 46.1 (very skilled); and attitudes increased from 26 (strongly disagree) to 38.85 (strongly agree).



Copyright © 2025 Authors. This is an open access article [under the CC-BY-SA license](#).

***Penulis Koresponden:**

zulaisyah029@gmail.com

Jl. DR. Cipto No.144a, Sengkrajan, Bedali, Kec. Lawang, Kabupaten Malang, Jawa Timur 65215, Indonesia

PENDAHULUAN

Kecamatan Karangploso, bagian dari Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur, dihuni oleh 83.305 jiwa dan didominasi oleh mata pencarian sebagai petani dan peternak. Terdapat 47 kelompok tani, 13 Kelompok Wanita Tani, namun belum ada Kelompok Taruna Tani (Program Penyuluhan tahun 2024). Sektor peternakan sapi perah berkembang pesat di Karangploso, didukung oleh kemitraan dengan Koperasi Unit Desa (KUD) untuk penyaluran susu. Namun, potensi ternak lain seperti kambing dan domba, meskipun berjumlah signifikan (3.361 ekor pada tahun 2023, dengan Desa Ngenep sebagai lokasi terbanyak), belum menunjukkan keberhasilan sebanding dengan sapi perah. Berdasarkan Identifikasi Potensi Wilayah (IPW), permasalahan utama yang dihadapi peternak kambing dan domba di Desa Ngenep adalah pemasaran atau penjualan ternak (Kemendagri, 2024).

Di era revolusi industri 4.0, platform media sosial telah menjadi sarana vital untuk promosi dan peningkatan pendapatan. *Digital marketing*, yang mengintegrasikan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional, menjadi bagian integral dari strategi pemasaran modern. Salah satu media sosial yang menonjol adalah TikTok. Aplikasi yang dikembangkan oleh Bytedance ini telah mengalami pertumbuhan pesat, dengan 1,46 miliar pengguna aktif bulanan secara global pada kuartal II 2022, meningkat 62,52% dari tahun sebelumnya (*Business of Apps*). TikTok menawarkan keunggulan seperti basis audiens yang besar, fitur bisnis yang mendukung promosi, kemampuan interaksi dengan audiens, serta konten yang menghibur dan menarik.

Meskipun potensi TikTok dalam memperluas pasar konsumen dan mempromosikan ternak secara efektif sangat besar, Kelompok Tani (Poktan) Rumput Hijau di Desa Ngenep, Kecamatan Karangploso, belum secara optimal memanfaatkan aplikasi ini sebagai media promosi kambing dan domba. Kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam membuat konten yang menarik di TikTok menjadi kendala utama. Melihat permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh Poktan Rumput Hijau dan potensi besar TikTok sebagai media promosi, penelitian ini bertujuan untuk melakukan penyuluhan pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media promosi pada kelompok tani (Poktan) Rumput Hijau Desa Ngenep Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menggambarkan subjek atau objek penelitian berdasarkan data atau fakta yang sesuai dengan kondisi di lapangan. Penelitian Kuantitatif menurut Listiani (2017), yaitu suatu penelitian yang menggunakan angka untuk mendeskripsikan, meneliti dan menjelaskan apa yang dipelajari, serta menarik kesimpulan dari fenomena yang dapat diamati. Populasi dalam kegiatan penyuluhan ini adalah anggota kelompok tani (poktan) Rumput Hijau yang beranggotakan 25 orang. Penetapan sampel sasaran menggunakan metode penyuluhan purposive sampling, dalam penentuan sampel sesuai dengan karakteristik responden yaitu umur, pendidikan, lama usaha dan jumlah ternak. Responden mengacu pada kriteria yang ditetapkan yaitu anggota aktif, pengurus kelompok (ketua, sekretaris, bendahara), dan generasi milenial yang berumur 19-39 tahun. Pendidikan SD, SMP, SMA, S1. Lama usaha dari 1 tahun sampai 8 tahun. Jumlah 1 sampai 14 ekor. Sehingga pengambilan sampel dalam penelitian ini peternak berjumlah 20 orang.

Adapun alasan memilih generasi milenial sebagai salah satu kriteria pengambilan sampel yaitu: generasi milenial lebih terbuka dengan pembaharuan keilmuan, generasi milenial memiliki akses yang mudah terhadap penggunaan smartphone. Data penelitian diperoleh menggunakan metode survey dan wawancara, pada penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif adalah analisis yang tidak membandingkan atau mengaitkan variabel mandiri dengan variabel lain (Jayusman & Shavab, 2020). Analisis Deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis rumusan masalah ketiga yaitu mengenai peningkatan pengetahuan, keterampilan dan sikap. Tujuan analisis ini yaitu untuk memberikan gambaran mengenai distribusi data sampel penelitian dengan cara menentukan nilai tertinggi dan terendah dari total butir pertanyaan dan kemudian dikelompokkan berdasarkan interval kelas.

Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menentukan apakah data tersebut valid dan dapat dilakukan penelitian lanjutan. Gunawan dan Sunardi (2016) mengatakan, uji validitas digunakan untuk menentukan sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Validitas instrument pada kegiatan evaluasi dilaksanakan dengan cara menggunakan kuesioner sebagai alat ukur yang telah di uji kelayakannya oleh *expert justment*. Uji reliabilitas adalah metode evaluasi 4 kuesioner yang digunakan sebagai indikator *variable*. Reabilitas instrument pada evaluasi ini dilakukan dengan cara melihat koefisien *Alpha*. Sugiyono (2017) menyatakan, suatu instrument memiliki skor reliabilitas yang tinggi jika tes yang dilakukan memberikan hasil yang konsisten dalam pengukuran yang hendak diukur. Dalam uji reliabilitas ini biasanya diketahui dari nilai *cronbach alpha* $> 0,60$. Jika nilai *Cronbach alpha* $>$ taraf signifikansi, maka kuesioner dapat dikatakan reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah-Langkah Membuat Video Tiktok Yang Baik Dan Menarik Sebagai Media Promosi

Dalam penelitian ini yang telah disampaikan adalah langkah- langkah membuat video konten yang baik dan menarik pada Kelompok tani (poktan) Rumput Hijau Desa Ngenep Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. yang terdiri dari:

Tahapan Membuat Video Tiktok Yang Baik Dan Menarik Sebagai Media Promosi

Penerapan SOP Teknik *Shooting* (Pengarahan Produser (Orangnya) terhadap Tim Kerja/*Crew*):

- Planning, dalam tahapan pembuatan konten video Tiktok harus memerhatikan konsep dari konten yang akan dibuat, sehingga perlu adanya perencanaan konsep pembuatan konten. Hal tersebut bertujuan agar konten yang dibuat terorganisir dengan baik.
- Training, pada tahapan ini yang dimaksudkan adalah melakukan latihan atau praktik pembuatan konten yang diperagakan langsung oleh penyuluh dan kemudian diikuti oleh sasaran penyuluhan yang kemudian diharapkan sasaran dapat melakukan sendiri pembuatan konten dikemudian hari.
- Close up*, dalam jenis ini, *close up* fokus memperlihatkan objek secara lebih jelas dan rinci. *Close up* sendiri ada beberapa macam, seperti medium *close up*, *big close up*, dan lainnya. Pengambilan gambar ini berfungsi memperlihatkan wajah dan tubuh dari objek yang nantinya akan memberi kesan tersendiri pada adegan. Begitu juga dalam menciptakan penggambaran karakter dari objek video tersebut.
- For angle* (posisi kamera), memposisikan kamera dengan tepat sehingga menghasilkan video konten yang baik dan menarik dari aspek *angle* atau posisi objek dalam konten.
- Zoom*, pengaturan tampilan konten untuk perbesar atau perkecil dengan tujuan menjadi lebih fokus terhadap objek konten.
- Pengaturan pencahayaan, pengaturan pencahayaan menjadi salah satu aspek terpenting dalam pembuatan konten, sehingga konten yang dihasilkan tidak backlight atau membelakangi cahaya.
- Pengaturan background pemilihan visual
- Sikwensi /tata urutan disesuaikan

Pengisian Suara / Audio

- Pengaturan aplikasi in *shoot* di terapkan
- Tipe suara / *vouice* di pilih
- Durasi suara di tentukan
- Volume suara/ditetapkan
- Backsound* di tambahkan

Sosialisasi Internal Penugasan Tim dan Penugasan

- Skenario Konten, dijelaskan.
- Tugas Sesuai Perannya diberikan terhadap anggota *Crew*
- Tugasnya Masing-Masing pelaku diarahkan.
- Objek ditata sesuai tingkat kebutuhan.

Pemilihan Pengaturan Video Sesuai Konten dan Kebutuhan Marketing Menggunakan Aplikasi Inshoot

- a. Pemotongan diterapkan. Ukuran Video
- b. Pemilihan Transisi, dilakukan.
- c. Pengisian Teks / Stiker Yang Sesuai, dilakukan.
- d. Pengaturan Kecepatan Standar/ Kurva, dilaksanakan.
- e. Pemilihan Background (Rasio, Zoom, Latar Belakang), diterapkan.
- f. Penyimpanan sesuai dengan ukuran,

Editing Akhir Menggunakan Aplikasi Tik Tok

- a. Akun Tik Tok dibuka.
- b. Durasi dipilih sesuai dengan kebutuhan.
- c. Video untuk Editing Lanjutan, dipilih.
- d. Editing Suara atau *voice omitting* yang tidak diperlukan dilaksanakan.
- e. Musik (*Soundtrack*) dipilih sesuai saran yang dianjurkan pada aplikasi.
- f. Penambahan Fungsi dan Jenis Font disesuaikan dengan kebutuhan.
- g. Penambahan *screen Taught Point* (lokasi titik tayang) dilakukan.
- h. Lama tayang teks, diatur.
- i. Pembuatan Judul *Contain*/Konten, diterapkan. 10. Kata Kunci, dibuat.

Re chek Hasil Up Load Konten (*Contains*) Tik Tok

- a. Hasil Up Load Visual di cek pada Aplikasi Tik Tok
- b. Konten (*Contains*) dievaluasi. Tik Tok,
- c. Jika ada yang perlu ditambah/direvisi, dilaksanakan.
- d. Perencanaan Monev berkala, dibuat. Hasil Perbaikan (jika ada), di *Up Load*

Analisa Postingan Terpopuler Kelompok tani (poktan) Rumput Hijau

Analisa postingan terpopuler dari Kelompok tani (poktan) Rumput Hijau dapat di lihat dari analisis konten 60 hari setelah di posting. Dari hasil postingan dapat di baca bahwa jangkauan dalam postingan tidak selalu sama. Beberapa aspek yang dapat dianalisa pada konten video yaitu jumlah penayangan, jumlah penonton, jumlah suka dan penonton berdasarkan gender. Analisa video juga bisa di lihat dalam fitur engagement suka sebanyak 30 % lebih jelas bisa di lihat di lampiran hal 80. Berdasarkan Profil Tiktok Rumput (@rumpu.hijau379) Hijau memiliki 42 Pengikut, 189 Like dan 11 Mengikuti.

Daya tarik dari video yang diposting dengan akun Kelompok tani (poktan) Rumput Hijau Cukup kuat karena mengandung unsur visual, promosi, dan kepercayaan lokal adapun analisis yang di dapat sebagai berikut:

- a. Daya tarik utama video: *headline* promosi yang menggugah yaitu “Kambing Terbaik Siapa Cepat Dia Dapat” hal ini memicu urgensi dan rasa penasaran dan menarik penonton sejak awal.
- b. Lokasi jelas dan dekat: menunjukan lokasi jelas, membangun kepercayaan penonton sekitar (khususnya yang tinggal di Malang dan sekitarnya).
- c. Keunggulan produk yang langsung di sebut: di jamin sehat dan berkualitas, besar gemuk dan bersih siap dikirim ke lokasi. Hal ini menunjukan bahwa kredibilitas dan kemudahan akses bagi calon pembeli.
- d. Visual langsung dari kandang: menampilkan kambing secara nyata dalam kondisi sehat, kandang bersih, serta suasana peternakan yang aktif.
- e. Membangun kesan jujur, terbuka, dan profesional.
- f. Ajakan bertindak (*Call to Actoin*); stock terbatas! pesan sekarang sebelum kehabisan! Ada no whashap (No HP Kelompok tani (poktan)) dan tag akun berkembang (@zulaysah 08). Hal ini mendorong interaksi langsung dan memudahkan komunikasi.

- g. Hastag dan tagar Lokasi : seperti #tumpangrejo, #kelompok ternak rumput hijau. Membantu video menjangkau audens lokal dan komunitas sejenis, meningkatkan jangkauan dan potensi viral
- h. Persolisasi Video oleh Narator: pria menyampaikan promosi dengan ekspresi antusias dan ramah membuat suasana video terasa hidup, tidak kaku dan lebih meyakinkan.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini, hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat persamaan hasil dengan penelitian Salsabila & Evanthy (2023), dimana penelitian ini membahas terkait pengaruh penggunaan Tiktok sebagai media promosi terhadap minat beli konsumen PT. Aaron Innovation Indonesia, hasil dari penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan melalui aplikasi Tiktok terbukti efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk PT. Aaron Innovation Indonesia dengan cara optimalisasi pembuatan dan publikasi konten yang menarik Hal yang sama ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Rasmuin dkk. (2023), dimana penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi Tiktok dengan membuat video konten yang menarik dapat memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM yang dipromosikan. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian ini dimana pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media promosi kambing dan domba menunjukkan peningkatan dalam memperluas target pemasaran. Sehingga kelompok tani (poktan) Rumput Hijau Desa Ngenep, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang lebih dikenal masyarakat dengan produk kambing dan domba berkualitasnya.

Rancangan Penyuluhan Tentang Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Promosi Kambing dan Domba

Tujuan Penyuluhan

Tujuan penyuluhan perlu ditetapkan sebagai suatu target yang ingin dicapai. Penetapan tujuan penyuluhan dapat memperhatikan identifikasi potensi wilayah (IPW) yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil IPW di Desa Ngenep Kecamatan Karangploso bahwa di Desa Ngenep memiliki sumber daya potensial, yaitu ternak kambing dan domba. Berdasarkan pertimbangan hasil IPW dapat ditetapkan tujuan penyuluhan dengan menggunakan metode ABCD (*Audience, Behaviour, Condition, dan Degree*).

- a. *Audience* merupakan (sasaran anggota kelompok tani (poktan) yang aktif dan berusia kategori milenial (19-39 tahun),
- b. *Behaviour* (perubahan perilaku yang dikehendaki) adalah peneliti ingin mengetahui peningkatan pengetahuan, sikap, dan tingkat keterampilan anggota kelompok tani (poktan) tentang pemanfaatan sosial media tiktok sebagai promosi ternak kambing domba,
- c. *Condition* (kondisi yang diharapkan) adalah adanya perubahan perilaku anggota kelompok tani (poktan) menjadi proaktif dalam melakukan pemasaran kambing domba menggunakan aplikasi tiktok, dan
- d. *Degree* (derajat kondisi yang dicapai) adalah tujuan yang dicapai jika anggota kelompok tani (poktan) dapat menerima inovasi tentang pemanfaatan sosial media tiktok sebagai media promosi.

Sasaran Penyuluhan

Dalam penelitian ini, yang menjadi sasaran adalah anggota kelompok tani Rumput Hijau yang berada di Desa Ngenep Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. Anggota yang termasuk dalam sasaran ialah anggota yang berpartisipasi secara aktif dalam kelompok dan berusia 19-39 tahun. Penetapan sasaran tersebut berdasarkan bahwa karakteristik umur petani berkisar antara 19-39 tahun yang tergolong kategori dewasa awal artinya petani mampu menerima pola pembelajaran mengenai inovasi yang disampaikan (Amin, 2017). Hal tersebut dapat memudahkan proses penyuluhan dan implementasi materi, generasi dikarenakan muda milenial mampu menerima pengetahuan dan mengikuti arahan sesuai petunjuk dengan baik.

Materi Penyuluhan

Materi penyuluhan diberikan berdasarkan hasil dari observasi terkait permasalahan yang terjadi pada kelompok tani (poktan) Rumpit Hijau Desa Ngenep Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. Materi yang diberikan sebagai berikut, Materi pertemuan pertama yaitu memahami dasar-dasar tiktok, cara membuat akun, dan fitur-fiturnya, yang terdiri dari:

- a. Apa itu tiktok? Tiktok adalah platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna membuat, mengedit, dan berbagi video berdurasi 15 detik hingga 10 menit. Tiktok sangat populer karena formatnya yang kreatif dan mudah digunakan, serta algoritmanya yang membantu konten menjadi viral.
- b. Mengapa Menggunakan tiktok? Aksesibilitas: Mudah digunakan oleh siapa saja, baik individu maupun kelompok usaha. Kreativitas: Banyak fitur kreatif seperti musik, efek, filter, dan teks. Audiens Besar: Dengan lebih dari 1 miliar pengguna aktif bulanan, tiktok menjadi salah satu platform media sosial terbesar. Potensi Viral: Video dapat dengan cepat menjangkau jutaan orang jika menarik perhatian algoritma.
- c. Cara Membuat Akun tiktok Unduh Aplikasi tiktok: tiktok tersedia di *GooglePlay Store* (untuk Android) dan *App Store* (untuk ios). Daftar Akun: Buka aplikasi tiktok, Klik tombol "Daftar" atau "Sign Up", Pilih metode pendaftaran: Menggunakan email, menggunakan nomor telepon, menggunakan akun media sosial lain (*Facebook*, *Google*, atau *Twitter*), masukkan informasi yang diminta (tanggal lahir, email/nomor telepon, dll. Atur Profil: Tambahkan foto profil, pilih nama pengguna (username) yang menarik dan relevan, Tulis bio singkat yang mencerminkan tujuan akun (contoh: "Ternak Kambing Karangploso, Malang"). Berkualitas, Mulai Eksplorasi: Setelah akun dibuat, Anda bisa mulai melihat video di halaman "For You" dan mengikuti akun-akun lain.
- d. Fitur-fitur tiktok
 - a) Fitur Dasar
 - b) Halaman "For You": Halaman utama tiktok menampilkan video berdasarkan minat dan aktivitas pengguna. Konten di sini dipilih oleh algoritma tiktok.
 - c) Halaman "Following": Menampilkan video dari akun-akun yang sudah Anda ikuti.
 - d) Like, Comment, dan Share: Berikan tanda suka (*like*) dengan mengetuk ikon hati.
 - e) Tulis komentar di bawah video. Bagikan video keplatform lain seperti whatsapp, Instagram, atau Facebook.
 - f) Fitur Pembuatan Konten
 - g) Editor Video tiktok: Tambahkan musik, efek suara, teks, dan filter kevideo. Gunakan fitur pengeditan seperti slow motion, fast forward, atau pemotongan video.
 - h) *Templatetiktok*: Tiktok menyediakan berbagai template kreatif untuk membuat konten lebih mudah dan cepat. - *Stitch dan Duet*: *Stitch*: gabungkan klip pendek dari video orang lain dengan video Anda.
 - i) *Duet*: Rekam video Anda berdampingan dengan video pengguna lain.
 - j) *Hashtag*: Gunakan hashtag untuk meningkatkan jangkauan video, misalnya #FYP, #Viral, atau hashtag relevan lainnya.
 - k) *Fitur Live Streaming* Tiktok memungkinkan pengguna dengan minimal 1.000 pengikut untuk melakukan live streaming. Live streaming cocok untuk menjual produk, memberikan edukasi, atau menjalin interaksi dengan pengikut.
 - l) *Tiktok Ads (Untuk Bisnis) In-Feed Ads*: Iklan yang muncul di halaman "For You". *Branded Hashtag Challenges*: Tantangan yang dibuat oleh merek tertentu untuk mempromosikan produk atau layanan. *Branded Effects*: Efek atau filter khusus yang dirancang oleh bisnis untuk mempromosikan merek mereka.
- e. Tips Penting untuk Menggunakan TikTok Pelajari algoritma TikTok dengan mengamati konten populer di halaman "For You". Konsisten dalam membuat konten (posting 3-5 kali per minggu). Gunakan musik populer yang sedang tren untuk menarik perhatian. Pantau analitik akun (*TikTok Analytics*) untuk mengetahui performa konten.

Pertemuan ke Dua

Materi yang disampaikan tentang pentingnya Promosi Ternak Kambing melalui tiktok, materi yang disampaikan meliputi:

- a. Mengapa tiktok untuk Promosi Ternak Kambing?
 - a) Platform Visual: tiktok memungkinkan Kelompok tani (poktan) Rumput Hijau menunjukkan kualitas kambing ternak melalui video pendek yang menarik.
 - b) Potensi Viral: Algoritma tiktok membantu konten menjangkau audiens lebih luas, termasuk peternak, pembeli, dan penggemar agribisnis.
 - c) Interaksi Langsung: tiktok mempermudah komunikasi langsung dengan konsumen melalui komentar dan fitur live streaming.
 - d) Efisiensi Biaya: Promosi di tiktok lebih hemat dibandingkan iklan tradisional, dengan jangkauan yang besar.

Rencana Jadwal Posting tiktok

- a) Senin: Video edukasi (misal: "Tips Memilih Kambing untuk Qurban").
- b) Rabu: Video *behind-the-scenes* (misal: "Pagi Hari di Peternakan Kelompok tani (poktan) Rumput Hijau").
- c) Jumat: Testimoni pembeli atau konten promosi langsung.
- d) Sabtu/Minggu: Live streamin untuk menjual kambing secara *real-time*.

Pertemuan ke Tiga

Pada pertemuan ke tiga yaitu mengulas kembali materi pertemuan pertama dan kedua.

Promosi

Promosi merupakan komunikasi produsen dengan tujuan agar dapat memperluas informasi, mengundang dan mempengaruhi pelanggan, selain itu dapat meningkatkan permintaan pasar pada perusahaan sehingga dapat menarik perhatian dan berkeinginan melakukan pembelian pada produk atau pelayanan yang disediakan (Tjiptono, 2011). Kotler & Keller (2009) menyatakan "*Promotion mix bahwa, (marketing communications mix) is the specific blend of promotion tools that the company uses to persuasively communicate customer value and build customer relationships*", artinya gabungan promosi komunikasi pemasaran) (gabungan adalah campuran spesifik dari alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk secara persuasif mengkomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan).

Metode Penyuluhan

Dalam menetapkan metode penyuluhan, perlu mempertimbangkan karakteristik sasaran, materi, kondisi keadaan lapangan. Lampiran 5 berisi karakteristik sasaran yang perlu diperhatikan. Dalam hal ini, metode yang dipilih untuk penyuluhan adalah ceramah, diskusi kelompok, dan praktik. Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan bahwa sasaran termasuk dalam kategori tingkat pendidikan SD dan SMP. Tingkat pendidikan seseorang, khususnya pada jenjang Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama berpengaruh signifikan terhadap kemampuan mereka dalam menerima dan memahami materi penyuluhan. Pendidikan dasar membentuk keterampilan dasar membaca, menulis, dan berhitung yang merupakan fondasi dalam menyerap informasi. Sementara itu, pendidikan menengah pertama memperkuat keterampilan kognitif, analitis, serta pemahaman yang lebih kompleks terhadap suatu informasi. Peserta penyuluhan dengan latar belakang pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki daya serap lebih baik terhadap materi yang disampaikan karena mereka telah terbiasa dengan proses belajar yang lebih sistematis. Faktor lain seperti metode penyampaian materi, bahasa yang digunakan, serta pengalaman belajar sebelumnya juga turut berpengaruh dalam efektivitas penerimaan informasi. Oleh karena itu, penting bagi penyuluh untuk menyesuaikan metode penyampaian dengan tingkat pendidikan audiens agar materi dapat dipahami dengan optimal (Slameto, 2021).

Media Penyuluhan

Dalam penyuluhan terdapat beberapa alat dan bahan yang digunakan yaitu slide presentasi dan video konten dan papan tulis. Papan tulis merupakan salah satu alat sebagai media visual yang digunakan dalam penyuluhan untuk membantu menyampaikan informasi secara jelas dan sistematis. Dengan menggunakan papan tulis maka tim penyuluh dapat menulis, menggambar atau membuat diagram yang mempermudah pemahaman anggota kelompok tani (poktan). Dapat digunakan secara interaktif dan fleksibel. Selain itu, papan tulis memungkinkan penyuluh menjelaskan konsep secara bertahap dalam menulis skenario dalam membuat konten yang menarik dan baik (Sudjana & Rivai, 2015). PPT merupakan alat bantu yang efektif dalam kegiatan penyuluhan karena menyajikan informasi secara sistematis. Dengan menggunakan kombinasi teks, gambar, grafik, dan animasi. PPT dapat meningkatkan daya tarik dan pemahaman kelompok tani (poktan) terhadap materi yang disampaikan, mempermudah pemaparan, memungkinkan interaktivitas dengan perencanaan yang baik dapat menjadi alat yang sangat efektif melihat pendidikan dari kelompok tani (poktan) yaitu SD dan SMP (Arsyad, 2019).

Hasil Evaluasi Penyuluhan Tentang Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Evaluasi

Evaluasi penyuluhan dilakukan setelah melaksanakan penyuluhan. Adapun pelaksanaan penyuluhan dilaksanakan pada tanggal 17 Januari 2025 di Desa Ngenep Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. Hasil evaluasi penyuluhan adalah untuk mengetahui peningkatan pengetahuan, keterampilan dan sikap tentang pemanfaatan media sosial Tiktok pada promosi kambing dan domba.

Tingkat Pengetahuan

Sebelum dilakukan penyuluhan, tingkat pengetahuan anggota Kelompok tani (poktan) Rumput Hijau mengenai penggunaan media sosial Tiktok sebagai sarana promosi ternak kambing masih tergolong sangat rendah. Sebanyak 60% peserta penyuluhan mengaku sangat tidak tahu mengenai hal tersebut, dengan rata-rata skor pengetahuan sebesar 17,7. Setelah penyuluhan, terjadi peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan peserta penyuluhan mengenai penggunaan media sosial Tiktok sebagai sarana promosi ternak kambing dan domba. Hal tersebut ditunjukkan oleh besarnya rata-rata skor 48,2 yang masuk dalam kategori sangat tahu sesuai pendapat Pasaribu dkk. (2018) menyatakan bahwa sarana dan prasarana menjadi alat penunjang keberhasilan dalam proses penyampaian informasi dalam penyuluhan. Hal lainnya yang memungkinkan peningkatan pengetahuan responden karena seluruh responden telah melalui proses pendidikan mulai dari SD hingga SLTA, hal ini sesuai dengan pendapat Supriyanto (2015) bahwa semakin tinggi jenjang Pendidikan seseorang akan memiliki kemampuan lebih baik dalam menerima dan menelaah informasi yang diterima.

Tabel 1
Perubahan Tingkat Pengetahuan Tentang Media Sosial Tiktok

Kategori	Sebelum		Setelah	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat Tidak Tahu	12	60	-	-
Tidak Tahu	6	30	-	-
Ragu-Ragu	2	10	-	-
Tahu	-	-	3	15
Sangat Tahu	-	-	17	85
Total	20	100	20	100

Sumber: Data Diolah

Tingkat Keterampilan

Sebelum dilakukan penyuluhan, tingkat keterampilan anggota Kelompok tani (poktan) Rumput Hijau dalam menggunakan media sosial Tiktok untuk promosi kambing berada pada kategori sangat tidak terampil dengan rata-rata skor 15,35. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas anggota masih memiliki keterbatasan dalam memahami dan memanfaatkan Tiktok sebagai alat pemasaran ternak mereka. Namun, setelah mengikuti penyuluhan, terjadi peningkatan yang signifikan dalam keterampilan mereka. Persentase anggota yang berada dalam kategori sangat terampil dengan rata-rata skor 46,1. Peningkatan ini mencerminkan keberhasilan penyuluhan dalam memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada anggota Kelompok tani (poktan) dalam memanfaatkan Tiktok sebagai media promosi yang efektif untuk usaha ternak kambing dan domba kelompok tani (poktan) Rumput Hijau.

Tingkat Sikap

Sebelum dilakukan penyuluhan, tingkat sikap anggota Kelompok Tani (Kelompok tani (poktan)) Rumput Hijau di Desa Ngenep terhadap penggunaan media sosial Tiktok sebagai sarana promosi kambing cenderung kurang mendukung. Hal ini ditunjukkan oleh 40% anggota yang tidak setuju dengan penggunaan Tiktok, dengan rata-rata skor sikap sebesar 26. Namun, setelah dilakukan penyuluhan terjadi perubahan sikap yang signifikan. Persentase anggota yang setuju terhadap pemanfaatan Tiktok untuk promosi kambing meningkat dengan rata-rata skor sikap sebesar 38,85. Angka tersebut berada dalam kategori setuju.

Hal ini selaras dengan Willy (2023) menyatakan bahwa dalam pengukuran sikap dapat digolongkan ke dalam 5 (lima) tingkatan diantaranya pada tingkat sikap “sangat setuju”, sikap pada tingkat “setuju”, sikap pada tingkat “cukup setuju”, sikap pada tingkat “tidak setuju”, dan sikap pada tingkat “sangat tidak setuju”. Perubahan ini menunjukkan bahwa penyuluhan berperan dalam meningkatkan pemahaman dan penerimaan anggota Kelompok tani (poktan) terhadap penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran ternak mereka.

Tabel 2
Perubahan Tingkat Keterampilan Tentang Media Sosial Tiktok

Kategori	Sebelum		Setelah	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat Tidak Mampu	11	55	-	-
Tidak Mampu	9	45	-	-
Cukup Mampu	-	-	-	-
Mampu	-	-	7	35
Sangat Mampu	-	-	13	65
Total	20	100	20	100

Sumber: Data Diolah

Tabel 3
Perubahan Tingkat Sikap Tentang Media Sosial Tiktok

Kategori	Sebelum		Setelah	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
Tidak Setuju	8	40	-	-
Cukup Setuju	12	60	6	30
Setuju	-	-	9	45
Sangat Setuju	-	-	5	25
Total	20	100	20	100

Sumber: Data Diolah

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang dapat penulis simpulkan yaitu langkah Langkah Membuat Video Tiktok Yang Baik Dan Menarik Sebagai Media Promosi yaitu dengan memahami target audiens, menentukan tujuan konten, membuat konsep yang kreatif dan relevan, menggunakan musik yang tepat, ketepatan durasi dan tempo video, hastag yang relevan, dan evaluasi performa konten. Adapun Pelaksanaan penyuluhan di dilaksanakan pada tanggal 17 Januari 2025 dengan jumlah sasaran berjumlah 20 orang mengacu pada Rancangan penyuluhan meliputi tujuannya merubah perilaku anggota Kelompok tani (poktan) Rumput hijau dalam pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media promosi ternak kambing dan domba, materinya yaitu langkah-langkah membuat video tiktok yang baik dan menarik sebagai media promosi, metode yang digunakan ceramah, diskusi kelompok, dan praktik, media menggunakan slide presentasi, video konten dan papan tulis. Evaluasi penyuluhan tentang pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media promosi ternak kambing dan domba di Kelompok tani (poktan) Rumput Hijau Desa Ngenep Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur, diketahui terdapat peningkatan rata-rata skor pada setiap aspek yaitu aspek pengetahuan meningkat dari nilai rata-rata skor 17,7 sangat tidak tahu menjadi 48,2 sangat tahu. Selanjutnya pada aspek keterampilan meningkat dari 15,35 menjadi 46,1 yang semula sangat tidak terampil menjadi sangat terampil. Kemudian pada aspek sikap terdapat peningkatan dari rata-rata skor 26 menjadi 38,85. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya perubahan sikap responden yang semula sangat tidak setuju dengan pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai media promosi kambing dan domba menjadi sangat setuju.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, A. (2019). *Pembelajaran: Media Peran Powerpoint Dalam Kegiatan Penyuluhan*. Rajawali Pers. Rajawali Pers.
- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JustIN)*, 10(1), 26. <https://doi.org/10.26418/justin.v10i1.45284>.
- Fitria, S. E., & Ariva, V. F. (2019). Analisis Faktor Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan Dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Bagi Pengusaha Pindang Di Cukanggenteng. *Desa Jurnal Manajemen Indonesia*, 18(3), 197–208.
- Hadi, S. (2024). *Evolusi Algoritma TikTok dan Dampaknya terhadap Pemasaran Digital*. Pustaka Belajar.
- Hamalik, O. (2009). *Proses Belajar Mengajar*. Bumi Aksara.
- Harahap, N., & Effendy, L. (2017). *Buku Ajar Buku Ajar Evaluasi Penyuluhan Pertanian*. Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian KEMENTERIAN PERTANIAN.
- Rasmuin, Midza, U. N., Hasanah, W. R., Rismawati, M., Royan, A., & Nugraha, A. A. (2023). Pemanfaatan aplikasi tiktok sebagai media pemasaran UMKM di desa Babadan, Kecamatan Ngajum, Kabupaten Malang. *Epnas Edukasi Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 19-26.
- Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Sitanggang, D. A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Peran Media Sosial Tiktok Sebagai Platform Untuk Pengembangan Bisnis Di Era Digital. *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 143–149.
- Sari, D. (2022). *Strategi Pemasaran Melalui Influencer di TikTok*. UB Press.
- Sarwono, J. penelitian (2006). *Kuantitatif Metode dan Kualitatif*. Graha Ilmu.