

Media sosial sebagai salah satu hasil dari teknologi digital yang berkembang adalah sebuah penemuan cara komunikasi baru secara daring atau tanpa adanya pertemuan tatap muka. Selama pandemi COVID-19 media sosial sebagai satu-satunya alat komunikasi yang dapat digunakan untuk tetap beraktivitas dan berinteraksi dengan masyarakat lainnya dari rumah akibat adanya pembatasan jarak dan pertemuan secara tatap muka. Oleh karena itu, media sosial dimanfaatkan untuk mendukung keberlangsungan hidup masyarakat, terutama pada masyarakat pelaku UMKM dengan aktif memasarkan produk-produk usahanya. Lapak Ganjar adalah inovasi dari inisiatif Ganjar Pranowo saat itu yang masih menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah yang ditujukan mendukung dan membantu UMKM untuk bertahan ditengah kondisi yang tidak pasti akibat pandemi COVID-19 dengan mempromosikan produk-produk UMKM secara gratis di media sosial Instagram pribadinya. Dalam perjalanannya Lapak Ganjar terus berinovasi memberikan cara-cara baru dalam mempromosikan produk-produk UMKM di berbagai media sosial. Hasil dan dampak positif diterima oleh masyarakat atas kehadiran program tersebut dimana banyak UMKM tetap bertahan dan bangkit dari keterbatasan pandemi saat itu dan memberdayakan para pelaku UMKM untuk menggunakan media sosial dan platform digital lainnya dalam menunjang kegiatan usahanya. Atas dampak baik yang dirasakan para pelaku UMKM menjadikan Lapak Ganjar sebagai praktik terbaik (best practice) dalam inovasi pemanfaatan media sosial untuk pemberdayaan UMKM.

Kata Kunci: Inovasi Best Practice, Kinerja Program, Lapak Ganjar, Pengadopsian Media Sosial

ABSTRACT

Social media as a result of developing digital technology is the discovery of new ways of communicating online or without face-to-face meetings. During the COVID-19 pandemic, social media is the only communication tool that can be used to stay active and interact with other people from home due to distance restrictions and face-to-face meetings. Therefore, social media is used to support the survival of the community, especially the MSME community by actively marketing their business products. Lapak Ganjar is an innovation from Ganjar Pranowo's initiative at that time, who was still serving as Governor of Central Java, which was aimed at supporting and helping MSMEs to survive amidst the uncertain conditions caused by the COVID-19 pandemic by promoting MSME products for free on his personal Instagram social media. Throughout its journey, Lapak Ganjar continues to innovate by providing new ways to promote MSME products on various social media. The community received positive results and impacts from the presence of this program, where many MSMEs survived and emerged from the limitations of the current pandemic and empowered MSME players to use social media and other digital platforms to support their business activities. Due to the good impact felt by MSME players, Lapak Ganjar has become the best practice in innovation in the use of social media to empower MSMEs.

Keywords: Best Practice Innovation, Program Performance, Lapak Ganjar, Social Media Adoption