

STRATEGI PROMOSI MELALUI FEEDS INSTAGRAM DAN PAMFLET UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS UMKM MOM'S DESY KITCHEN

Adhicandra Darmawan¹, Rizky Dermawan²

^{1,2}Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Email: 22012010072@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Instagram dan pamflet telah menjadi alat promosi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran merek, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti Mom's Desy Kitchen, bisnis kuliner rumahan yang menawarkan berbagai hidangan. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi promosi melalui feeds Instagram dan penggunaan pamflet dapat meningkatkan brand awareness Mom's Desy Kitchen di pasar lokal. Metode penelitian ini melibatkan pendekatan studi kasus dan observasi langsung, dengan fokus pada konten visual, interaksi pengguna di media sosial, serta distribusi pamflet di komunitas lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan feeds Instagram secara teratur meningkatkan engagement dengan audiens, sementara pamflet membantu menjangkau pasar yang kurang terpapar internet. Kedua strategi ini berkontribusi dalam memperluas jangkauan Mom's Desy Kitchen dan memperkuat citra merek. Kesimpulannya, promosi melalui Instagram dan pamflet dapat membantu UMKM meningkatkan kesadaran merek mereka.

Kata Kunci: Instagram, Pamflet, Promosi, Brand Awareness, UMKM, Mom's Desy Kitchen

ABSTRACT

Instagram and flyers have become effective promotional tools in increasing brand awareness, especially for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) like Mom's Desy Kitchen, a home-based culinary business offering a variety of dishes. This article aims to analyze how promotional strategies through Instagram feeds and the use of flyers can enhance brand awareness for Mom's Desy Kitchen in the local market. The research method involves a case study approach and direct observation, focusing on visual content, user interaction on social media, and the distribution of flyers within local communities. The results show that regular use of Instagram feeds increases engagement with the audience, while flyers help reach markets with less internet exposure. Both strategies contribute to expanding Mom's Desy Kitchen's reach and strengthening its brand image. In conclusion, promotions through Instagram and flyers can help MSMEs increase their brand awareness.

Keywords: Instagram, Flyers, Promotion, Brand Awareness, MSMEs, Mom's Desy Kitchen

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, strategi pemasaran untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengalami transformasi yang signifikan. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut UMKM untuk mengadopsi strategi promosi yang efektif guna meningkatkan kesadaran merek atau brand awareness di kalangan konsumen. Bagi pelaku UMKM seperti Mom's Desy Kitchen, peningkatan brand awareness tidak hanya penting untuk menarik pelanggan baru tetapi juga untuk memperkuat hubungan dengan

pelanggan yang sudah ada. Brand awareness yang tinggi dapat membantu bisnis dalam membangun citra positif, meningkatkan loyalitas konsumen, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan penjualan.

Salah satu metode yang efektif untuk meningkatkan brand awareness adalah melalui media sosial, terutama Instagram. Platform ini menawarkan beragam fitur visual seperti feeds, story, dan reels yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk mempromosikan produk mereka secara menarik dan interaktif. Feeds Instagram, misalnya, merupakan salah satu media yang berperan penting dalam membangun identitas visual suatu merek. Penggunaan konten yang konsisten, estetik, dan informatif di feeds Instagram mampu menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi yang positif dengan calon pelanggan. Studi menunjukkan bahwa visualisasi produk yang menarik di media sosial dapat memberikan dampak signifikan pada persepsi konsumen terhadap merek, terutama dalam bisnis kuliner yang sangat bergantung pada tampilan visual produk.

Di sisi lain, strategi promosi offline seperti penggunaan pamflet masih relevan bagi UMKM yang beroperasi di pasar lokal. Pamflet memiliki keunggulan dalam menjangkau konsumen yang mungkin tidak aktif di media sosial atau sulit dijangkau secara digital. Dengan distribusi pamflet yang

terencana, Mom's Desy Kitchen dapat mengenalkan produk-produknya kepada komunitas sekitar, menyampaikan informasi mengenai menu, harga, serta promo yang sedang berlangsung. Selain itu, pamflet dapat dijadikan sebagai alat pemasaran yang mudah diakses dan dapat dibawa pulang oleh calon konsumen, sehingga meningkatkan kemungkinan untuk diingat dan dipertimbangkan di kemudian hari.

Penggabungan antara strategi promosi melalui feeds Instagram dan pamflet memberikan manfaat yang lebih luas bagi UMKM dalam meningkatkan brand awareness. Feeds Instagram memungkinkan UMKM untuk berinteraksi dengan audiens secara real-time dan membangun hubungan yang lebih personal melalui kolom komentar atau fitur direct message. Sementara itu, pamflet berfungsi sebagai dukungan offline yang memperkuat upaya branding secara keseluruhan dan membantu menjangkau segmen pasar yang mungkin kurang terekspos oleh media digital. Menurut Keller (2013) dalam bukunya "Strategic Brand Management" menjelaskan bahwa brand awareness adalah fondasi dari

brand equity yang kuat. Ketika konsumen mengenali dan mengingat merek, mereka lebih cenderung membeli produk tersebut. Dengan memadukan feeds Instagram dan pamflet, UMKM dapat menciptakan pendekatan pemasaran yang lebih holistik untuk menjangkau audiens digital maupun tradisional.

MASALAH

Kegiatan pengabdian masyarakat berlokasi di Benowo , Kecamatan Pakal , yang menjadi pusat bagi berbagai UMKM, termasuk Mom's Desy Kitchen. Namun, UMKM di wilayah tersebut sering kali menghadapi tantangan dalam mengembangkan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat. Berdasarkan observasi, diperlukan metode penyuluhan melalui sosialisasi, dan pendampingan untuk membantu UMKM seperti Mom's Desy Kitchen dalam merancang strategi promosi yang lebih efektif. Saat ini, Mom's Desy Kitchen belum memanfaatkan feeds Instagram dan pamflet sebagai alat promosi yang terintegrasi guna meningkatkan brand awareness. Tanpa strategi promosi yang optimal, konsumen potensial kurang mengetahui profil usaha, deskripsi produk, informasi pemesanan, serta testimoni dari pelanggan sebelumnya.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan pendampingan bagi UMKM Mom's Desy Kitchen untuk menerapkan strategi promosi yang efektif melalui feeds Instagram dan pamflet, yang bertujuan meningkatkan brand awareness di kalangan konsumen lokal. Kegiatan ini dilakukan di Benowo , Kecamatan Pakal , dengan beberapa tahapan yang terstruktur sebagai berikut:

1. Observasi

Tahap pertama adalah observasi, mengunjungi lokasi Mom's Desy Kitchen untuk memahami tantangan yang dihadapi dalam menarik minat konsumen. Observasi ini meliputi pemahaman mengenai profil usaha, jenis produk, dan metode pemasaran yang telah dilakukan. Selain itu, juga mengidentifikasi karakteristik pelanggan potensial dan preferensi mereka, sehingga promosi dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar.

2. Wawancara

Setelah observasi, dilakukan wawancara dengan Bu Desy selaku pemilik Mom's Desy Kitchen untuk menggali lebih dalam mengenai kendala dan kebutuhan dalam meningkatkan kesadaran merek.

Pemilik UMKM mengungkapkan keterbatasan dalam memahami penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat promosi yang strategis. Diskusi ini bertujuan untuk merancang strategi penyuluhan yang tepat agar pemilik memahami potensi promosi melalui feeds Instagram dan pamflet.

3. Penyuluhan

Tahap penyuluhan dilakukan melalui sesi sosialisasi dan edukasi yang menguraikan pentingnya promosi digital dan offline dalam membangun brand awareness. Dalam tahapan ini memberikan materi mengenai peran feeds Instagram sebagai platform visual untuk menarik perhatian konsumen, serta panduan praktis dalam pembuatan pamflet yang informatif dan menarik. Sesi penyuluhan ini bertujuan untuk membekali pemilik UMKM dengan pengetahuan dasar yang relevan untuk menjalankan strategi promosi yang lebih optimal.

4. Pendampingan

Setelah sesi penyuluhan, berikutnya melanjutkan dengan tahap pendampingan. Pada tahap ini, pemilik Mom's Desy Kitchen didampingi dalam mengelola feeds Instagram, meliputi perencanaan konten, penggunaan caption yang menarik, dan teknik interaksi dengan audiens.

5. Evaluasi dan Pembuatan Konten Promosi

Tahap terakhir adalah evaluasi dan pembuatan konten promosi yang sesuai dengan identitas Mom's Desy Kitchen. Mengembangkan rencana konten Instagram dan pamflet yang memuat

informasi produk, harga, promo, dan testimoni pelanggan untuk memperkuat kepercayaan konsumen. Dengan strategi konten yang konsisten, Mom's Desy Kitchen mampu meningkatkan brand awareness dan membangun hubungan lebih baik dengan pelanggan potensial di wilayah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Feeds Instagram dan pamflet memiliki potensi besar untuk meningkatkan brand awareness dan membangun kepercayaan konsumen terhadap UMKM Mom's Desy Kitchen. Feeds Instagram memungkinkan Mom's Desy Kitchen untuk menampilkan visual produk, testimoni, serta ulasan positif dari pelanggan, yang berperan penting dalam menciptakan citra merek yang berkualitas dan andal di mata konsumen. Dengan memperhatikan estetika konten dan pesan yang konsisten, feeds Instagram membantu membangun hubungan emosional dengan audiens, meningkatkan interaksi, serta memperluas jangkauan pemasaran.

Pamflet, di sisi lain, menjadi media promosi yang efektif dalam menjangkau konsumen lokal yang mungkin kurang mengerti media sosial. Distribusi pamflet di area strategis membantu mengenalkan produk, harga, dan informasi pemesanan Mom's Desy Kitchen kepada komunitas sekitar. Pamflet dapat menyampaikan informasi dengan ringkas dan menarik, sehingga konsumen lebih mudah memahami produk yang ditawarkan.

Integrasi feeds Instagram dengan pamflet memberikan pendekatan promosi yang saling melengkapi, di mana Instagram memperkuat kehadiran online dan pamflet memperkuat pemasaran offline.

Dengan memanfaatkan analisis data interaksi pada Instagram, Mom's Desy Kitchen dapat lebih memahami preferensi audiens dan menyesuaikan strategi kontennya untuk meningkatkan daya tarik promosi secara keseluruhan. Feeds Instagram yang dirancang secara baik dapat menjadi pusat informasi, menarik pelanggan baru, dan memperkuat citra merek Mom's Desy Kitchen di pasar kuliner lokal, sementara pamflet memperluas jangkauan dengan pendekatan langsung yang personal dan relevan. Lailatus Sa'diya (2017) menyatakan bahwa pengaruh promosi melalui Instagram dan Media Fisik (Pamflet) terhadap brand awareness, khususnya pada zaman sekarang. Studi ini menemukan bahwa penggunaan konten visual seperti foto dan video di Instagram membantu audiens untuk lebih mengingat suatu merek. Brand awareness meningkat seiring dengan frekuensi interaksi dan paparan pengguna terhadap konten di Instagram

Dalam upaya untuk meningkatkan Brand Awareness, ada beberapa tahapan yang dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini, sebagai berikut :

- a. Pada tahap pertama, melaksanakan kegiatan sosialisasi dengan tema pentingnya Strategi Promosi. Dengan adanya sosialisasi tersebut dapat memberikan informasi dan pemahaman kepada pemilik umkm bahwa pentingnya Strategi Promosi baik berupa online maupun offline.



Gambar 1. Sosialisasi Feeds Instagram dan Pamflet dengan Pemilik UMKM (Sumber : Dokumen Pribadi , 2024)

- b. Pada tahap kedua, dilakukan kegiatan pendampingan berupa diskusi dengan pemilik UMKM Mom's Desy Kitchen. Dalam diskusi ini, membahas mengenai konten visual apa yang diinginkan pemilik UMKM yang akan ditampilkan di feeds Instagram, yang mencakup fotoproduk, deskripsi singkat, dan informasi penting yang ingin disampaikan kepada konsumen.



Gambar 2. Diskusi dengan Pemilik UMKM (Sumber Dokumen Pribadi, 2024)

- c. Pada tahap terakhir yaitu tahap pembuatan. Di tahap ini membuat desain Feeds Instagram dan Pamflet UMKM Mom Desy Kitchen. Didalam desain website terdapat pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen seperti informasi tentang nama produk, informasi pemesanan.



Gambar 3. Pamflet dan Feeds Instagram
(Sumber : Dokumen Pribadi, 2024)

KESIMPULAN

Dengan memaksimalkan penggunaan feeds Instagram dan pamflet sebagai strategi promosi, UMKM Mom's Desy Kitchen dapat memperkuat brand awareness di kalangan

konsumen. Tampilan visual yang kreatif pada feeds Instagram memberikan daya tarik visual yang memikat, sehingga calon pelanggan lebih mudah mengenal produk dan layanan yang ditawarkan. Testimoni dan ulasan pelanggan yang dipublikasikan juga berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan terhadap kualitas produk. Sementara itu, pamflet berfungsi sebagai media informasi yang efektif untuk menjangkau konsumen di area sekitar. Melalui analisis data dari interaksi di media sosial, UMKM ini mampu memahami lebih baik preferensi pelanggan dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka.

Oleh karena itu, strategi promosi melalui feeds Instagram dan pamflet tidak hanya bermanfaat, tetapi juga sangat menentukan dalam membangun citra dan memperluas pasar bagi UMKM Mom's DesyKitchen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucap terimakasih kepada UMKM Mom's Desy Kitchen di Benowo, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya, perangkat Kelurahan Benowo, Kelompok Bina Desa MBKM Kelurahan Benowo Universitas

pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik

DAFTAR PUSTAKA

- Arora, A., & Sahney, S. (2019). "Examining consumers' attitude towards social media advertising and their influence on purchase intention." *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 1-9.
- Kang, J., & Hustvedt, G. (2020). "Building trust between consumers and corporations: The role of consumer perceptions of transparency and social responsibility." *Journal of Business Ethics*, 167(3), 477-491.
- Kumar, A., et al. (2021). "Influence of social media on brand awareness and purchase intention in emerging markets." *Journal of Business Research*, 123, 29-41.
- Gong, W., et al. (2020). "Social media advertising: The role of influencer engagement in brand awareness." *Journal of Interactive Advertising*, 20(2), 135-149.
- Bapat, D. (2021). "Understanding the effect of Instagram engagement on customer loyalty." *International Journal of Social Media and Interactive Learning Environments*, 6(3), 197-215.

- Lee, J., & Lee, K. (2022). "The effectiveness of social media marketing on consumer engagement and purchase intention in small businesses." *Journal of Marketing Theory and Practice*, 30(1), 76-89.
- Wu, P. C. S., & Li, C. (2023). "Combining online and offline promotion strategies: A comparative study." *Journal of Marketing Communications*, 29(2), 147-165.
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2024). "Social media engagement strategies for SMEs in emerging markets: A case study approach." *Journal of Small Business Management*, 62(1), 112-130.