

**Dedikasi: Jurnal Pengabdian Lentera**  
**Vol 01 No 07 Agustus 2024**  
**E ISSN : 3032-582X**

**<https://lenteranusa.id/>**



## **Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Kreatif Pada UMKM Desa Jatireja**

**Vita Tri Utari<sup>1\*</sup>, Lisa Kustina<sup>2</sup>, Imas Candra Riswandari<sup>3</sup>, Dwitia Rochman<sup>4</sup>, Nita Silvia<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Pelita Bangsa

\*Korespondensi: Vitatriutari.1121104082@mhs.pelitabangsa.ac.id

### **Abstrak**

Setiap bisnis perlu melakukan promosi. Mengembangkan pesan yang efektif dalam menarik pelanggan adalah tujuan utama promosi. Karena popularitasnya sebagai platform media sosial yang diminati oleh pengguna, Instagram digunakan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan kesenangan pengguna tetapi juga sebagai platform media sosial dengan potensi kegiatan ekonomi yang signifikan. Instagram digunakan oleh UMKM Dimsum yang didirikan pada tahun 2023 untuk mengiklankan produknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jenis kegiatan promosi apa saja yang dilakukan oleh UMKM Dimsum di Instagram dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan Instagram sebagai platform untuk promosi aktif. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa UMKM Dimsum adalah pengguna Instagram yang efektif, berdasarkan berbagai macam kegiatan promosi yang mereka lakukan dan kemampuan mereka dalam memanfaatkan fitur-fitur platform tersebut.

**Kata kunci:** Media Sosial, Promosi Kreatif; UMKM desa jatireja

### **Abstract**

*Every company must carry out promotions. An effective promotional strategy must attract customers' attention. Instagram is currently not only used to fulfil entertainment needs but can also be used for business activities due to its popularity as a social media that users love. Dimsum MSME company, which was established in 2023, uses Instagram to promote its products. The purpose of this study is to find out what promotional activities Dimsum MSMEs do on their social media accounts and the reasons why Instagram was chosen as an active social media for promotion. Investigators found that MSME Dimsum can use Instagram well because the promotional activities carried out are very diverse and can utilise the various features available.*

**Keywords:** Social Media, Creative Promotion, UMKM Jatireja Village

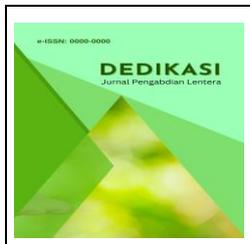
## **PENDAHULUAN**

Pengertian UMKM menurut Undang-Undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah No 20 Tahun 2008 Bab 1 Pasal 1 menyatakan: Usaha kecil adalah suatu usaha produktif mandiri yang dijalankan oleh orang perseorangan atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang suatu perusahaan (Wahyu, 2022). Usaha kecil dapat membawa perubahan tergantung pada aspek tradisional dan budaya masyarakat sekitar. Selain itu, usaha kecil dapat menarik pekerja untuk mengurangi pengangguran (Hameedah et al., 2019).

UMKM suatu kegiatan perekonomian dilakukan oleh sebagian besar warga Indonesia dan merupakan sumber pendapatan utama. Salah satunya adalah Desa Jatireja di Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat, dengan luas wilayah 531 kilometer persegi dan jumlah penduduk 33.416 jiwa (Ariandi, 2024). Sebagian dari warganya mempunyai usaha atau UMKM di mulai dari produk pakaian, makanan, dan minuman ada beberapa umkm yang masih melakukan promosi maupun jualan secara offline bahkan hanya berjalan di rumah saja. Maka dari itu para umkm di desa jatireja harus mulai melakukan pemasaran melalui media sosial dengan

245

**Dedikasi : Vita Tri Utari, Lisa Kustina, Imas Candra Riswandari, Dwitia Rochman,  
Nita Silvi**



**Dedikasi: Jurnal Pengabdian Lentera**  
**Vol 01 No 07 Agustus 2024**  
**E ISSN : 3032-582X**

**<https://lenteranusa.id/>**



beradaptasi dan menggunakan berbagai media untuk mengembangkan usaha mereka. Periklanan kreatif mengacu pada kegiatan memperkenalkan dan memasarkan produk dan layanan kepada pelanggan dengan tujuan meningkatkan penjualan dan kesadaran merek (Vanya, 2023). Media iklan ialah salah satu bentuk komunikasi untuk menyampaikan informasi, menarik perhatian, dan mempengaruhi pelanggan, serta meningkatkan permintaan pasar terhadap suatu perusahaan, sehingga membangkitkan minat konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan (Tjiptono, 2011). Setiap usaha pasti akan melakukan promosi dan membujuk orang lain agar produk yang dijual laris dan harus membuat sebuah promosi yang kreatif dan menarik agar para konsumen tertarik (Keller lane Kevin dan Philip, 2009).

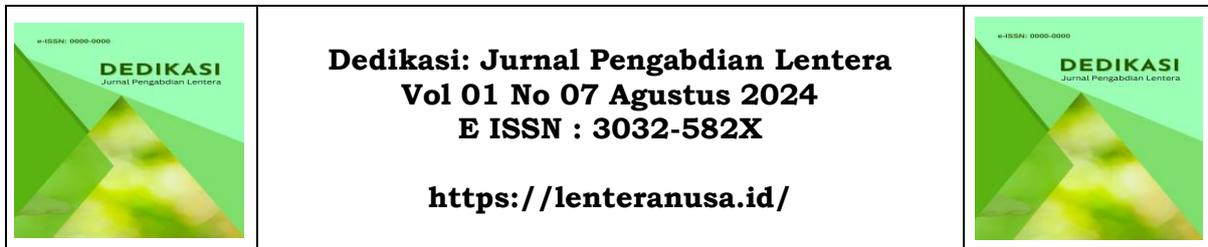
Media promosi adalah alat yang digunakan untuk mempromosikan dan menyampaikan informasi tentang produk yang akan dijual atau diperdagangkan, seorang wirausaha memerlukan media pemasaran yang dapat berkesan bagi konsumennya sehingga luas pangsa pasarnya, media sosial sebagai alat pemasaran. Pemanfaatan media sosial memungkinkan adanya komunikasi dua arah dengan konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan (Irianto, 2015). Keutamaan dari penggunaan platform digital Merupakan kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam dengan biaya yang relatif terjangkau (M. Retnasary, 2019).

Alat pemasaran yang ada yaitu media sosial merupakan alat atau cara yang digunakan setiap orang akan menyerahkan penjelasan terhadap orang lain dalam bentuk teks, tulisan, audio, dan video (Shabrina, 2024). Pemanfaatan media sosial mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk berinteraksi, menciptakan, dan membagikan pesan (Lewis, Pea, R., & Rosen, 2010). Ada beberapa media sosial yang bisa digunakan seperti e-commerce, tiktok, instagram, facebook maupun media digital lainnya yang tidak lepas dari jaringan internet (Fanteni et al., 2018). bahwa jumlah pengguna sosial di Indonesia segenap 139 juta orang (49,9%) (Monavia, 2024). Para umkm dapat meningkatkan penjualannya dari media sosial (Irianto, A.B.P, 2015). Media sosial memungkinkan pengumpulan dan analisis data konsumen secara lebih efisien, yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan strategi periklanan pemasaran dan meningkatkan efektivitasnya (Achmad, 2023). Pemasaran digital berfungsi untuk menyampaikan informasi mengenai produk kepada masyarakat. Pengetahuan yang diberikan tentang suatu produk dapat meningkatkan ketertarikan pelanggan (Bilal Lanna, 2023). Konten promosi yang efektif dapat membantu pelaku UMKM menarik perhatian calon pelanggan, membangun kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dan membangun kepercayaan (Intan et Al, 2019). Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar di dunia.

Pemasaran, menjadikannya lebih efisien, terukur, dan mampu beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah. Hal ini membuka peluang besar bagi UMKM untuk meraih konsumen yang lebih luas dan meningkatkan efektivitas dalam kegiatan pemasaran mereka. Bersumber pada latar belakang di atas, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan menggunakan judul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Kreatif Pada UMKM Desa Jatireja”

## **METODE**

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini ialah untuk membagikan pengetahuan serta contoh praktis tentang cara menggunakan Aplikasi Canva, dan untuk memberikan pelatihan



dan panduan dalam memanfaatkan aplikasi Canva guna mempromosikan produk UMKM. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM ini disusun melalui tahapan. Pertama, tim pengabdian memulai dengan melaksanakan survei untuk mengidentifikasi masalah-masalah utama yang harus ditangani untuk kemajuan UMKM Dimsum. Setelah masalah-masalah tersebut teridentifikasi, tim pengabdian menyusun beberapa opsi solusi yang akan disampaikan kepada pengusaha UMKM guna memberikan solusi yang sesuai.

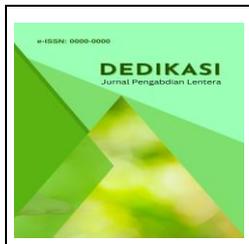
Langkah selanjutnya adalah menjelaskan kepada mitra mengenai rencana program kerja yang akan dijalankan serta mempersiapkan materi dan perlengkapan yang diperlukan. Tahap ini mencakup perencanaan yang detail untuk mendukung penerapan solusi yang telah ditetapkan. Pada tahap terakhir, kegiatan dilakukan dengan membagikan edukasi kepada owner dan pengelola UMKM tentang pentingnya pemasaran digital. Kemudian, dilakukan pendampingan dalam membuat konten promosi yang kreatif untuk diunggah ke platform media sosial. Melalui langkah-langkah ini, metode pengabdian masyarakat bertujuan memberikan manfaat yang positif dan solusi yang berkelanjutan bagi para pengusaha Dimsum.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial adalah salah satu metode dalam pemasaran elektronik atau digital. Menggunakan media sosial sangat penting untuk mempromosikan produk Anda dan menyebarkan informasi dengan cepat. Keuntungan dari media sosial menjadikannya sebagai alat pemasaran digital yang efektif untuk promosi (M. A. D. et Al, 2021). Daya pikat promosi media sosial melibatkan pembuatan konten menarik serta memiliki nilai tawar bagi calon pembeli, sehingga mereka tertarik untuk melihat dan akhirnya membuat keputusan untuk membeli (Susanti Erma et al., 2020). Kehadiran promosi terbukti efektif sebagai alat bagi UMKM untuk mengoptimalkan potensi yang ada di sekitarnya (Primafira And et al., 2023). Melalui Instagram, informasi yang ingin dibagikan tidak harus dalam bentuk tulisan, bisa membagikan foto dan video kepada pelanggan (roidah Syamsu Ida, 2023).

Promosi ini dilakukan oleh UMKM dimsum melalui Instagram. Iklan online mencakup pembuatan materi promosi untuk keperluan hubungan masyarakat, promosi penjualan, pemasaran langsung, penjualan pribadi, dan lain-lain, yang disesuaikan dengan gaya iklan Instagram (sholihin Hendriani Eka, 2020). Untuk meningkatkan kreativitas dalam media promosi, pelaku usaha dapat menciptakan materi promosi yang menarik dengan bantuan Canva. Canva adalah aplikasi yang memudahkan pembuatan desain grafis dengan cepat dan mudah, berkat beragam fitur yang dapat digunakan (Y. A. A. P. et Al, 2023). Selain itu, promosi yang dilakukan Dimsum di akun Instagramnya berupa penawaran dan giveaway.

Analisis terhadap UMKM dengan brand 'Nyemil Enyak' menemukan bahwa konten iklan yang ditampilkan di akun Instagram cenderung monoton dan tidak menarik perhatian pelanggan. Hingga saat ini, sebagian besar postingan berupa gambar produk dengan desain sederhana, tanpa elemen visual apa pun untuk meningkatkan dampak. Menarik Untuk mengatasi masalah tersebut, kami menawarkan dukungan berupa pembuatan konten iklan baru dengan desain kreatif di Canva.



**Dedikasi: Jurnal Pengabdian Lentera**  
**Vol 01 No 07 Agustus 2024**  
**E ISSN : 3032-582X**

**<https://lenteranusa.id/>**



Ada beberapa Kegiatan yang dilakukan seperti dibawah ini :

1. Deskripsi pemanfaatan aplikasi canva pada pelaku UMKM Dimsum

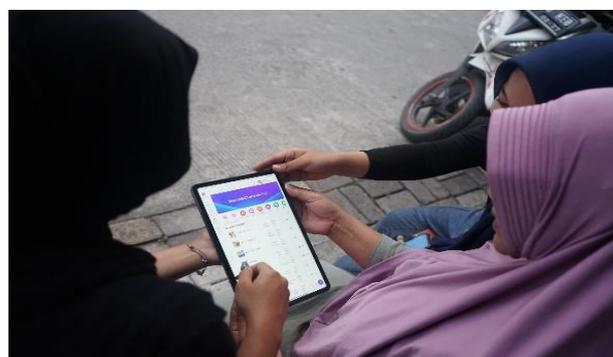
Menyiapkan informasi/topik informasi mengenai ketentuan layanan aplikasi Canva. Kami akan menjelaskan aplikasi Canva, fitur-fiturnya, dan cara menggunakannya. Pelaku dimsum UMKM diberikan pengarahan dan pengetahuan tentang manfaat dan keringanan pemakaian aplikasi Canva. Informasi lebih lanjut tentang cara menggunakan Canva (Ryan, 2022).



Gambar 1. Menjelaskan Penggunaan Canva

2. Praktek Memakai Aplikasi Canva untuk Membuat Desain Promosi Produk UMKM Dimsum.

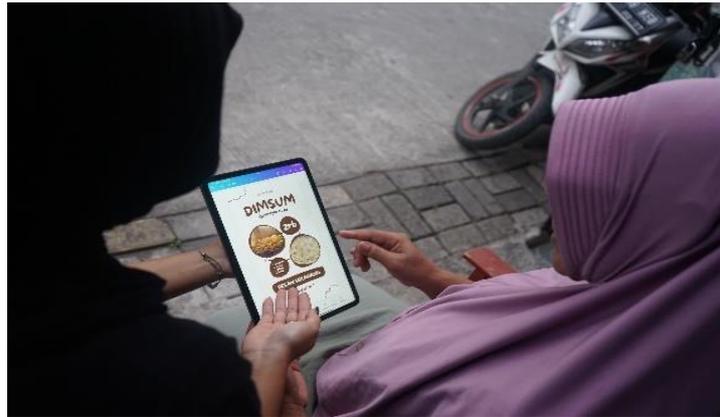
Layanan ini akan mengajarkan Anda bagaimana merancang berbagai materi promosi untuk produk Anda, termasuk penggunaan poster kreatif dan presentasi video. Pelaku UMKM Dimsum menjelaskan cara membuat desain iklan yang berbeda untuk mengoptimalkan pemasaran produk agar produk tersebar luas dan sederhana untuk diakses oleh berbagai kalangan. Dengan kegiatan ini para pelaku UMKM dimsum dapat menembangkan media periklanannya melalui bermacam media sosial. Secara umum, pendayagunaan Internet dianggap meluas, sehingga biaya terkait relatif rendah (Zakia dan Soliha, 2022). Dokumentasikan cara menggunakan aplikasi Canva.



Gambar 2. Praktek Memakai Aplikasi Canva untuk Membuat Desain Promosi Produk UMKM Dimsum

### 3. Pembuatan Desain Promosi Produk UMKM Dimsum

Mahasiswa akan membantu dalam merancang poster kreatif dan presentasi video untuk pemasaran UMKM. Pemangku kepentingan UMKM kemudian akan menampilkan desain iklan dalam bentuk poster kreatif dan video presentasi. Kami juga akan menyediakan dokumentasi untuk mendukung proses pembuatan desain iklan produk Anda.



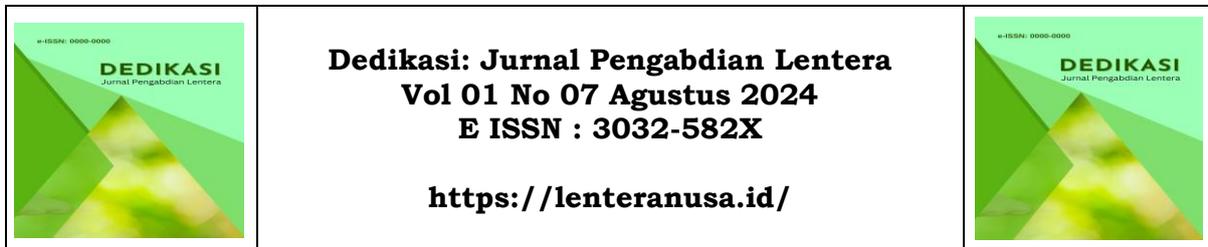
Gambar 3. Pembuatan Desain Promosi Produk UMKM Dimsum

4. Penyelesaian praktik pembuatan desain promosi produk UMKM melibatkan beberapa langkah. Pertama, mahasiswa menjelaskan bagaimana memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk UMKM. Selanjutnya, mahasiswa mendampingi proses penyebaran Poster dan video kreatif untuk mempromosikan produk UMKM melalui platform media digital seperti Instagram. Selain itu, mereka juga melakukan dokumentasi terkait penyebaran desain promosi tersebut.



Gambar 4. Hasil Praktik Pembuatan Desain Produk UMKM Dimsum

Dengan banyaknya iklan yang sedang dikembangkan, kami menggunakan aplikasi Canva sebagai platform periklanan kami. Media memegang peranan penting dalam pendistribusian produk yang diiklankan secara tepat dan efektif. Canva merupakan aplikasi



desain online yang menawarkan berbagai alat untuk membuat presentasi, ilustrasi, poster, poster, grafik, notifikasi, banner, bookmark, poster, dan aplikasi Canva (Junaedi, 2021).

Salah satu keunggulan proyek Canva adalah Anda dapat dengan mudah membuat desain yang sudah jadi dan siap dipublikasikan seperti presentasi, grafik, sampul e-book, video, kartu, an imasi, dll (Sholihah, u. A., 2021).

Prosedur menggunakan aplikasi Canva (Resmini et al., 2021):

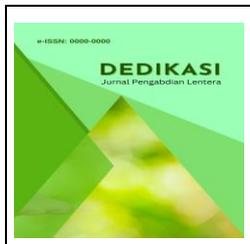
- 1) Daftar Canva dengan mengunjungi <https://www.canva.com>. Adapun, cara mendaftar Canva melalui Facebook atau Gmail, atau membuat dan mendaftarkan akun Canva dengan memasukkan informasi pribadi Anda.
- 2) Pilih "Pengaturan", Canva menawarkan banyak pilihan untuk presentasi, video, postingan Instagram, dan banyak lagi. Layanan ini meminta pengguna untuk memilih gambar.
- 3) Pilih lembar kosong (templat), di bawah ini Anda akan menemukan lembar kerja terbuka dengan area menulis. Pengguna dapat membuat desain template sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, terdapat berbagai model yang tersedia untuk memudahkan pemilihan yang tepat.
- 4) Manfaatkan fungsi kanvas. Canva menawarkan Berbagai fitur yang memudahkan proses desain, seperti pembuatan materi pembelajaran.
- 5) Simpan desain Anda dengan mudah. Canva dilengkapi dengan berbagai fitur. penyimpanan otomatis yang akan menyimpan perubahan secara langsung, jadi Anda tidak perlu cemas jika lupa menyimpan desain. Selain itu, Canva juga menawarkan berbagai opsi, termasuk langganan, unduhan, dan akses ke fitur Plus.

## KESIMPULAN

Penggunaan aplikasi Canva untuk meningkatkan iklan produk UMKM merupakan cara yang bergunadan efektif untuk memperluas pasar, meningkatkan kesadaran merek, serta menarik perhatian konsumen. Pelatihan desain periklanan ini merupakan alat yang berguna untuk pengembangan kampanye periklanan. Kursus pelatihan ini mendukung wirausaha dan membuka peluang kerja bagi mereka yang memiliki keahlian dalam desain grafis. Aplikasi Canva dapat dimanfaatkan secara efektif untuk mempromosikan produk UMKM. Dengan Canva, bisnis dapat dengan mudah membuat kampanye iklan, seperti poster, infografis, dan elemen visual lainnya, menggunakan ribuan template gratis serta fitur bawaan yang tersedia. Canva juga mendorong kreativitas Anda dalam mendesain poster, presentasi, dan aset visual lainnya. Kemudahan penggunaan dan beragam fitur yang disediakan oleh Canva menjadikannya alat yang sangat bermanfaat bagi usaha kecil yang ingin memperkuat promosi produk mereka.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada UMKM dimsum sebagai mitra yang mengelola terlaksananya proyek ini. Selain itu kami juga mengucapkan terima kasih kepada dosen kami yang sudah membantu terlaksananya artikel ini.



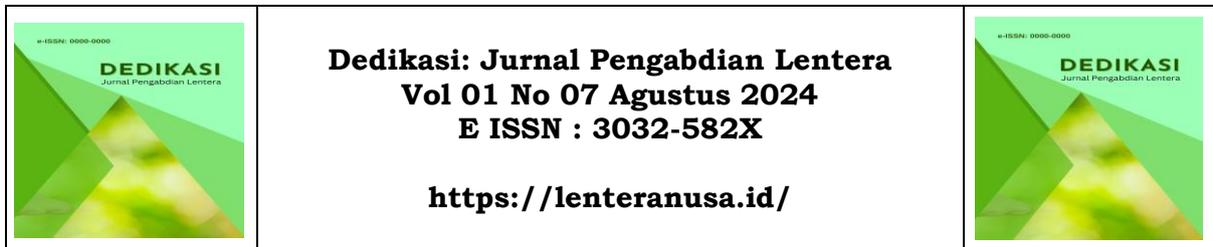
**Dedikasi: Jurnal Pengabdian Lentera**  
**Vol 01 No 07 Agustus 2024**  
**E ISSN : 3032-582X**

**<https://lenteranusa.id/>**



### **DAFTAR PUSTAKA**

- Achmad, A. A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja Di Indonesia. *Harmoni Nusa Bangsa*, 1. Al, intan et. (2019). Peningkatan Daya Saing Al, M. A. D. et. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media E-Marketing untuk Pemasaran UMKN Karang Taruna Desa Kota Baru. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1. Al, Y. A. A. P. et. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital.
- Ariandi, L. (2024). Jatireja, Cikarang Timur, Bekasi.
- Fanteni, E., Cahyono, D., & Probowulan, D. (2018). Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Hal. *Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital*, 1(1), 362–375.
- Hamidah, Q. R., Sejati, A. T. P, & Mujahidah, A. Z. (2019). The development of small and medium businesses (msmes) based on tecnology to deal with the industrial revolution 4.0. 4th National Seminar on Educational Innovation (SNIP 2019). *SHEs: Conference Series 2 (1)*, 345 – 349.
- Irianto, P. B. A. (2015). Pemanfaatan Social Media Untuk Meningkatkan Market Share UKM. *Jurnal Teknomatika*, 1–12.
- Junaedi, S. (2021). Aplikasi canva sebagai media pembelajaran daring untuk meningkatkan kreatifitas mahasiswa pada mata kuliah english for information communication and technology. *Bangun Rekaprima*, 80-89.
- Keller lane Kevin dan Philip, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Lewis, Pea, R., & Rosen, J. (2010). *Beyond Participation To Co - Creation Of Meaning* : M. Retnasary, S. & A. (2019). *Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata*.
- Mobile Social Media In Generative Learning Communities. *Social Science Information*, 351–369.
- Monavia, R. A. (2024). Data Jumlah Pengguna Media Sosial Di Indonesia Pada 2024.
- Pembuatan Konten Gambar Sebagai Upaya Promosi Produk UMKM Di Media sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3.
- Penggunaan Aplikasi canva Untuk Membuat Konten gambar pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan hasil Produk UKM. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERKEMAJUAN*, 4.
- Primafira Andi, Eko Aris, Octavia santi, E. M. (2023). Produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing. *Jurnal Komunikasi Profesional*.
- Resmini, S., Satriani, I., & Rafi, M. (2021). Pelatihan penggunaan aplikasi canva sebagai media pembuatan bahan ajar dalam pembelajaran bahasa inggris. *Abdimas Siliwangi*, 335-343.
- roidah Syamsu Ida, larasati gita. (2023). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk
- Ryan, A. badai et al. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai media Pemasaran Di kampung Kue Surabaya. 5.
- S Solihah, NE Zakiah (2022) , Pelatihan penggunaan aplikasi canva untuk mengembangkan kreativitas dalam pemasaran produk UMKM makanan khas daerah Ciamis
- Shabrina, A. (2024). Penerapan Digital Marketing Dalam Menarik Minat Beli Produk UMKM Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat. 7.



- Sholihah, u. A., R. (2021). Pengembangan Media Audio Visual Berbasis Aplikasi Canva Materi Bangun Ruang Limas.
- sholihin Hendriani Eka, et all. (2020). Pemasaran online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. Sain Manajemen, 2.
- Susanti Erma, rachmawati Yuliana .Rr, S. M. (2020).
- Tjiptono, F. (2011). Strategi Pemasaran.
- Upaya Meningkatkan Omset Penjualan Melalui Promosi Media Sosial Tiktok Dan Aplikasi Canva (komplek permata depok). Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1.
- Vanya, P. M. K. (2023). Media Promosi : Definisi dan Jenis - Jenisnya.
- Wahyu, P. A. (2022). Apa Itu UMKM? Ini Pengertian dan Kriteria UMKM menurut undang-undang.