

ABSTRAK

Nama : Mohamad Alishan Fayzel Irfandi
NIM : 44520010025
Program Studi : Komunikasi Digital
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Opimalisasi Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan *Engagement Rate* Pada UMKM Bakso Tebar
Pembimbing 1 : Siti Muslichatul M, M.Ikom
Pembimbing 2 : Andi Pajjoloji Bate, M.A.

Perkembangan teknologi komunikasi, khususnya media sosial, telah mengubah sumber informasi beralih ke era digital, di mana banyak pelaku UMKM menggunakan media sosial, terutama Instagram, untuk pemasaran digital dan meningkatkan kesadaran merek. Salah satu contohnya adalah UMKM Bakso Tebar, yang berfokus pada peningkatan kesadaran merek melalui akun Instagram mereka. Untuk mencapai tujuan ini, diperlukan perencanaan dan strategi yang tepat.

Kegiatan pendampingan ini melibatkan peran pendamping sebagai Spesialis Media Sosial yang menyusun perencanaan pemasaran digital sebagai solusi untuk meningkatkan kesadaran merek. Model *The Circular Model of SOME* oleh Regina Luttrell, yang terdiri dari *Share* (Bagi), *Optimize* (Optimal), *Manage* (Mengatur), dan *Engage* (Melibatkan), digunakan untuk pengelolaan media sosial, memudahkan komunikasi dan interaksi. Selain itu, proses Social Media Marketing menurut Walter Lim juga diterapkan untuk tujuan komunikasi dan interaksi.

Hasil dari pendampingan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan jumlah pengikut bertambah dari 189 menjadi 317, kunjungan profil sebanyak 171, akun yang mengunjungi profil mencapai 211, jumlah reach sebesar 3.751, dan jumlah impression sebesar 6.844.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Kesadaran Merek, Media Sosial, Instagram, dan UMKM.

ABSTRACT

Name : Mohamad Alishan Fayzel Irfandi
NIM : 44520010008
Study Program : *Digital Communications*
Thesis Title : *Mentoring for Optimizing Instagram Social Media Management to Increase Engagement Rate for UMKM Bakso Tebar*
Counsellor 1 : Siti Muslichatul M, M.Ikom
Counsellor 2 : Andi Pajjoloji Bate, M.A.

The advancement of communication technology, particularly social media, has shifted information sources to the digital era, where many SMEs use social media, especially Instagram, for digital marketing and increasing brand awareness. One example is UMKM Bakso Tebar, which focuses on increasing brand awareness through their Instagram account. To achieve this goal, proper planning and strategy are required.

This mentoring activity involves the mentor's role as a Social Media Specialist, who develops a digital marketing plan as a solution to increase brand awareness. The Circular Model of SOME by Regina Luttrell, consisting of Share, Optimize, Manage, and Engage, is used for social media management, facilitating communication and interaction. Additionally, the Social Media Marketing process according to Walter Lim is also applied for communication and interaction purposes.

The results of this mentoring show significant improvement, with the number of followers increasing from 189 to 317, profile visits reaching 171, the number of accounts visiting the profile reaching 211, the reach amounting to 3,751, and the number of impressions reaching 6,844.

Keywords : Digital Marketing, Brand Awareness, Social Media, Instagram, and UMKM.