

Optimalisasi Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk UMKM Jatinegara Kaum

Dini Safitri^{1*}, Nada Arina Romli²

^{1,2} Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta

*Korespondensi : dinisafitri@unj.ac.id

Diterima: 25 05 2023

Direvisi: 05 10 2023

Disetujui: 26 10 2023

SUMMARY

Jatinegara Kaum Urban Village has made several programs for UMKM in their area. However, there are still a few UMKM actors who want to take advantage of the program, such as being active in the e-order program and optimizing Instagram social media as a promotional medium. For this reason, we are trying to help UMKM optimize Instagram social media for nine UMKM in Jatinegara Kaum. For UMKM that doesn't have Instagram yet, we create an Instagram account, then work together to make uploads consisting of posters and videos which are then uploaded to Instagram UMKM. In addition, we also help to make the UMKM logo along with the tagline, so that UMKM are increasingly known by the wider community. As a result of this activity, UMKM feel helped in running their business. Their Instagram social media has also become optimal with weekly uploads accompanied by engagement with followers and non-followers. UMKM also gets knowledge about copywriting and visual product photos.

Keywords: UMKM, Instagram, Copywriting, Visual Photo Products

RINGKASAN

Kelurahan Jatinegara Kaum telah membuat sejumlah program untuk pelaku UMKM di daerahnya. Namun masih sedikit dari pelaku UMKM yang mau memanfaatkan program tersebut, seperti aktif dalam program e-order dan melakukan optimalisasi media sosial instagram sebagai Media promosi. Untuk itu kami mencoba untuk membantu UMKM melakukan optimalisasi media sosial Instagram kepada sembilan pelaku UMKM di Jatinegara Kaum. Bagi UMKM yang belum memiliki Instagram, kami buat akun Instagram, kemudian bekerjasama membuat unggahan yang terdiri dari poster dan video yang kemudian di upload ke Instagram UMKM. Selain itu, kami juga membantu untuk membuat logo UMKM beserta tagline, agar UMKM semakin dikenal masyarakat luas. Hasil dari kegiatan ini, UMKM merasa terbantu dalam menjalankan usahanya. Media Sosial Instagram mereka juga menjadi optimal dengan adanya unggahan setiap pekan yang disertai engagement dengan para followers dan non followers. Pelaku UMKM juga mendapatkan ilmu pengetahuan mengenai copywriting dan visual foto produk.

Kata Kunci: UMKM, Instagram, Copywriting, Visual Foto Produk

PENDAHULUAN

Kelurahan Jatinegara Kaum telah membuat sejumlah program untuk pelaku UMKM di daerahnya. Namun masih sedikit dari pelaku UMKM yang mau memanfaatkan program tersebut, seperti aktif dalam program *e-order* dan melakukan optimalisasi media sosial instagram sebagai media promosi. Hal tersebut dikarenakan pelaku UMKM di Jatinegara Kaum adalah ibu rumah tangga yang tidak mengerti cara memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Oleh karena itu, kami membuat tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berusaha membantu UMKM agar dapat memanfaatkan perkembangan teknologi informasi untuk meningkatkan omset penjualannya.

Kehadiran teknologi informasi yang pesat, seperti kehadiran media sosial, dapat membantu UMKM untuk memasarkan produk dan jasa UMKM secara *online* (Harahap dkk, 2021). Dalam pemasaran tersebut, UMKM perlu dibekali sejumlah ilmu pemasaran, dari mulai digital marketing sampai dengan *copywriting* (Safitri, 2022). Dengan memiliki pengetahuan tersebut, maka kegiatan pemasaran UMKM melalui media sosial akan dapat dilakukan secara maksimal setiap harinya (Dewi dkk, 2020).

Pemilihan media sosial sebagai media promosi karena media sosial adalah media yang paling banyak diakses masyarakat saat ini (Safitri, Romli, Siregar, 2022). Dengan potensi tersebut, UMKM dapat memanfaatkan media sosial secara luas dengan melakukan optimalisasi pada fitur yang dimiliki media sosial sebagai media promosi (Trulline, 2021). Salah satunya adalah fitur yang dimiliki Instagram. Beberapa fitur yang dimiliki Instagram, selain dapat digunakan untuk media promosi juga pelaku UMKM dapat memanfaatkan *tools* yang ada untuk mengukur optimalisasi yang sudah dilakukan (Parasibu & Oktavia, 2021).

Instagram, salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan untuk membagikan foto dan video yang indah. Tidak mengherankan, bila ada tempat bagus untuk memotret, tempat itu dinamakan tempat yang *instagramable* (Yuliaty, Sari dan Safitri, 2013). UMKM juga dapat memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan keunggulan produk yang dijualnya dengan membuat foto produk yang membuat mata pelanggan penasaran untuk membeli produk tersebut (Febriyantoro dan Arisandi 2018). Selain itu, UMKM juga perlu dibekali ilmu mengenai penulisan *copywriting* agar tulisan yang diunggahnya juga berisi nilai *call to action* (Safitri, 2022). Ilmu tersebut juga dikenal dengan digital marketing, dimana pelaku UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial secara periodik (Astuti dkk, 2023).

Tim PKM berharap kegiatan ini dapat membantu UMKM untuk optimal dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi. Sebab UMKM saat ini turut memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi dan menyerap tenaga kerja, terutama pada pasca pandemic saat ini (Risman dan Mustafa, 2023).

METODE

Kegiatan PKM ini dilakukan selama lebih satu semester. Berawal dari tahap pendekatan, kami membuat janji pertemuan dengan Ibu Lurah Jatinegara Kaum di Kantornya (11/01/2023). Dari pertemuan tersebut terjalin kolaborasi dengan UMKM, dimana ada sembilan UMKM yang bersedia dibantu untuk optimalisasi media sosial Instagramnya. Kami pun mengadakan persiapan untuk membantu sembilan UMKM tersebut. Dari sembilan UMKM terdapat tujuh UMKM yang tim PKM bantu buat Instagramnya dari awal. Sembilan UMKM tersebut bergerak dalam bidang kuliner. Pada tahap persiapan, kami menjelaskan kepada UMKM apa saja rencana kegiatan yang akan kami lakukan kepada UMKM. Pelaku UMKM menyambut baik rencana kegiatan tersebut sehingga kami pun dapat melakukan tahap pelaksanaan. Pada tahap pelaksanaan, kami melakukan pendampingan untuk membantu UMKM, dari mulai membuat konten dan unggahan, sampai membuat seminar dan praktik bersama praktisi *copywriting*. Berikut ini rangkaian metode kegiatan yang kami lakukan:



Gambar 1. Metode PKM

Setelah semua kegiatan PKM hampir rampung dilaksanakan, maka kami mulai menyusun laporannya dalam bentuk laporan akhir PKM yang diserahkan kepada LPPM UNJ. Dalam laporan akhir tersebut juga terdapat evaluasi dan rencana PKM pada tahun kedua. Pada tahap evaluasi, kami mendapatkan bahwa UMKM merasa senang dengan bantuan kami namun masih kurang lama waktunya. Selain itu, kami juga berencana untuk bisa membantu UMKM lainnya yang belum terbantu pada tahun pertama ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam membantu UMKM melakukan optimalisasi media sosial Instagram kepada sembilan pelaku UMKM di Jatinegara Kaum, tim membuat beberapa tahap pelaksanaan. Pertama, bagi UMKM yang belum memiliki Instagram, kami buat akun Instagram. Setelah instagramnya jadi, tim kemudian bekerjasama membuat unggahan yang terdiri dari poster dan video yang kemudian di upload ke Instagram UMKM.

Tim PKM juga membantu untuk membuat logo UMKM beserta tagline, agar UMKM semakin dikenal masyarakat luas. Proses pendampingan ini dilakukan kurang lebih selama satu semester. Hasil dari kegiatan pendampingan ini, UMKM merasa terbantu dalam menjalankan usahanya. Media Sosial Instagram mereka juga menjadi optimal dengan adanya unggahan setiap pekan yang disertai engagement dengan para followers dan non followers. Pelaku UMKM juga mendapatkan ilmu pengetahuan mengenai copywriting dan visual foto produk. Berikut ini adalah link Instagram dari Sembilan UMKM Kelurahan Jatinegara Kaum yang didampingi tim UMKM:

No	Nama UMKM	Link Instagram
1	Jawara Paeni Catering	Jawara Paeni Catering (@jawarapaenicatering) Instagram
2	Sariyani Cathering	Cateringnya Bu Sari (@cateringbysari) Instagram
3	Dapur Ibu Nenal	Dapur Ibu Nenal (@dapuribunenal) Instagram
4	Asinan Mamah Dedeh	Asinan Kaum Ibu Dedeh (@asinankaumibudedeh) Instagram
5	BroPang U-Ri	@bropang uri Instagram
6	Dapur BunBi	Dapur BunBi, Dapur Ibu dan Abi! (@dapur.bunbi) Instagram
7	Kripique	Kripique (@kripiique) Instagram
8	Nev Nut	@nev_nuts Instagram
9	Dapur Najwa	Fn Snack by Dapur Najwa (@dapurnajwa2507) Instagram

Optimalisasi yang dilakukan di Instagram tidak hanya mempromosikan produk UMKM dengan list harganya, juga membuat konten kreatif, seperti *fun fact*, kuis, video, ucapan selamat hari besar nasional, dan konten lainnya yang dapat menaikkan *engagement* dengan *followers* dan *non followers* yang berinteraksi dengan akun. UMKM Jawara Paeni Catering sebelum tidak memiliki akun Instagram, kemudian tim buat akun instagramnya. Selain itu, tim PKM membantu membuat nama baru untuk Jawara Paeni Catering yang sebelumnya bernama Dapur Mama Dinda. Untuk itu di awal postingnya, tim PKM memperkenalkan perubahan nama tersebut dan memberikan informasi mengenai logo UMKM, produk, *fun fact*, *call to action*, dll.

Sariyani Cathering juga sebelumnya tidak memiliki Instagram, kemudian kami buat dengan nama cateringbysari. Isi posting awalnya juga memperkenalkan filosofi logo. Postingan selanjutnya memperkenalkan paket produk, bonus gratis pengantaran bila memesan lebih dari 50 paket, dan sejumlah kuis yang dapat menaikkan interaksi dengan pelanggan. Dapur Ibu Nenal juga dibuatkan akun instagramnya oleh tim PKM. Postingan awalnya juga memperkenalkan Sejarah berdiri UMKM ini. Kemudian memperkenalkan produk yang dijual oleh dapur ibu nenal.

Asinan Kaum Ibu Dedeh juga dibuatkan akun insstagramnya oleh tim PKM. Postingan awal memperkenalkan asinan kaum ibu dedeh dan lokasi Ibu Dedeh berjualan asinan. Kemudian konten diisi dengan konten informatif mengenai asinan seperti jenisnya, kandungan di dalam asinan sampai cara makannya. Tim juga membantu Ibu dedeh berjualan offline. Bro pang Uri sebelumnya sudah memiliki akun Instagram namun konten yang ditampilkan belum memiliki desain yang eye catching dan belum dilengkapi dengan copywriting sehingga tim PKM membantu mendesain dengan lebih menarik dan dengan teknik copywriting.

Dapur Bunbi sebelumnya belum memiliki instagram, tapi tim PKM membuatnya. Postingan awal memperkenalkan profil dapur bunbi yang dilanjut dengan informasi mengenai *product knowledge*. Kripique juga sebelumnya belum memiliki akun Instagram sehingga tim PKM membuatnya. Pada posting pertamanya dibuat copywriting yang menarik dengan coming soon kemudian memosting katalog kripique dan konten informatif seputar cara pembuatan kripik yang ada di kripique. Nevnuts juga dibuatkan akun instagramnya oleh tim PKM. Walaupun akun baru, isi postingannya langsung to do point saja dengan *call to action* karena suasana Ramadhan saat itu pas untuk langsung promosi jualan dari produk nevnuts. Saat idul fitri pun nevnuts juga ikut berjualan *hampers*. Dapur Najwa sudah memiliki Instagram sebelumnya, namun tidak memakai template yang baku, sehingga tim PKM membuat templatnya dengan *background* hijau. Selain itu tim PKM membantu membuat konten informatif mengenai produk yang dijual dapur najwa.

Sebagai acara penutupan pendampingan, tim PKM membuat acara seminar dan praktik dengan praktisi mengajar mata kuliah Copywriting, Sunu Pitoyo (20/05/2023) yang mengajarkan pelaku UMKM membuat foto produk yang menarik untuk mengisi konten di media sosial Instagram. Dengan demikian semakin optimal isi dari konten promosi pelaku UMKM Jatinegara Kaum di media sosial.

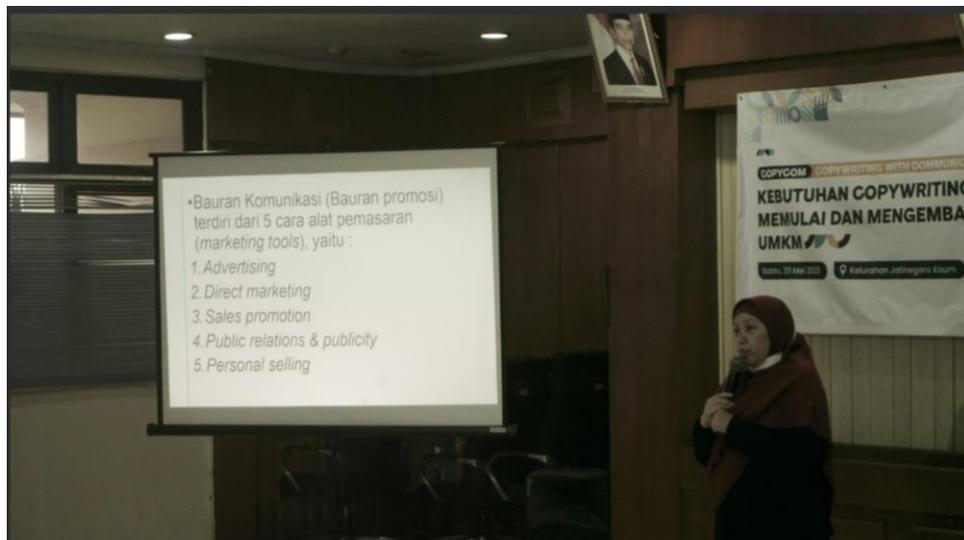
SIMPULAN

UMKM Kelurahan Jatinegara Kaum yang pada mulanya belum terlalu aktif mengoptimalkan media sosial Instagram, setelah dilakukan pendampingan oleh tim PKM dapat melakukan optimalisasi media sosial instagram sebagai Media promosi. Tujuh UMKM yang belum memiliki Instagram, kami buat akun Instagram. UMKM yang sudah memiliki Instagram, kami meminta ijin untuk berkolaborasi dan kemudian bekerjasama membuat unggahan yang terdiri dari poster dan video yang kemudian di upload ke Instagram UMKM. Selain itu, kami juga membantu mendampingi dalam pembuatan logo UMKM beserta tagline. Tujuannya agar UMKM semakin dikenal masyarakat luas. Dengan adanya kegiatan ini, UMKM merasa terbantu dalam menjalankan usahanya. Media Sosial Instagram UMKM juga menjadi optimal dengan adanya unggahan setiap pekan yang disertai *engagement* dengan para *followers* dan non *followers*. Pelaku UMKM juga mendapatkan ilmu pengetahuan mengenai *copywriting* dan dapat praktik langsung untuk membuat visual foto produk yang semakin membuat konten di media sosial UMKM semakin optimal dengan foto dan copywriting yang menarik. Buktinya bisa dilihat pada insight yang ada di setiap postingan pada akun Instagram UMKM Jatinegara Kaum yang bermitra pada PKM ini. Hanya saja, belum banyak UMKM yang mau menjadi mitra sehingga jumlah mitra bisa lebih bertambah pada kegiatan tahun kedua.

LAMPIRAN



Gambar 1. Salah Satu Pelaku UMKM Mencoba untuk Membuat Foto Produk



Gambar 2. Penyampaian Materi Oleh Ketua Tim PKM



Gambar 3. Foto Bersama dengan UMKM



Gambar 4. Keseruan Ice Breaking



Gambar 5. Foto Bersama All Tim

Presensi Kegiatan

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
Gedung K, Kampus A UNJ
Jl. Sekeloa Utara No. 1, Sekeloa Utara, Kec. Sekeloa Timur, DKI Jakarta, 15129

PRESENSI SEMINAR PRAKTIKI MATA KULIAH COPYWRITING
PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Hari/Tanggal : Sabtu, 20 Mei 2023
Tempat : Ruang Serba Guna Kelurahan Jatinegara Kaum

No.	Nama	UMKM	Tanda Tangan
1.	Ibu Ita	Dapur Dabih	
2.	Ibu Nend	Dapur Ibu Nend	
3.	Ibu Dedeh	Antian Mamah Dedeh	
4.	Ibu Puati	Dapur Mama Dinda	
5.	Ibu Siti Utami	Dapur Najwa	

PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Hari/Tanggal : Sabtu, 20 Mei 2023
Tempat : Ruang Serba Guna Kelurahan Jatinegara Kaum

No.	Nama	UMKM	Tanda Tangan
1.	Ibu Suryani	Suryani Catering	
2.	Ibu Ube	Ibu/Pang 1-8i	
3.	Ibu Nina Samarti	Kripuk	
4.	Ibu Nevi Riyanti	Nev Nat	
5.	Ibu Fikilla Lusiana	Lusiana Catering	

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
Gedung K, Kampus A UNJ
Jl. Sekeloa Utara No. 1, Sekeloa Utara, Kec. Sekeloa Timur, DKI Jakarta, 15129

PRESENSI SEMINAR PRAKTIKI MATA KULIAH COPYWRITING
PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Hari/Tanggal : Sabtu, 20 Mei 2023
Tempat : Ruang Serba Guna Kelurahan Jatinegara Kaum

No.	Nama	NIM	Tanda Tangan
1.	Achmed Farhan Hakim	1410620022	
2.	Adhitya Anggar	1410620001	
3.	Andika Rocky Pratama	1410620045	
4.	Ardeha Putri Harayadi	1410620050	
5.	Azzara	1410620035	
6.	Cindi Nailah Syakira	1410620074	
7.	Fidyandra Tri Handika Situmorang	1410620078	
8.	Fahriana Annisa Fiani	1410620016	
9.	Fika Panggia	1410620034	
10.	Hana Hanifah	1410620076	
11.	Hana Nur Fauziah	1410620041	
12.	Helyana Walendari	1410620057	
13.	Iman Maharesni Putri	1410620002	
14.	Jahiduddin Al Farid	1410620044	
15.	Indesri Tara Rizwan	1410620053	
16.	Kania Nur Utami	1410620012	
17.	Laila Tri Ranzki	1410620075	

No	Nama	NIM	Fungsi
18	Lilya Christine Silalahi	1410620084	18. <i>ly</i>
19	Lianawati	1410620040	19. <i>Li</i>
20	Muhammad Arni Muhtarom	1410620002	20. <i>Arni</i>
21	Muhammad Ferdiansyah	1410620008	21. <i>Ferdiansyah</i>
22	Muhammad Iham Ramadhan	1410620008	22. <i>Iham</i>
23	M Randy Ramadhani	1410620082	23. <i>Randy</i>
24	Nabilah Khalidha Fauzi	1410620026	24. <i>Nabilah</i>
25	Noriana Mutiara Mariputari	1410620046	25. <i>Noriana</i>
26	Nurung Amawati	1410620006	26. <i>Nurung</i>
27	Patricia Mera Manurung	1410620070	27. <i>Patricia</i>
28	Raden Ali Reza Ghifari K.	1410620052	28. <i>Ali</i>
29	Raden Panita Rama Hidayat	1410620038	29. <i>Panita</i>
30	Rahmi Arzabha	1410620019	30. <i>Rahmi</i>
31	Shahabilla Kus Anam	1410620018	31. <i>Shahabilla</i>
32	Sania Pambudi	1410620030	32. <i>Sania</i>
33	Siti Fatimah Romlah	1410620048	33. <i>Siti</i>
34	Sania Eka Apellanti	1410620051	34. <i>Sania</i>
35	Sakina Dwanjani Agustin	1410620064	35. <i>Sakina</i>
36	Tackia Aulia Rahman	1410620011	36. <i>Tackia</i>
37	Vieri Firmansyah	1410620067	37. <i>Vieri</i>
38	Wahidni Ramadhani Sitaga	1410620005	38. <i>Wahidni</i>

PRESENSI SEMINAR PRAKTIKS MATA KULIAH COPYWRITING
PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Hari/Tanggal : Sabtu, 20 Mei 2023
Tempat : Ruang Serba Guna Kelurahan Jatinegara Kamsi

No	Nama	NIM	Fungsi
1	Adisa Remy Purwaningtyas	1410620090	1. <i>Adisa</i>
2	Alif Al-Hajj	1410620072	2. <i>Alif</i>
3	Amanda Kanany Putri	1410620069	3. <i>Amanda</i>
4	Anah Putri Adifah F.	1410620010	4. <i>Anah</i>
5	Anggito Pirambodo	1410620033	5. <i>Anggito</i>
6	Amisa Rahmawati	1410620004	6. <i>Amisa</i>
7	Amisa Septi Sariati	1410620047	7. <i>Amisa</i>
8	Azzah Savira	1410620060	8. <i>Azzah</i>
9	Caesilia Ramadhani Laili	1410620089	9. <i>Caesilia</i>
10	Dhea Rhea Dewantara	1410620068	10. <i>Dhea</i>
11	Eliyana Guslanti	1410620054	11. <i>Eliyana</i>
12	Fahar Rahman Sahita	1410620032	12. <i>Fahar</i>
13	Gumang Maharnah	1410620027	13. <i>Gumang</i>
14	Haikal Abd-Tha Aniq Rahyana	1410620007	14. <i>Haikal</i>
15	Irida Adhina Dalimartha	1410620038	15. <i>Irida</i>
16	Iham	1410620043	16. <i>Iham</i>
17	Jenny Putra Budi Setiawan	1410620013	17. <i>Jenny</i>
18	Joseph Abner	1410620077	18. <i>Joseph</i>
19	Kaili Andrena Yogiawana	1410620023	19. <i>Kaili</i>

20	Kresna Aditya Surat	1410620066	20. <i>Kresna</i>
21	Lilla Scelya Hadad	1410620086	21. <i>Lilla</i>
22	Luthiah Nurazizani	1410620083	22. <i>Luthiah</i>
23	Muhammad Adhira	1410620029	23. <i>Muhammad</i>
24	Muhammad Aulia Rahman	1410620037	24. <i>Muhammad</i>
25	Muhammad Ferdiansyah	1410620020	25. <i>Muhammad</i>
26	Muhammad Kevin Amanda Inam	1410620063	26. <i>Muhammad</i>
27	Muhammad Yabya Mahendra	1410620025	27. <i>Muhammad</i>
28	Nefina Darmawan	1410620042	28. <i>Nefina</i>
29	Oryantha Fadiah	1410620053	29. <i>Oryantha</i>
30	Raghyll Syifa Naykima	1410620081	30. <i>Raghyll</i>
31	Rahmadaniyah Afiyurrahmy	1410620071	31. <i>Rahmadaniyah</i>
32	Rosa Prasetyo Adi	1410620024	32. <i>Rosa</i>
33	Riska Hamini Dhawina	1410620056	33. <i>Riska</i>
34	Shahila Ikhla	1410620036	34. <i>Shahila</i>
35	Shahabilla Putri Yusu Martono	1410620049	35. <i>Shahabilla</i>
36	Siti Syaharani Hamirah	1410620085	36. <i>Siti</i>
37	Thomas Adrian Palandi	1410620021	37. <i>Thomas</i>
38	Tasya Fitrianyah Kumirwan	1410620009	38. <i>Tasya</i>
39	Vivita Claudia	1410620073	39. <i>Vivita</i>
40	Yoga Syahdewa	1410620059	40. <i>Yoga</i>
41	Yusina	1410620014	41. <i>Yusina</i>

Logo UMKM yang dibuatkan TIM



UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada LPPM UNJ yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, Praktisi Mengajar Mata Kuliah Copywriting, Sunu Pitoyo, dan Mahasiswa Kelas Copywriting Angkatan 2020 Program Studi S1 Ilmu Komunikasi UNJ.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, W., Mazia, L., Prasetyo, J.H., Sarasati, F., Dabi, J., Maharani S., Leksmono, N.H., Samiaji, D.R. Fathurahman, D. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Media Informasi dan Pemasaran Produk Bagi Anggota Komunitas UMKM Naik Kelas. Jurnal Abdimas Perbanas 4 (1), 1-11
 Dewi, S.N., Riyadi, J.S., dan Haryanto, A.T. (2020). Dimensi Social Media Marketing Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk UMKM di Wilayah Boyolali dengan Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi. ProBank, 5(1), 36-44

- Febriyantoro, M.T. dan Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara* 1 (2), 61-67.
- Harahap, H.S., Dewi, N.K., dan Ningrum, E.P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences* 3 (2), 77-85
- Kinkin, Y., Sari, W.P., Safitri, D. (2013). Pengantar Komunikasi Bisnis. Ulinuha Press
- Pasaribu, R., dan Oktavia, A. (2021). Analisis Media Sosial sebagai Media Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kota Medan. *Journal of Economics and Business* 2(1), 50-60.
- Risma, A., Mustaffa, M. (2023). Literasi Keuangan Bagi UMKM: Laporan Keuangan Untuk Pengembangan Usaha UMKM. *Jurnal Abdimas Perbanas* 4 (1), 20-27
- Safitri, D. (2022). Pemanfaatan Copywriting untuk Meningkatkan Brand Awareness Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Prosiding Seminar Nasional Wijayakusuma 3 (1)*. [Pemanfaatan Copywriting untuk Meningkatkan Brand Awareness Usaha Mikro Kecil dan Menengah \(UMKM\) | Safitri | Prosiding Seminar Nasional Wijayakusuma National Conference \(cilacapkab.go.id\)](#)
- Safitri, D. (2022). Penulisan Naskah Kehumasan. Kencana
- Safitri, D., Romli, N.A., Siregar, D. (2021). Penguatan Kapabilitas Wirausaha Perempuan pada Pandemi Covid-19. *Dinamika Dimensi Sosial-Ekonomi: Merespon Krisis Covid-19*, 18-23
- Trulline, P. (2021). Pemasaran Produk UMKM melalui Media Sosial dan E-Commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi* 5(2), 259-279.