

PEMANFAATAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA UMKM KERUPUK CABE RAHMA DI BENGKALIS

Nama : Devi Yolana Siregar
NIM : 5604221075
Pembimbing : Rizqa Arimurti, SE., M. Acc

Abstract

Penelitian ini bertujuan mengimplementasikan *social media marketing* sebagai media promosi pada UMKM Kerupuk Cabe Rahma di Bengkalis. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya kegiatan promosi yang dilakukan secara konvensional sehingga jangkauan pemasaran produk belum optimal. Metode yang digunakan adalah metode proyek yang terdiri atas tahap persiapan, pelaksanaan, penyelesaian, dan pelaporan. Implementasi dilakukan melalui analisis SWOT, analisis *Segmenting, Targeting, Positioning (STP)*, pembuatan akun Instagram dan TikTok, penyusunan kalender media sosial, serta pembuatan konten promosi berupa foto, poster, video, dan kegiatan *live streaming*.

Hasil implementasi menunjukkan bahwa penggunaan media sosial mampu meningkatkan aktivitas promosi, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan jumlah tayangan konten, serta membangun interaksi dengan calon konsumen. Selain itu, UMKM memperoleh media promosi yang lebih menarik, efektif, dan sesuai dengan perkembangan teknologi digital. Selama pelaksanaan proyek terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan waktu, ide pembuatan konten, serta kondisi UMKM yang sempat tutup sehingga proses dokumentasi menjadi terbatas.

Kendala tersebut diatasi dengan menyusun kalender konten, memanfaatkan dokumentasi yang tersedia, serta melakukan evaluasi terhadap setiap konten yang dipublikasikan. Dengan demikian, penerapan *social media marketing* dapat mendukung pengembangan promosi dan meningkatkan daya saing UMKM Kerupuk Cabe Rahma di Bengkalis secara berkelanjutan, efektif, inovatif.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, Media Promosi, UMKM, Instagram, TikTok.