

OPTIMALISASI FEED INSTAGRAM GALERI UMKM KAMPUNG CAPING PONTIANAK UNTUK PENINGKATAN DAYA TARIK

Merry¹, Nur Afifah², Sofia³, Maria Olga Bapage⁴, Grace Marchlivia⁵, Catrin Rumondang⁶

¹²³⁴⁵⁶Universitas Tanjungpura

¹merrymeily198@gmail.com

²nur.afifah@ekonomi.untan.ac.id

³sofiaalxlx@gmail.com

⁴mariaaolgabapage@gmail.com

⁵gracemarchlivia40@gmail.com

⁶rumondangcatrinw@gmail.com

Abstract: This article aims to discuss the optimization of the Instagram feed for Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak to enhance its appeal. Initial observations indicated that the management of the gallery's Instagram account lacked structure, resulting in an unattractive appearance that did not align with current trends. In an effort to improve engagement, our team reorganized the Instagram feed by focusing on aesthetics and relevant content. Through product re-photography, creative content arrangement, and suitable editing techniques, we sought to strengthen the brand identity of the Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak. Methods included analyzing the existing feed and selecting a cohesive visual theme. The outcomes of these efforts showed an increase in followers and a more positive image for the Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak.

Keywords: Instagram Optimization, UMKM, Appeal.

Abstrak: Artikel ini bertujuan untuk membahas optimalisasi feed Instagram Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak guna meningkatkan daya tarik. Pengamatan awal menunjukkan bahwa pengelolaan Instagram Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak kurang tertata sehingga tampilan tidak menarik dan tidak sesuai dengan tren saat ini. Dalam upaya meningkatkan daya tarik, tim kami melakukan penataan ulang feed Instagram dengan memperhatikan estetika dan konten yang relevan. Melalui pemotretan ulang produk, penyusunan konten yang kreatif, dan penerapan teknik pengeditan yang sesuai, kami berupaya menghadirkan identitas yang lebih kuat bagi Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak. Metode yang digunakan meliputi analisis feed yang ada dan pemilihan tema visual. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan jumlah followers dan serta penciptaan citra yang lebih positif bagi Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak.

Kata kunci: Optimalisasi Instagram, Galeri UMKM, Daya Tarik

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM berperan penting untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Hal ini dikarenakan UMKM bermanfaat dalam

menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif, dan memfasilitasi inovasi serta keterampilan. Oleh karena itu, upaya untuk memperkuat sektor UMKM perlu untuk terus didorong oleh pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat umum supaya dapat mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan (Vinatra, 2023).

Menurut website resmi kampungcaping.com, Desa Wisata Kampung Caping Pontianak Kampung Wisata Caping Pontianak berada di tepian sungai terpanjang di Indonesia di Kampung Mendawai (RW 03) dan Kampung Bangka (RW 06), Kelurahan Bansir Laut dimana masyarakatnya secara turun temurun telah membuat kerajinan Caping (Tudong). Caping merupakan tutup kepala yang digunakan oleh petani maupun nelayan.

Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak merupakan salah satu kelompok masyarakat di Kampung Caping yang bergerak dalam penjualan produk-produk yang dihasilkan oleh warga lokal maupun produk yang dimiliki oleh pengurus Kampung Caping Pontianak. Adapun produk-produk yang dijual adalah caping original, caping kreasi corak insang, caping kreasi mini, tudung saji, tas anyaman, topi anyaman dan lain-lain. Produk-produk yang dijual sebagian besar dipromosikan lewat feeds Instagram. Feed dapat diartikan memberi makanan atau asupan pada foto-foto yang diunggah. Sehingga foto pun diatur sedemikian rupa agar punya bobot/isi/kualitas bahkan sampai pada pesan atau makna (Timm, 2016 dalam Napitupulu & Gofar, 2019). Feeds merupakan semua foto yang terdapat dalam akun Instagram kita.

Daya tarik adalah segala sesuatu yang punya keunikan, keindahan, kemudahan, dan nilai yang wujudnya keindahan alam maupun buatan manusia yang menarik untuk dikunjungi. Daya tarik merupakan salah satu faktor penarik kunjungan wisatawan sehingga merupakan hal yang penting. (Pratama, 2021 dalam Susianto et al, 2022). Hal ini menjelaskan pentingnya daya tarik dalam mendorong orang-orang untuk melihat atau membeli sesuatu. Sedangkan, menurut Fahriza (2020), Optimalisasi adalah tindakan pengoptimalan suatu proses, menjadikan yang terbaik, atau cara-cara untuk menjadikan suatu sistem lebih efektif dan sempurna dalam segi fungsionalitas. Meskipun telah mempromosikan produk-produk yang dijual melalui Instagram, namun tampilan atau konten-konten yang dibuat belum menarik dan belum sesuai dengan tren saat ini. Oleh karena itu, tim kami melakukan penataan ulang Instagram Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak, mulai dari pemotretan ulang produk, pemilihan desain dan penguploadan konten di Instagram Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak agar lebih menarik dan sesuai tren masa kini yang bertujuan untuk meningkatkan daya tariknya.

METODE

Metode kegiatan pengabdian yang digunakan adalah *Participatory Action Research (PAR)*, yaitu dengan melibatkan masyarakat dalam melakukan proses identifikasi, analisis, dan perumusan strategi. Tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Tahap perencanaan, berupa observasi secara langsung ke lokasi pada Mei 2024 untuk melihat kondisi desa wisata Kampung Caping Pontianak. Pada tahapan ini juga dilakukan diskusi bersama dengan pengurus Kampung Caping Pontianak untuk mendapatkan informasi lebih banyak tentang Kampung Caping serta hal yang ingin ditingkatkan
2. Tahap pelaksanaan, kegiatan dilaksanakan selama bulan Juli 2024. Kegiatan utama yang kami lakukan adalah memperbaiki feeds Instagram Kampung Caping Pontianak mulai dari pemilihan tema hingga kegiatan mengunggah konten Instagram. Kegiatan ini melibatkan diskusi bersama pengurus Kampung Caping Pontianak

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi, setelah kegiatan pengabdian yang dilakukan selesai maka kami melakukan kegiatan penutupan kegiatan pengabdian bersama para pengurus Kampung Caping Pontianak dimana kami memaparkan hasil kerja kami perkembangan dan hal-hal yang dapat ditingkatkan lagi serta membuka ruang bertanya dan evaluasi. Selain itu kami juga menerima umpan balik dari para pengurus Galeri UMKM Kampung Caping sebagai bahan evaluasi.

HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Wisata Kampung Caping, Gg. Mendawai, Kelurahan Bansir Laut, Kecamatan Pontianak Tenggara. Kelompok kami melakukan kegiatan pengabdian pertama kali pada tanggal 1 Juli 2024, pada kegiatan pertama kami di Kampung Caping, kami mendapatkan pembekalan mengenai sejarah dan kegiatan apa saja yang ada disini. Tidak lupa kami mengadakan silaturahmi bersama para warga kampung caping sebagai bentuk terima kasih karena telah diberikan kesempatan untuk berkegiatan disini.

Setelah kami mendapatkan pembekalan oleh mentor dan pengelola Kampung Caping, kami melakukan diskusi dengan mentor kelompok kami terkait pengembangan produk UMKM yang ada disini. Dari hasil diskusi yang kami lakukan, terdapat beberapa produk UMKM hasil Kampung Caping yang telah tersedia dan siap dipasarkan, terdapat caping besar, caping kecil, tudung saji dan tas anyaman.

Hasil dari diskusi kami dapat disimpulkan bahwa, permasalahan yang terjadi pada pengelolaan UMKM di Kampung Caping tidak terlalu menonjol dan kurang mengalami peningkatan setelah dipasarkan pada media sosial mereka, yaitu Instagram. Selain itu, tidak adanya strategi marketing yang digunakan untuk meningkatkan penjualan, serta aktif dalam Instagram tersebut untuk fokus pada pemasaran produk UMKM. Foto katalog produk yang ditampilkan kurang memiliki daya tarik yang sesuai dengan pemasaran jaman sekarang, sehingga perlunya meningkatkan pada hal tersebut.

Ada beberapa hal yang perlu dievaluasi pada pemasaran produk UMKM Kampung Caping, pengambilan foto yang menarik dan menonjolkan produk untuk meningkatkan daya tarik calon pembeli, warna yang memberikan daya tarik dan *marking* oleh produk UMKM tersebut yang dapat memberikan identitas pada produk, katalog produk yang exploratif dan mengikuti zaman untuk menyesuaikan dengan trend sekarang dan yang terakhir perlunya menambah platform untuk memasarkan produk dan pemberian informasi yang lengkap mengenai penjualan produk.

Peningkatan kualitas serta pembaruan pada katalog produk UMKM dan penambahan media pemasarannya, bertujuan untuk meningkatkan intensitas pembeli untuk melakukan pembelian produk. Selain itu adanya peningkatan foto produk yang menarik akan menambah citra produk UMKM yang lebih baik dan bisa menjangkau pasar yang ditujukan.

Berikut tampilan Instagram Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak sebelum dilakukannya kegiatan optimalisasi:



Gambar 1. Tampilan Instagram Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak sebelum optimalisasi

Sebelum dilakukannya pembaharuan *social media* galeri UMKM Kampung Caping Pontianak, akun Instagram ini hanya memiliki kurang lebih 20 pengikut dan foto dokumentasi yang di upload tanpa editan tambahan serta informasi lengkap mengenai produk yang dijual pada *caption* Instagram. Sehingga kurang memiliki daya tarik dan identitas produk yang jelas mengenai produk UMKM yang dijualkan.

Setelah kelompok kami melakukan pembaharuan pada akun Instagram Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak, terdapat peningkatan pengikut *social media* tersebut. Kami memberikan ciri khas pada warna yang digunakan dan menyesuaikan dengan identitas Kampung Caping, warna kuning, hijau dan merah cukup merepresentatifkan produk khas melayu ini. Dengan melakukan kombinasi warna ini diharapkan dapat memberikan identitas terhadap produk di Galeri UMKM Kampung Caping.

Fokus dan tujuan program kerja dari peningkatan design foto katalog UMKM serta penambahan *e-commerce*, bertujuan untuk meningkatkan intensitas pembeli pada Galeri UMKM.



Gambar 2. Tampilan Instagram Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak sesudah optimalisasi

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan oleh Mahasiswa KKN Tematik Universitas Tanjungpura di Galeri UMKM Kampung Caping Pontianak adalah bahwa optimalisasi feed Instagram memiliki dampak positif dalam meningkatkan daya tarik dan visibilitas produk UMKM. Dengan melakukan pembaruan estetika, pengambilan foto produk yang lebih menarik, serta penataan konten sesuai tren, terjadi peningkatan jumlah pengikut dan citra positif galeri. Selain itu, pelaku UMKM juga mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai strategi promosi digital, sehingga dapat lebih menjangkau konsumen.

Strategi visual yang jelas dan sesuai dengan identitas lokal terbukti efektif dalam memperkuat kesan produk. Kedepannya, diperlukan pengembangan strategi pemasaran lebih lanjut dan perluasan platform digital agar jangkauan pemasaran semakin luas.

UCAPAN TERIMA KASIH \

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada masyarakat Kampung Caping Pontianak, para pengurus, teman-teman sesama peserta KKM, dosen serta TIM PKM KKM Universitas Tanjungpura yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini hingga akhir.

DAFTAR PUSTAKA

View of Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. (2024). Widyakarya.ac.id. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jap-widyakarya/article/view/832/878>

Maryana, M., Hikalmi, H., Miswar, M., Fauzan, F., & Zulkarnaini, Z. (2024). Sosialisasi dan Pendampingan Masyarakat dalam Memajukan Ekowisata Waduk Kota Lhokseumawe. Dedikasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(3), 10–17. <https://doi.org/10.46368/dpkm.v4i3.2648>

Berita. (2024). Kampungcaping.com. <https://kampungcaping.com/index.php/berita/>

Santi, M., Napitupulu, G., Pusat, U., Karakter, P., Mahasiswa, K., & Sriwijaya, U. (n.d.). Optimalisasi Media Sosial “Instagram” Mendukung Kemajuan Pusat Karir di Universitas Sriwijaya. Retrieved October 20, 2024, from <https://core.ac.uk/download/pdf/268076224.pdf>

View of Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. (2024). Dinastirev.org. <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1094/658>

Tugas, O., Fungsi, D., Kemasyarakatan, P., Upaya, D., Overcrowded, P., Pemasyarakatan, D., & Fahriza, R. (2020). Optimization Tasks and Functions of Correctional Advisor in Overcrowded Prevent Effort in Correctional Institution. Jurnal Reformasi Hukum, 2, 130–149. <https://doi.org/10.46257/jrh.v24i2.102>