



# Seminar Nasional MOBILITAS AKADEMIK

<https://mbkmunesa.id/>

## Perancangan Konten Feed Media Sosial Instagram UMKM Lumpia Geget Suramadu

Aliyah Khoirunnisa<sup>a)</sup> dan Nova Kristiana, S.Sn., M.Sn.<sup>2)</sup>

<sup>1</sup> Desain Grafis, Vokasi, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia.

<sup>2</sup> Desain Grafis, Vokasi, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia.

<sup>a)</sup>Corresponding author: [aliyah.22042@mhs.unesa.ac.id](mailto:aliyah.22042@mhs.unesa.ac.id)

### ABSTRAK

Dalam era digitalisasi yang pesat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) perlu memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang konten media sosial Instagram untuk UMKM Lumpia Geget Suramadu, yang dikenal sebagai pelopor lumpia rebung dengan rasa autentik di Surabaya. Metode yang digunakan mencakup analisis target audiens, pengembangan strategi konten, dan pembuatan konten visual menggunakan software Adobe Illustrator dan Photoshop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun produk Lumpia Geget Suramadu memiliki banyak peminat dan rasa yang autentik, promosi dan pemasaran yang konsisten masih kurang. Oleh karena itu, perancangan konten yang kreatif dan terstruktur diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan audiens. Penelitian ini juga menekankan pentingnya pemahaman terhadap kebutuhan audiens dan penggunaan elemen desain grafis yang menarik untuk menarik perhatian konsumen. Dengan strategi konten yang relevan dan interaktif, diharapkan UMKM dapat meningkatkan kehadiran mereka di media sosial dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih efektif bagi UMKM di Indonesia.

Kata Kunci: UMKM, Media Sosial, Instagram, Desain Grafis, Konten Kreatif.

### Pendahuluan

Merdeka Belajar - Kampus Merdeka merupakan salah satu kebijakan dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, yang bertujuan menyiapkan mahasiswa menghadapi perubahan sosial, budaya, dunia kerja dan kemajuan teknologi yang pesat, kompetensi mahasiswa harus disiapkan untuk lebih gayut dengan kebutuhan zaman. Bentuk kegiatan pembelajaran mahasiswa yang dapat dilakukan di luar kampus asal diantaranya yaitu pertukaran pelajar, magang/praktik, asistensi mengajar di satuan pendidikan, penelitian/riset, proyek kemanusiaan, kegiatan wirausaha, studi/proyek independen, dan membangun desa/kuliah kerja nyata tematik (Dirjen Dikti Kemendikbud, 2020). Merdeka Belajar Kampus Merdeka bertujuan untuk mendorong mahasiswa menguasai keilmuan di bidang keahliannya yang berguna untuk memasuki dunia kerja (Susilawati, 2021; Sopiandiyah & Masruroh, 2022; Sudaryanto, Widayati, & Amalia, 2021). Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Baharuddin (2021) yang menyebutkan bahwa upaya meningkatkan mutu lulusan yang siap bersaing dan membuka peluang usaha di era digital.

Pada era digitalisasi saat ini, perkembangan kehidupan manusia mulai memasuki kehidupan digital/maya. Perkembangan teknologi komputer menyebabkan perkembangan menjadi semakin lebih pesat khususnya dalam perkembangan industri kreatif terutama di

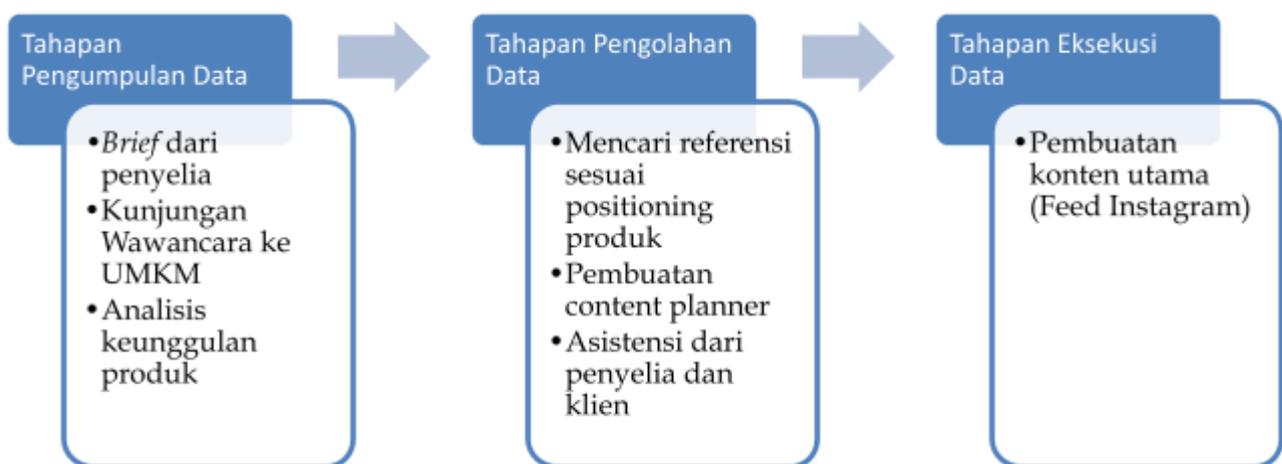
Indonesia. “Industri kreatif di Indonesia dalam beberapa tahun ini sedang menjadi pusat perhatian, hal ini dikarenakan industri kreatif berperan aktif bagi perekonomian di Indonesia. data yang didapatkan dari badan ekonomi kreatif, pada tahun 2017 industri kreatif berperan sebesar 7,28% terhadap nilai pasar negara” (Suprayogi & Suryana, 2020).

*Digital Collaboration* adalah sebuah institusi yang bergerak di bidang industri kreatif dan teknologi dari Perusahaan PT. Risna Darbelink dibawah naungan Darbe Group. +62 *Creative Digital Collaboration* fokus pada pengembangan kreatif dan implementasinya, mulai dari *workshop* untuk UMKM, *event organizer*, hingga sekolah digital. UMKM adalah kegiatan wirausaha yang dilakukan oleh satu orang maupun lebih yang termasuk dalam ciri khas usaha mikro. Salah satu artikel yang dibuat oleh Sari dkk. Menjelaskan bahwa “UMKM di negara yang kesejahteraan penduduknya masih dalam taraf menengah seperti indonesia nyaris setiap aktivitas penjualannya selalu dalam lingkup terbesar dan mampu menyediakan lapangan pekerjaan yang signifikan” (Sari, et al., 2020). UMKM yang berjalan di negara indonesia banyak memerlukan dukungan dan kontribusi dari bidang industri kreatif terutama penerapan desain grafis dalam pelaksanaannya.

Desain grafis adalah salah satu ilmu dan keterampilan bentuk komunikasi yang memanfaatkan elemen visual seperti bentuk, foto, tulisan, dan elemen lainnya. Tujuannya adalah untuk menyampaikan ide atau gagasan ke orang lain menggunakan elemen-elemen tersebut (Jubilee, 2018). Ada banyak perguruan tinggi dan lembaga pendidikan yang menyediakan pendidikan formal tentang desain grafis salah satunya adalah Universitas Negeri Surabaya. Program MBKM ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk belajar secara langsung di dunia kerja yang nyata, sekaligus mengembangkan kompetensi yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini.

## Metode

Lumpia Geget Suramadu merupakan salah satu UMKM di Surabaya yang menjadi narasumber penelitian ini. *Positioning* dari Lumpia Geget Suramadu adalah pelopor lumpia rebung dengan rasa autentik terutama di wilayah Surabaya Utara. Ruang lingkup proyek ini meliputi analisa penetapan target *audiens* untuk menjelaskan siapa yang ingin dijangkau oleh produk UMKM. Pengembangan strategi dalam pembuatan konten sebagai dasar dalam pengelolaan sosial media baik dalam pembuatan *content planner*, dan konten untuk *feed* Instagram.



Gambar 1. Proses Tahapan Pengolahan Data

*Brief* yang menjadi kebutuhan narasumber diberikan secara lisan melalui wawancara tatap muka. Peneliti melakukan kunjungan wawancara ke lokasi UMKM yaitu di Jl. Bulak Cumpat Barat V No.58, Bulak, Kec. Bulak, Surabaya, Jawa Timur. Peneliti menganalisis dan melakukan riset

keunggulan produk dari hasil wawancara sebelumnya sehingga menemukan *positioning* yang tepat untuk perancangan konten yang efektif. Peneliti juga mengumpulkan data pada tabel *excel* dalam bentuk *content planner* yang berisikan rencana postingan konten, tema, poin utama tiap postingan yang ditonjolkan, penjadwalan konten dan referensi dari tiap postingan. Setelah itu peneliti melakukan asistensi kepada narasumber untuk menyesuaikan tujuan dari pembuatan konten dan keinginan narasumber agar selaras. Tahapan terakhir adalah tahapan eksekusi data yaitu pembuatan konten utama yaitu feed Instagram menggunakan software Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Peneliti mengunggah sendiri seluruh postingan untuk akun media sosial Instagram narasumber sehingga penulis dapat memantau *insight* yang didapatkan untuk efektifitas perancangan konten.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan metode yang telah dilakukan, peneliti terlibat secara aktif dalam seluruh proses pengelolaan media sosial UMKM Lumpia Geget Suramadu. Mulai dari analisis target audiens, pengembangan strategi konten, hingga pembuatan dan unggah konten. Dari tahapan wawancara, peneliti menemukan data sebagai berikut,

Table 1. Tabel Wawancara Narasumber

| Pertanyaan   | Jawaban  |
|--|--|
| Media promosi apa yang telah digunakan untuk produk?                                     | Instagram dan Whatsapp   |
| Siapakah target pasar utama dari usaha ini?  | Pecinta Lumpia dan Pecinta Rebung  |
| Dimana produk Anda dijual, apakah hanya secara offline atau juga tersedia secara online? | Produk sehari hari dijual secara offline di Jembatan Suroboyo dan produk frozen dijual secara online |
| Siapa yang terlibat dalam produksi, distribusi, pemasaran, dan promosi?                  | Tahapan produksi, distribusi, pemasaran, dan promosi melibatkan Owner Lumpia Geget Suramadu.         |

Peneliti menganalisis data tersebut dan mendapat hasil bahwa produk Lumpia Geget Suramadu adalah produk dengan banyak keunggulan dan memiliki banyak peminat serta rasa yang autentik tetapi tidak diimbangi dengan promosi dan pemasaran yang konsisten. Hal ini sejalan dengan tujuan peneliti yaitu merancang konten untuk feed Instagram sebagai upaya konsistensi dalam promosi dan pemasaran. Peneliti memulai tahapan mencari referensi postingan yang selaras dengan tujuan peneliti dan identitas logo produk narasumber, sehingga ditemukan aspek desain sebagai berikut,

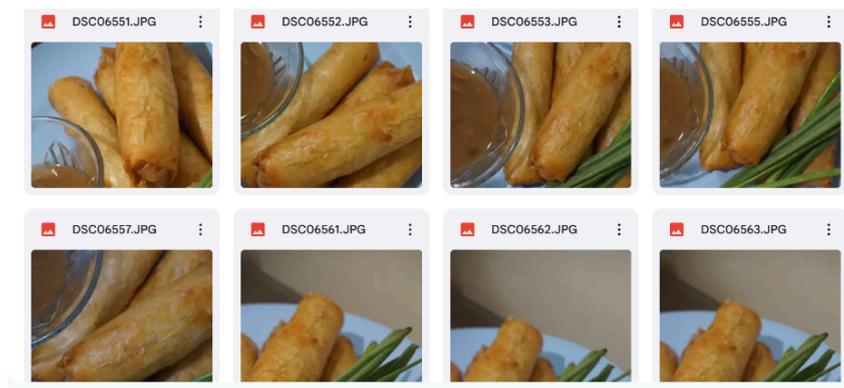


Gambar 2. Referensi Postingan

Table 2. Aspek Desain

| Aspek Desain | Deskripsi                          |
|--------------|------------------------------------|
| Ukuran       | 1:1                                |
| Model        | Single Post, Carousel Post         |
| Tipografi    | 1. Poppins<br>2. Body Grotesqueuru |
| Warna        | 1. Kuning<br>2. Hitam              |
| Poin Utama   | Informasi Produk dan Bahan Baku    |

Kemudian peneliti mulai melakukan proses sortir foto produk sebagai bentuk penyesuaian referensi konten dan aspek desain.



Gambar 3. Sortir Foto Produk

Perancangan konten feed Instagram dibuat peneliti berdasarkan aspek desain dan hasil wawancara yang menjadi capaian tujuan peneliti serta narasumber. Selain itu peneliti juga melakukan penyesuaian dan persetujuan terhadap *content planner* yang sudah dibuat oleh peneliti.

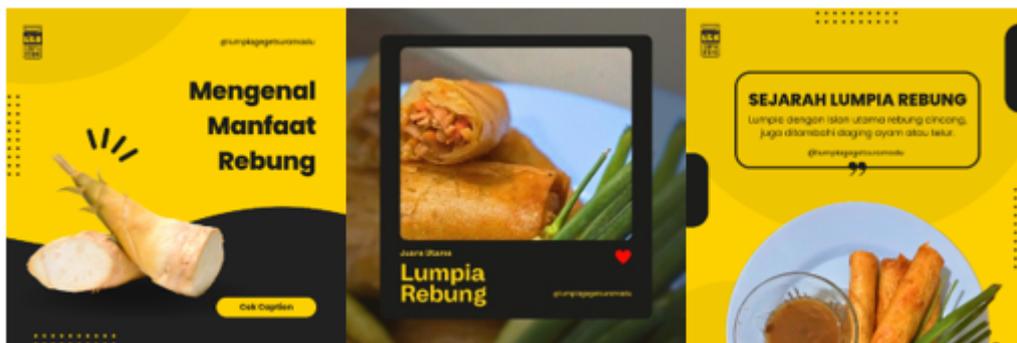
| JADWAL UPLOAD | URUTAN | HARI  | TANGGAL     | POSTINGAN             | ISI DAN POIN KONTEN                                      | RESULT | STATUS  |
|---------------|--------|-------|-------------|-----------------------|--|--------|---------|
| Minggu 1      | 1      | Senin | 01 Desember | Sejarah Lumpia Rebung | Lumpia rebung, asal-usul dari mana dan kenapa bisa ada   |        | SELESAI |
|               | 2      | Rabu  | 1 Januari   | Apa itu Rebung        | Pengertian rebung, itu apa                               |        | SELESAI |
|               | 3      | Jumat | 3 Januari   | Manfaat Rebung        | Manfaat rebung apa aja                                   |        | SELESAI |
| Minggu 2      | 4      | Senin | 10 Januari  | Produk Rebung         | Tampilan Produk dan Komposisi di Caption                 |        | SELESAI |
|               | 5      | Rabu  | 12 Januari  | Produk Kroket         | Tampilan Produk dan Komposisi di Caption                 |        | SELESAI |
|               | 6      | Jumat | 14 Januari  | Produk Pastel         | Tampilan Produk dan Komposisi di Caption                 |        | SELESAI |
| Minggu 3      | 7      | Senin | 21 Januari  | Promosi Produk        | cook tokem teman nentel (trek)                           |        | SELESAI |
|               | 8      | Rabu  | 23 Januari  | Makanan               | Lidah manis  |        | SELESAI |
|               | 9      | Jumat | 25 Januari  | Palet Dondong         | barang samaan banget, klo bundling banget, bisa mak rupa |        | SELESAI |
| Minggu 4      | 10     | Senin | 31 Januari  | Palet Dondong         | barang samaan banget, klo bundling banget, bisa mak rupa |        | SELESAI |
|               | 11     | Rabu  | 1 Februari  | Resepan               | resep dan bahan-bahan                                    |        | SELESAI |
|               | 12     | Jumat | 3 Februari  | Pemesanan             | Tempat usaha, cara pemesanan                             |        | SELESAI |
| Minggu 5      | 13     | Senin | 10 Februari | Kilas Balik           | pernah jadi dimana aja, ikut event apa aja               |        | SELESAI |
|               | 14     | Rabu  | 12 Februari | Produk Susu           | luka cinta cinta aja aja sama sebagai pendamping (trek)  |        | SELESAI |

Gambar 4. Content Planner



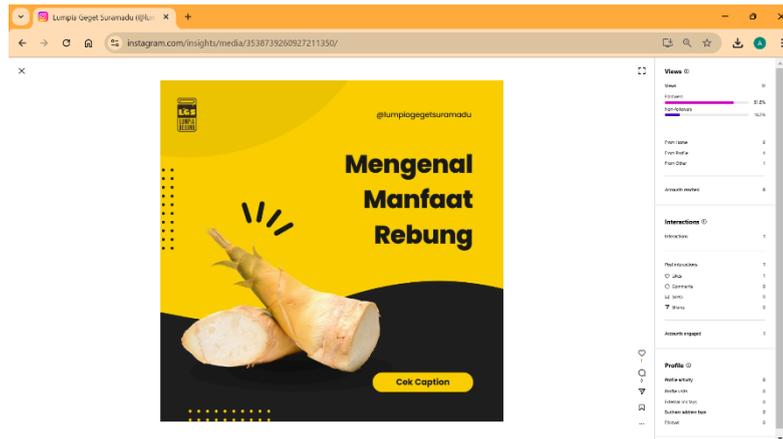
Gambar 5. Proses Perancangan Konten

Dengan adanya *content planner*, penulis dapat merencanakan dan mengatur konten secara terstruktur sehingga memudahkan dalam pengelolaan media sosial. Penggunaan *software* Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop juga menunjukkan kemampuan penulis dalam memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan konten yang berkualitas dan menarik.

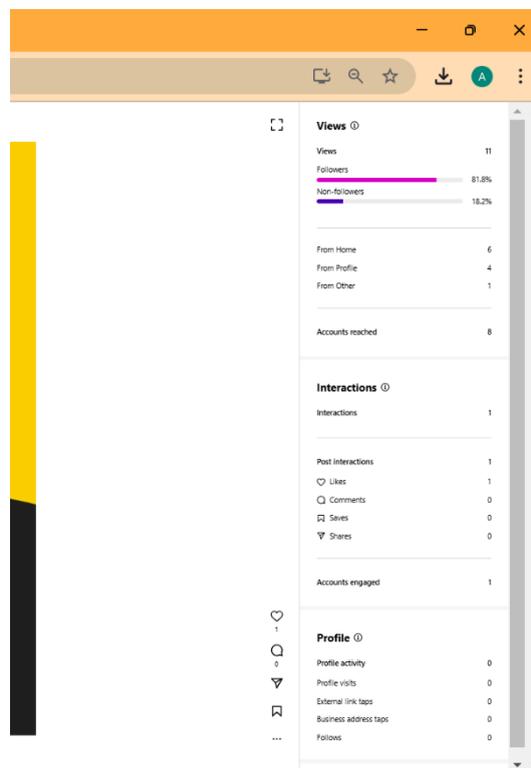


Gambar 6. Hasil Perancangan Konten

Efektifitas hasil perancangan konten diukur melalui insight yang didapatkan peneliti selama mengunggah postingan konten tersebut. Meskipun terlihat tidak signifikan, *insight* yang diperoleh cukup banyak menjangkau banyak pengguna Instagram termasuk pengikut akun.



Gambar 7. Salah satu *insight* postingan



Gambar 8. Insight Postingan Konten

Strategi untuk menjaga keberlanjutan implementasi Mobilitas Akademik melalui Kolaborasi dengan pihak eksternal serta dukungan komunitas dalam mendukung kampus Merdeka memberikan peneliti suatu pengalaman berharga dalam penerapan ilmu desain grafis dan komunikasi visual ke dalam konteks dunia kerja yang nyata. Selain itu, peneliti juga belajar untuk memahami kebutuhan narasumber, bekerja dalam tim, dan mengelola waktu secara efektif.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti telah memperoleh pengalaman yang sangat berharga dalam mengelola media sosial. Melalui perencanaan strategi yang matang, pembuatan konten yang kreatif, dan analisis data yang mendalam, peneliti berhasil merancang konten feed instagram pada akun media sosial UMKM Lumpia Geget Suramadu dengan menerapkan strategi konten yang relevan dan interaktif. Penggunaan konten visual yang menarik dan pemberian respon yang cepat terhadap komentar berhasil membangun hubungan yang lebih dekat dengan *audiens*.

Algoritma media sosial juga terus berubah, sehingga strategi yang efektif hari ini mungkin tidak efektif untuk konten besok. Hal tersebut membutuhkan adaptasi yang cepat dan terus menerus. Selain itu, peneliti juga merasa bahwa mengelola media sosial membutuhkan waktu dan konsistensi. Namun, peneliti juga menyadari bahwa masih banyak hal yang perlu dipelajari, terutama dalam hal mengoptimalkan penggunaan fitur baru yang terus berkembang di *platform* media sosial khususnya *Instagram*. Peneliti memberikan saran kepada narasumber UMKM agar lebih konsisten dalam promosi dan pemasaran serta fokus pada pengembangan konten video yang menarik untuk berinteraksi langsung dengan *audiens*.

Peneliti sangat menghargai kesempatan untuk dapat berdiskusi dengan narasumber secara berkala. Dengan begitu, peneliti juga mendapatkan feedback yang konstruktif dan terus dapat meningkatkan kinerja kedepannya

### Daftar Pustaka

- Aswita, D. (2022, June). Merdeka belajar kampus merdeka (MBKM): inventarisasi mitra dalam pelaksanaan magang Mahasiswa fakultas keguruan dan ilmu pendidikan. In *Prosiding Seminar Nasional Biologi, Teknologi dan Kependidikan* (Vol. 9, No. 2, pp. 56-61).
- Baharuddin, M. R. (2021). Adaptasi kurikulum merdeka belajar kampus merdeka (Fokus: model MBKM program studi). *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 4(1), 195-205.
- Enterprise, J. (2018). *Desain grafis komplet*. Elex Media Komputindo
- Putra, I. K. J. D., & Sarjani, N. K. P. S. (2022). Fenomena latah sosial dalam pembuatan konten visual di era industri kreatif digital. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(01), 9-15.
- Sari, A. P., Pelu, M. F. A., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N., ... & Sudarmanto, E. (2020). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Suprayogi, A., & Suryana, H. P. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI C59 BANDUNG* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Susilawati, N. (2021). Merdeka belajar dan kampus merdeka dalam pandangan filsafat pendidikan humanisme. *Jurnal Sikola: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 2(3), 203-219.
- Dirjen Dikti Kemendikbud. (2020). *Buku Panduan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka*. Retrieved from: <http://dikti.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2020/04/Buku-Panduan-Merdeka-Belajar-Kampus-Merdeka-2020>.