

Pelatihan Optimalisasi Social Media Marketing Dalam Peningkatan Brand Awareness pada Jasa Photography Estic Picture

**Hichmaed Tachta Hinggo S¹*, Wan Laura Hardilawati²,
Rian Rahmat Ramadhan³**

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau

*E-mail: hinggo@umri.ac.id

Article history

Received: 10/6/2023

Revised: 22/6/2023

Accepted: 29/6/2023

Published: 30/6/2023

Abstrak

Perkembangan Usaha jasa dokumentasi Foto dan Video terus meningkat, banyak bermunculan Studio atau jasa fotografi baru yang terus bermunculan. Untuk meningkatkan kemampuan bersaing, tentunya jasa fotografi ini harus dapat meningkatkan kemampuan pemasaran melalui media social yang akan memberi dampak pada brand awareness jasa fotografi tersebut. Peran media social pada saat ini menjadi sangat vital, terutama dalam peningkatan citra sebuah perusahaan ataupun usaha. Kegiatan pelatihan dan pendampingan mitra pada kesempatan kali ini memiliki focus dalam pemanfaatan secara maksimal social media untuk meningkatkan brand awareness Estic Picture. Pada kegiatan kali ini mitra dan tim pengabdian menjalin sinergi yang baik dalam mencapai tujuan bersama yaitu membantu mitra dalam bersaing dalam dunia bisnis

Kata kunci: *Social Media Marketing, Fotografi, Manajemen Pemasaran, Strategi Pemasaran*

PENDAHULUAN

Peran media social pada saat ini menjadi sangat vital, terutama dalam peningkatan citra sebuah perusahaan ataupun usaha. Karena social media memberikan tempat untuk berinteraksi secara langsung. media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler & Keller, 2016). Pada saat ini banyak UMKM yang merasakan dampak positif dari pemanfaatan media social ini, Merek mereka menjadi dikenal secara nasional dan tentunya berdampak pada keuntungan yang didapat pula. Salah satu lini usaha yang sangat dekat dengan pemanfaatan media social adalah usaha jasa fotografi. Usaha fotografi menjual keindahan visual yang akan lebih mudah untuk mengkomunikasikan produk tersebut melalui media social.

Perkembangan Usaha jasa dokumentasi Foto dan Video terus meningkat, banyak bermunculan Studio atau jasa fotografi baru yang terus bermunculan. Untuk meningkatkan kemampuan bersaing, tentunya jasa fotografi ini harus dapat meningkatkan kemampuan pemasaran melalui media social yang akan memberi dampak pada brand awareness jasa fotografi tersebut. Kesadaran merek (brand awareness) merupakan kemampuan konsumen untuk mengidentifikasi merek dalam kondisi berbeda, seperti tercermin oleh pengenalan merek mereka atau prestasi pengingatan (Kotler dan Keller, 2016).

Brand awareness terdiri dari brand recall dan brand recognition. Brand recall berarti ketika konsumen melihat kategori produk, mereka dapat mengingat nama brand dengan persis, dan pengakuan brand berarti konsumen memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi brand ketika ada isyarat brand (Aaker, 2017) Pemasaran social media bisa menjadi sangat kuat bila digunakan dengan cara yang efektif dan maksimal dan pada akhirnya akan meningkatkan kesadaran merek pada konsumen karena semakin baik social media marketing yang dibangun, konsumen akan semakin mengingat sebuah brand tersebut yang pada akhirnya dapat mengarahkan pada keputusan konsumen. (Shahid et al, 2017).

Mitra dalam pengabdian ini adalah Estic Picture, usaha yang dirintis Oleh Ahmad budi Bersama 2 orang temannya ini berawal pada tahun 2021. Estic Picture terus berusaha untuk dapat bersaing dalam jasa fotografi di Pekanbaru.



Gambar 1
Media Sosial Mitra Pengabdian

Pemanfaatan media social untuk meningkatkan brand awareness pada Estic Picture belumlah maksimal, terlihat pada jumlah pengikut media social Instagram mereka yang baru menyentuh angka 408 hingga tahun 2023 ini.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan melibatkan partisipasi dosen Program studi Manajemen sebagai pelaksana pengabdian masyarakat dan pihak Estic Picture sebagai mitra. Tahapan kegiatan ini dilaksanakan dalam 2 tahapan, yaitu meliputi kegiatan persiapan tim pengabdian masyarakat dan kegiatan pelaksanaan pelatihan pemanfaatan media sosial marketing dimana termasuk program pendampingan dalam mengelola media sosial

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program ini diawali dengan perencanaan oleh tim, pada proses perencanaan ini dilakukan pemilihan materi yang sesuai dengan keadaan mitra. Kesesuaian materi yang dipilih tentunya akan berpengaruh terhadap implementasi mitra kedepannya. Setelah melakukan pemilihan materi pelatihan, tim melanjutkan komunikasi dengan pihak Estic Picture, terkait waktu pelatihan yang akan disepakati.

Pada proses pelatihannya tim memberikan materi terkait pemanfaatan media sosial sebagai strategi marketing, adapun bagian yang diberikan adalah materi pendampingan terkait pengenalan fitur dan konten sosial media, melakukan social media mapping, visual branding di social media. Selain secara teknik, dalam pelatihan ni juga dilakukan trik dan cara melakukan ulasan dengan menggunakan *google adword* serta yang terpenting adalah social media engagement dan monitoring.

Semua strategi pengembangan social media marketing ini pada akhirnya akan bertujuan semakin dikenalnya mitra di masyarakat, karena pengenalan awal terhadap brand ini dimulai dari brand awareness. Semakin baik strategi pemasaran melalui sosial media yang dilakukan oleh mitra, maka akan semakin meningkat kesadaran akan merek mitra tersebut.

Tujuan brand awareness ini adalah untuk menumbuhkan kesadaran dan kepercayaan pelanggan terhadap sebuah merek. Jika merek sudah dikenal, maka produk akan semakin potensial untuk dapat dipilih oleh konsumen. Dalam pelatihan ini, penting sekali bagi mitra untuk dapat memperluas pemasaran mereka salah satunya dengan berfokus pada strategi sosial media marketing, karena dengan tingkat persaingan dalam bidang photography yang semakin tinggi, maka mitra harus lebih kreatif dan inovatif dalam melakukan pemasaran sehingga konsumen akhirnya akan mengingat brand mereka dan membuat keputusan pembelian. Penyampaian teori terkait pelatihan ini dilakukan dengan metode diskusi dan tanya jawab. Mitra pelatihan sangat antusias dalam menerima pelatihan ini, dan mereka berharap dapat terus menjalin komunikasi untuk mendapatkan masukan dalam pengembangan usaha Estic Picture ini.



Gambar 2
Pelaksanaan Pengabdian (Pemaparan Materi)

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan mitra pada kesempatan kali ini memiliki focus dalam pemanfaatan secara maksimal social media untuk meningkatkan brand awareness Estic Picture. Pada kegiatan kali ini mitra dan tim pengabdian menjalin sinergi yang baik dalam mencapai tujuan bersama yaitu membantu mitra dalam bersaing dalam dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2017. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Alih Bahasa oleh Aris Ananda. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Shahid, Zarlish, Tehmeena Hussain, and Fareeha Zafar. 2017. The Impact of Brand awareness on the Consumers' Purchase Intention. *Journal of Accounting & Marketing*, Vol. 33, pp. 34-38