

ABSTRAK

Perkembangan UMKM di Indonesia perlu inovasi dan strategi dalam pemasaran produk untuk mencapai keberhasilan dan kestabilan UMKM dalam menghadapi revolusi industri 4.0. Digital Marketing merupakan salah satu strategi pemasaran dengan cara memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk atau layanan. FRAY's Snack merupakan sebuah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak dibidang produksi makanan ringan tradisional di Pati. FRAY's Snack menawarkan berbagai camilan khas Indonesia, diantaranya Kuping Gajah dan Stik Bawang yang telah menjadi camilan favorit masyarakat setempat. Masalah yang dihadapi oleh UMKM FRAY's Snack yaitu packaging produk masih sederhana dan pemasaran produk masih tradisional sehingga promosi produk belum direalisasikan secara optimal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan reduksi data. Studi ini berfokus pada optimasi packaging dan platform instagram UMKM FRAY's Snack untuk tujuan periklanan. Hasil proyek akhir ini dapat disimpulkan bahwa optimalisasi pengembangan packaging FRAY's Snack yaitu meluncurkan desain kemasan baru yang praktis dengan menggunakan elemen grafis modern, perpaduan warna yang cerah, informasi dan nilai produk yang menarik. FRAY's Snack juga melakukan promosi di instagram menggunakan konten visual menarik dan strategi interaktif untuk berkomunikasi dengan calon pelanggan dan menyebarkan informasi produk UMKM FRAY's Snack kepada masyarakat luas. Adanya engagement, likes dan respon positif terhadap konten tersebut membuktikan adanya peningkatan terhadap strategi pemasaran UMKM FRAY's Snack.

Kata Kunci: Packaging, Instagram, Digital Marketing