

REFRESHMENT BRANDING MOCAU DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT DI INSTAGRAM

Putri Ayu Lestari¹, Hasna Safa Safira¹, Arianis Chan^{1*}, Tetty Herawaty¹

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran,

* Penulis korespondensi. E-mail: arianis.chan@unpad.ac.id

Diterima: Mei 2025; Disetujui: Agustus 2025

INFO ARTIKEL

Keywords:

Branding

UMKM

Engagement

ABSTRAK

Masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi refreshment branding dapat meningkatkan engagement Moca di Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode advokasi, yang diterapkan sebagai pendekatan pendampingan untuk membantu Moca dalam memperbarui strategi branding dan meningkatkan engagement di platform Instagram. Pendekatan advokasi dipilih karena sifatnya yang kolaboratif dan partisipatif, di mana tim pendamping berperan sebagai fasilitator yang memberikan panduan, pelatihan, dan pengetahuan yang diperlukan oleh Moca dalam proses perbaikan citra merek. Temuan dari artikel ini adalah bahwa penerapan strategi refreshment branding pada Instagram Moca berhasil meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan. Pendekatan ini mencakup pembaruan visual melalui penggunaan palet warna yang kohesif dan template khusus, diversifikasi konten yang lebih variatif, dan pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti stories dan reels. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa audiens merespon positif konten interaktif serta konten informatif yang memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti stories dan reels.

(1) PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Indonesia memiliki populasi sebesar 256,4 juta jiwa, di mana sekitar 130 juta orang, atau sekitar 49 persen dari total populasi, merupakan pengguna aktif media sosial (Lufthi 2018). Media sosial, sebagai salah satu inovasi terbesar dalam teknologi digital, memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perkembangan bisnis, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UMKM). Media sosial berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mengembangkan bisnis serta menjaga keberlanjutannya. Selain itu, media sosial juga menjadi penghubung antara pebisnis dan konsumen dalam menyampaikan informasi tentang produk yang ditawarkan sekaligus memperkenalkan profil bisnis yang dimilikinya (Herdiyani et al. 2022). Platform media sosial seperti Instagram, yang kini menjadi salah satu platform paling populer di kalangan masyarakat luas, telah terbukti menjadi alat yang sangat efektif untuk memperkenalkan produk kepada khalayak yang lebih luas, berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, serta membangun citra dan loyalitas merek yang kuat. Melalui fitur-fitur visual dan interaktif yang dimilikinya, Instagram memungkinkan bisnis untuk menyajikan konten yang menarik dan kreatif, yang dapat meningkatkan daya tarik dan ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Hasil dari penelitian sebelumnya menyatakan bahwa media sosial memiliki peran sebagai sarana pengembangan bisnis dalam meningkatkan customer engagement hingga meningkatkan tingkat kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap suatu bisnis (Herdiyani et al. 2022). Adapun penelitian yang menyatakan bahwa pendampingan dalam rebranding produk serta digitalisasi pemasaran menjadi langkah yang sangat krusial dalam meningkatkan daya tarik konsumen dan minat beli masyarakat terhadap UMKM. Dengan adanya dukungan ini, UMKM dapat memperbarui citra produknya agar lebih sesuai dengan tren pasar dan preferensi konsumen saat ini. Di samping itu, digitalisasi

pemasaran memungkinkan UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui platform digital (Prasadhy et al. 2024)

Kebaruan ilmiah dari penelitian ini terletak pada penerapan refreshment branding untuk meningkatkan engagement khusus pada Instagram, platform yang sangat visual dan memiliki audiens yang luas, dan kreativitas dalam penyajian konten. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan panduan serta strategi yang dapat diterapkan oleh Moca untuk menyegarkan citra merek dan meningkatkan keterlibatan audiens. Langkah-langkah yang akan diterapkan berfokus pada pembaruan visual, variasi konten, dan optimisasi interaksi dengan pelanggan.

Masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi refreshment branding dapat meningkatkan engagement Moca di Instagram. Menurut Kapferer (2008), revitalisasi merek merupakan langkah strategis yang dilakukan untuk menghidupkan kembali merek yang telah kehilangan relevansi atau daya tariknya di pasar. Tujuan utamanya adalah untuk memperkuat posisi merek tersebut dan memastikan bahwa merek tersebut kembali menempati tempat yang signifikan di benak konsumen, sehingga dapat meningkatkan kesadaran, kepercayaan, dan daya saingnya di tengah persaingan yang semakin ketat (Ariano 2017).

Dengan kata lain, penelitian ini berhipotesis bahwa pembaruan strategi branding akan berdampak positif terhadap peningkatan engagement dan ketertarikan pelanggan pada konten yang disajikan. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada pengembangan strategi, namun juga bertujuan untuk membimbing Moca dalam penerapan langkah-langkah tersebut sehingga dapat diaplikasikan secara berkelanjutan.

(2) METODE

Lokasi, Waktu, dan Mitra Kegiatan

Berdasarkan Alamsyah, Maziyah, & Indrahti (2022) metode advokasi melibatkan pendekatan langsung kepada pemangku kebijakan atau pihak-pihak yang berwenang untuk mendukung perubahan sosial, yang juga dijelaskan dalam konteks

pengembangan jejaring dan kemitraan pada program pengabdian masyarakat. Berdasarkan Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2021) Advokasi dalam konteks Pengabdian kepada Masyarakat melibatkan upaya untuk meningkatkan kesadaran sosial, politik, dan budaya, serta memperkuat kemampuan individu dan kelompok dalam memperjuangkan hak-hak mereka sebagai warga negara. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu masyarakat memahami dan mendapatkan hak-hak yang seharusnya mereka terima, serta untuk mendorong perubahan yang lebih adil dan inklusif dalam berbagai aspek kehidupan mereka

Tahapan Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode advokasi, yang diterapkan sebagai pendekatan pendampingan untuk membantu Mocau dalam memperbarui strategi branding dan meningkatkan engagement di platform Instagram. Pendekatan advokasi dipilih karena sifatnya yang kolaboratif dan partisipatif, di mana tim pendamping berperan sebagai fasilitator yang memberikan panduan, pelatihan, dan pengetahuan yang diperlukan oleh Mocau dalam proses perbaikan citra merek.

Dengan metode ini, Mocau tidak hanya dibimbing dalam memahami strategi pemasaran digital yang efektif, tetapi juga dilatih untuk dapat mengimplementasikannya secara mandiri dan berkelanjutan.

Evaluasi Keberhasilan

Evaluasi kegiatan disajikan secara deskriptif berdasarkan keterlaksanaan program, hasil kegiatan, dan respons mitra yang tersedia pada naskah sumber; naskah tidak menambahkan instrumen atau data evaluasi baru.

(3) HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, hasil dari penerapan metode advokasi untuk pendampingan refreshment branding Mocau di Instagram dilalui dalam tiga tahap utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, tim pendamping memulai dengan melakukan analisis menyeluruh terhadap kondisi branding dan engagement Mocau di platform Instagram. Analisis ini bertujuan untuk memahami bagaimana brand Mocau saat ini berinteraksi dengan audiensnya serta mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif, tim melakukan dua pendekatan utama, yaitu observasi langsung terhadap akun Instagram Mocau dan wawancara mendalam dengan tim Mocau.

Observasi ini berfokus pada evaluasi konsep visual yang diterapkan di akun Instagram Mocau, termasuk pemilihan palet warna, tipografi, dan elemen-elemen visual lain yang menjadi ciri khas brand tersebut. Selain itu, tim juga memperhatikan gaya konten yang digunakan, seperti jenis konten apa yang diunggah (misalnya foto produk, video tutorial, atau konten interaktif), frekuensi unggahan, dan bagaimana interaksi tim dengan pengguna dalam kolom komentar. Dari observasi ini, ditemukan bahwa gaya visual dan konten yang diunggah belum konsisten, dengan variasi yang masih terbatas. Kekurangan ini berpotensi membuat audiens cepat bosan dan tidak merasakan keunikan brand Mocau, sehingga berimbas pada rendahnya tingkat engagement.

Wawancara dengan tim Mocau dilakukan untuk mengidentifikasi lebih dalam mengenai tantangan yang dihadapi oleh brand, serta mengetahui apa saja yang menjadi target atau tujuan Mocau dalam meningkatkan engagement. Melalui wawancara, tim pendamping dapat memahami kesulitan-kesulitan spesifik yang dialami Mocau, seperti keterbatasan sumber daya untuk menghasilkan konten yang konsisten, kurangnya pengetahuan terkait strategi konten yang menarik, atau belum adanya panduan branding yang jelas. Selain itu, wawancara juga menggali aspirasi Mocau terhadap brand image yang ingin dibangun serta tipe audiens yang ingin dicapai di Instagram. Informasi dari wawancara ini menjadi landasan penting untuk menyusun strategi yang relevan dan sesuai dengan visi Mocau.

Berdasarkan hasil analisis dari observasi dan wawancara, tim pendamping menyusun strategi refreshment branding yang bertujuan untuk memperbarui tampilan visual dan menambah variasi konten di Instagram Mocau. Pembaruan visual ini mencakup pengaturan palet warna yang lebih kohesif, penggunaan font yang mencerminkan karakter Mocau, serta penambahan elemen visual yang khas untuk membangun identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh audiens. Selain itu, variasi konten dirancang agar lebih beragam dan menarik, dengan mencakup konten interaktif seperti polling, sesi tanya jawab, atau kuis yang melibatkan audiens. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan engagement serta membuat brand Mocau lebih dikenal dan diminati oleh pengguna di Instagram.



Gambar 3.1 Wawancara dengan tim Mocau

(Sumber: Penulis, 2024)

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan pada bulan Oktober 2024. Tahap pelaksanaan strategi berfokus pada implementasi langkah-langkah praktis yang dirancang untuk meningkatkan kualitas branding dan engagement Mocau di Instagram. Pada tahap ini, tim pendamping secara aktif bekerja sama dengan tim Mocau untuk memastikan setiap strategi yang telah disusun sebelumnya dapat diterapkan dengan efektif. Kegiatan utama dalam tahap ini meliputi pelatihan intensif, penyusunan konten dengan variasi yang menarik, penguatan identitas visual melalui penggunaan palet warna, serta evaluasi performa unggahan secara berkala.

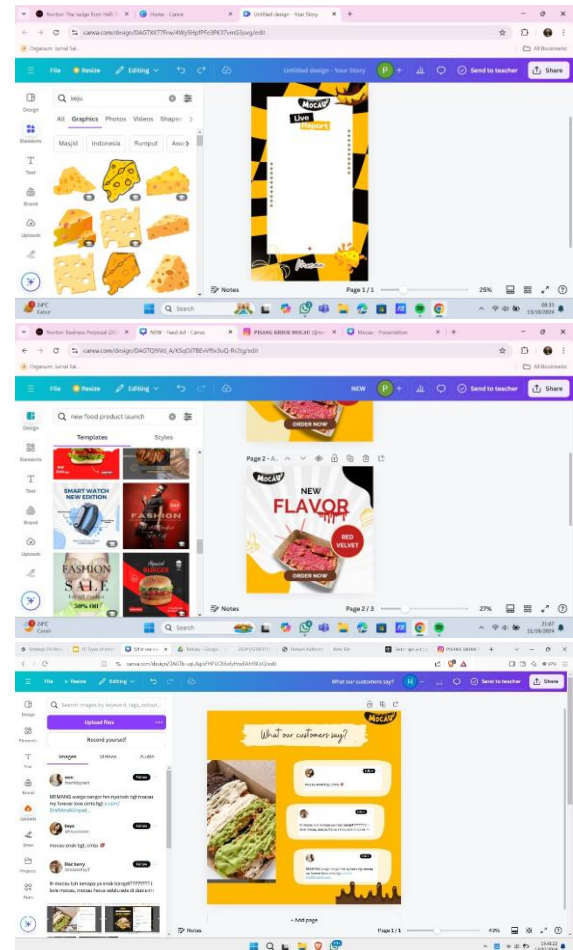
Sebagai bagian dari pelaksanaan, tim pendamping memberikan pelatihan langsung kepada tim Mocau mengenai cara-cara menyusun konten visual yang menarik dan konsisten di Instagram. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek teknis, mulai dari cara merancang feed yang kohesif dan estetik hingga strategi penulisan caption yang mampu menarik perhatian audiens. Tim juga dilatih untuk memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti stories, dan reels sebagai media untuk meningkatkan engagement. Fitur-fitur ini dianggap sangat penting karena tidak hanya memungkinkan Mocau untuk menyajikan konten yang variatif tetapi juga membuka peluang untuk berinteraksi langsung dengan audiens secara real-time, yang dapat menciptakan pengalaman yang lebih personal dan mendalam bagi audiens.

Konten yang disusun dalam tahap ini dirancang agar beragam dan mampu mempertahankan minat audiens. Selain foto produk, Mocau menghadirkan konten-konten seperti behind the scenes yang menampilkan proses produksi atau keseharian tim, tips penggunaan produk untuk memberikan nilai tambah bagi pengguna, serta konten interaktif seperti polling, kuis, atau sesi tanya jawab. Konten interaktif seperti ini bertujuan untuk melibatkan audiens secara aktif sehingga mereka merasa menjadi bagian dari perjalanan brand. Setiap konten dikurasi dan disusun agar selalu mencerminkan karakter merek Mocau, sehingga audiens dapat mengenali gaya khas yang konsisten pada setiap postingan.

Dalam mendukung konsistensi dan identitas visual, tim pendamping membantu Mocau dengan merancang palet warna yang mencerminkan karakter dan kepribadian brand. Palet warna ini diterapkan secara menyeluruh pada setiap elemen visual, baik di feed, story, maupun reels dengan tujuan menciptakan tampilan yang kohesif dan profesional di mata audiens. Selain palet warna, tim pendamping juga membuat template-template khusus untuk berbagai jenis konten, seperti template untuk live report di Instagram stories. Template ini dirancang dengan memperhatikan elemen identitas Mocau dan dilengkapi dengan elemen-elemen interaktif, seperti ajakan untuk memberikan tanggapan atau mengikuti polling. Misalnya, saat Mocau melakukan peluncuran produk atau promosi khusus, tim dapat menggunakan template live report yang memudahkan mereka untuk berbagi update secara real-time, sehingga audiens merasa selalu up-to-date dan lebih terlibat dalam aktivitas Mocau.

Implementasi konten dilakukan dalam jangka waktu tertentu dengan jadwal unggahan yang konsisten untuk membiasakan audiens dengan pola interaksi yang tetap. Setiap unggahan yang diunggah dievaluasi secara berkala dari segi engagement, meliputi jumlah likes, comments, views, shares, hingga interaksi pada fitur-fitur khusus seperti polling atau question box di stories. Evaluasi ini bertujuan untuk memahami preferensi audiens dan mengidentifikasi konten-konten mana yang paling menarik bagi mereka. Dari hasil evaluasi, tim pendamping dan Mocau dapat melakukan penyesuaian pada strategi konten jika diperlukan untuk memastikan setiap unggahan memberikan dampak positif terhadap keterlibatan audiens.

Melalui tahap pelaksanaan ini, tim pendamping tidak hanya membantu Mocau dalam menerapkan strategi yang tepat, tetapi juga membekali tim Mocau dengan pengetahuan dan keterampilan praktis untuk membangun engagement yang konsisten. Dengan begitu, Mocau diharapkan mampu mempertahankan performa konten yang kuat dan relevan di Instagram, serta membangun hubungan yang lebih erat dan autentik dengan audiensnya. Pendekatan ini diharapkan dapat menciptakan hasil yang berkelanjutan dan memperkuat posisi brand Mocau di Instagram sebagai merek yang aktif berinteraksi dan peduli terhadap komunitas pengikutnya.



Gambar 3.2 Perancangan Desain Konten

(Sumber: Penulis, 2024)



Gambar 3.3 Desain Akhir

(Sumber: Penulis, 2024)

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan langkah penting dalam menilai sejauh mana efektivitas strategi refreshment branding yang diterapkan telah berhasil dalam meningkatkan engagement di Instagram Mocau. Proses evaluasi ini dilakukan secara menyeluruh dengan menganalisis berbagai metrik engagement, seperti jumlah likes, comments, shares, dan views pada setiap unggahan, serta tingkat pertumbuhan followers selama periode implementasi strategi. Dengan memantau perubahan pada metrik-metrik ini, tim pendamping dan Mocau dapat menilai apakah langkah-langkah yang diterapkan telah mencapai tujuan yang diinginkan, serta memahami preferensi audiens secara lebih mendalam.

Dari hasil evaluasi, data menunjukkan peningkatan signifikan dalam engagement terutama pada konten-konten yang dirancang lebih interaktif dan informatif. Konten interaktif seperti polling, kuis, dan sesi tanya jawab yang melibatkan audiens secara langsung menunjukkan respons yang sangat positif. Audiens terlihat lebih tertarik dan terdorong untuk berpartisipasi, sehingga engagement rate pada konten-konten ini meningkat dibandingkan dengan konten-konten pasif atau konten standar yang hanya menampilkan produk tanpa elemen interaksi. Hal ini menunjukkan bahwa audiens Mocau lebih tertarik pada konten yang mengajak mereka berinteraksi secara langsung, yang membuat mereka merasa lebih dekat dengan brand.

Gambar 3.4 Peningkatan Followers

(Sumber: Penulis, 2024)

Selain itu, konten yang memanfaatkan fitur stories dan reels di Instagram menunjukkan peningkatan view rate serta jumlah interaksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan unggahan feed biasa. Stories yang memungkinkan brand untuk berbagi konten dalam format yang cepat dan dinamis, ternyata berhasil menarik perhatian audiens yang menikmati update secara real-time dan interaktif. Fitur reels yang memungkinkan penyajian video berdurasi singkat, juga menjadi media yang efektif dalam menarik perhatian audiens dan meningkatkan jumlah views. Melalui analisis ini, tim Mocau memahami bahwa diversifikasi format konten sangat penting untuk menjaga minat audiens dan menjangkau pengguna baru.

Gambar 3.5 Before-After Instagram Stories

(Sumber: Penulis, 2024)

Analisis juga menunjukkan bahwa konsistensi visual pada feed yang diterapkan dengan bantuan palet warna dan template-template khusus, memberikan dampak positif terhadap estetika keseluruhan akun Instagram Mocau. Penerapan visual yang konsisten tidak hanya membuat tampilan feed menjadi lebih estetik tetapi juga membantu audiens untuk mengenali identitas brand secara lebih jelas. Dengan tampilan yang kohesif, Mocau berhasil menciptakan impresi yang profesional dan menarik, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik merek di mata pengikutnya. Hal ini mengindikasikan bahwa audiens cenderung lebih tertarik untuk mengikuti dan berinteraksi dengan akun yang memiliki visual yang rapi dan menarik.

Gambar 3.5 Before-After Feeds Instagram

(Sumber: Penulis, 2024)

Berdasarkan temuan-temuan dari evaluasi ini, tim pendamping dan Mocau kemudian menyusun sejumlah rekomendasi yang bertujuan untuk mempertahankan keberhasilan strategi yang sudah terbukti efektif, sekaligus mengidentifikasi area yang masih perlu perbaikan. Salah satu rekomendasi utama adalah untuk terus mengembangkan konten interaktif yang mengundang partisipasi audiens, seperti membuat sesi tanya jawab berkala atau kuis seputar produk. Selain itu, disarankan agar Mocau tetap konsisten dalam penggunaan visual branding dengan palet warna yang sudah dirancang, serta terus memanfaatkan fitur reels dan stories sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan promosi secara lebih menarik dan mudah diakses.

Secara keseluruhan, evaluasi ini tidak hanya membantu Mocau memahami hasil dari implementasi strategi tetapi juga membekali mereka dengan alat dan strategi yang dapat mendukung perkembangan brand dalam jangka panjang.

(4) PENUTUP

Strategi refreshment branding yang diterapkan pada Instagram Mocau berhasil meningkatkan engagement dengan efektif. Penerapan pembaruan visual dan diversifikasi konten mampu menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa audiens merespon positif konten interaktif serta konten informatif yang memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti stories dan reels. Selain itu, konsistensi visual melalui penggunaan palet warna dan template khusus memberikan daya tarik estetika yang meningkatkan brand recognition. Dengan

demikian, strategi ini terbukti efektif dalam mencapai tujuan meningkatkan keterlibatan audiens.

Dalam penelitian selanjutnya, disarankan agar aspek evaluasi lebih diperluas dengan mempertimbangkan feedback langsung dari audiens agar lebih memahami preferensi konten. Selain itu, penggunaan platform media sosial lain dapat menjadi opsi untuk memperluas jangkauan brand. Sebagai saran tambahan, Mocau dapat terus mengembangkan konten berbasis interaksi yang dapat memperkuat hubungan dengan audiens dan menjaga brand tetap relevan di tengah perkembangan tren digital.

(5) UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada lembaga yang telah mendukung penuh pelaksanaan penelitian ini. Kami juga berterima kasih kepada seluruh tim pendamping dan pihak-pihak yang turut berperan penting dalam kelancaran proses penelitian serta pengembangan strategi untuk Mocau. Dukungan, fasilitas, dan kerja sama yang diberikan sangat berharga dalam mencapai hasil yang optimal dalam penelitian ini.

(6) DAFTAR RUJUKAN

- Alamsyah, Maziyah, S., & Indrahti, S. (2022). Advokasi Pembangunan Jejaring Dan Kemitraan Pada Perpustakaan Di Jawa Tengah. *Jurnal Harmoni*, 206.
- Ariano, Marco. 2017. "Pengaruh Rebranding Dan Repositioning Terhadap Brand Equity Smartphone Microsoft Lumia." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* 6(2).
- Herdiyani, Sankist, Cecep Safa'atul Barkah, Lina Auliana, And Iwan Sukoco. 2022. "Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review ." *Jurnal Administrasi Bisnis* 18(2).
- Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Lppm) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. (2021, Januari 15). Pedoman Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat. Retrieved From Lppm.Uin-Suka.Ac.Id: https://lppm.uin-suka.ac.id/media/dokumen_akademik/012_20210504_1.%20pedoman%20pkm-Edited.Pdf
- Prasadhya, Ignatius, Nugrahaning Pratiwi, And Big Kaitelapatay. 2024. "Re-Brandingumkm Dengan Pendekatan Bisnis Dan Komunikasi Visual Dalam Proses Pembelajaran Menggunakan Project Based Learning(Studi Kasus Maestro Pempek." *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* 1(1). Doi: <https://doi.org/10.61231/Jp2m.V2i1.225>.
- Anggraeni, L. (n.d.). Retrieved September 7, 2018, from <http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/0k8L1edk-130-juta-penduduk-indonesia-sudah-pakai-medsos>