

**DIGITAL MARKETING UMKM TUGU HIDROPONIK MELALUI MEDIA SOSIAL  
FACEBOOK DI DESA TUGU KECAMATAN SLIYEG KABUPATEN INDRAMAYU  
2023”**

**ABSTRAK**

Muryono, 210730259

Email : [muryonosr@gmail.com](mailto:muryonosr@gmail.com)

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia  
Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Digital marketing melalui media sosial Facebook telah menjadi strategi yang penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memperluas jangkauan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Dalam konteks ini, studi ini mengeksplorasi bagaimana UMKM Tugu Hidroponik menggunakan platform Facebook sebagai alat utama untuk pemasaran digital mereka. Melalui pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik usaha dan analisis konten media sosial mereka. Hasilnya menunjukkan bahwa UMKM Tugu Hidroponik telah berhasil memanfaatkan fitur-fitur interaktif Facebook untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan, menyajikan konten yang relevan, dan memperluas pangsa pasar mereka. Temuan ini memberikan wawasan tentang bagaimana UMKM dapat mengoptimalkan pemasaran digital mereka melalui media sosial, dengan penekanan khusus pada platform Facebook, untuk meningkatkan visibilitas merek dan pertumbuhan bisnis mereka.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Media Sosial, UMKM Tugu Hidroponik*

**ABSTRACT**

**“DIGITAL MARKETING OF UMKM TUGU HYDROPONICS THROUGH FACEBOOK  
SOCIAL MEDIA IN TUGU VILLAGE, SLIYEG SUB-DISTRICT, INDRAMAYU  
DISTRICT 2023”**

*Muryono, 210730259*

*Email : [muryonosr@gmail.com](mailto:muryonosr@gmail.com)*

*Communication Studies Program, Faculty of Communication and Multimedia Studies  
University of Mercu Buana Yogyakarta*

*Digital marketing through Facebook social media has become an important strategy for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in expanding their reach and building relationships with customers. In this context, this study explores how Tugu Hidroponik MSMEs use the Facebook platform as a key tool for their digital marketing. Through a qualitative approach, data was collected through interviews with business owners and analysis of their social media content. The results show that Tugu Hidroponik MSMEs have successfully utilized Facebook's interactive features to increase interaction with customers, present relevant content, and expand their market share. The findings provide insights into how MSMEs can optimize their digital marketing through social media, with a particular emphasis on the Facebook platform, to increase their brand visibility and business growth.*

*Keywords: Digital Marketing, Social Media, MSMEs Tugu Hidroponik*