



**PENDAMPINGAN DAN OPTIMALISASI STRATEGI KOMUNIKASI
DIGITAL UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK
HIDROPONIK KOMUNITAS GSG07**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Disusun Oleh :
ALFIANSYAH**

44522010057

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PENDAMPINGAN DAN OPTIMALISASI STRATEGI KOMUNIKASI
DIGITAL UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK
HIDROPONIK KOMUNITAS GSG07**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

MERCU BUANA

Disusun Oleh :

ALFIANSYAH

44522010057

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfiansyah

NIM : 44522010057.

Fakultas/Program Studi: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“PENDAMPINGAN DAN OPTIMALISASI STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK HIDROPONIK KOMUNITAS GSG07” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Januari 2026



Alfiansyah.

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

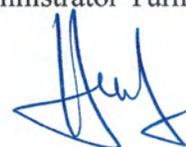
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Alfiansyah
NIM : 44522010057
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication

Dengan judul “**PENDAMPINGAN DAN OPTIMALISASI STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK HIDROPONIK KOMUNITAS GSG07**”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 24 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 22%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Februari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh
Nama : Alfiansyah
NIM : 44522010057
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pendampingan Dan Optimalisasi Strategi Digital Untuk
Peningkatan Penjualan Produk Hidroponik Komunitas
GSG07

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal **14 Februari 2026** dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:
Pembimbing



(Suman Jaya, S.Sos., M.Ikom)
NIDN/NUPTK: 0329018104

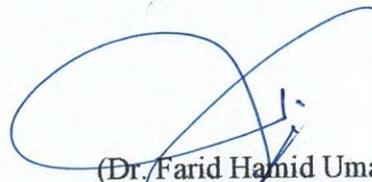
Jakarta, 19 Februari 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang Maha Suci, dan Maha Agung. Atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang berjudul “Pendampingan dan Optimalisasi Strategi Komunikasi Digital untuk Peningkatan Penjualan Produk Hidroponik Komunitas GSG07”. Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) ini, penulis banyak menerima dukungan, bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Umarela, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom, M.A, M.B.A, selaku Sekretaris Bidang Studi Digital Communication Universitas Mercu Buana.
5. Yuni Tresnawati, S.Sos, M.I.Kom, selaku dosen pengampu mata kuliah Riset Komunikasi yang telah memberikan bekal penting dalam proses penelitian ini.
6. Suman Jaya, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan dorongan kepada penulis dalam menyusun proposal ini.
7. Kedua orang tua tercinta, Abdul Rohman dan Mardiyah, serta uwa, Roslaini, yang selalu menjadi sumber doa, kasih sayang, dan semangat yang tak pernah habis. Terima kasih atas cinta, kesabaran, dan dukungan tiada henti.

8. Pasangan penulis, (MA) – NIM (P17124025142), yang telah memberikan dukungan moral, perhatian, serta motivasi yang berarti selama proses penyusunan Laporan ini.
9. Sahabat sekaligus Partner Kerjasama Program TAPN, Surya Putra dan Ginanjar Dwi Nugroho, yang telah menjadi teman diskusi, berbagi ide, dan memberi masukan dari setiap kegiatan yang telah dilakukan bersama serta memberi semangat dalam setiap proses perjalanan akademik ini.
10. Sahabat-sahabat terbaik, Teguh, Andre, Arif, Zaman, Rafi dan Radite, yang telah menjadi teman diskusi, berbagi ide, dan memberi semangat dalam setiap proses perjalanan akademik ini.
11. Teman-teman di lingkungan RT tercinta, PANDAWA 5: Cing Mahmud, Anton Rifai, Prasetio, dan Deden, yang selalu memberikan dukungan moral, canda tawa, dan semangat dalam keseharian.
12. Teman-teman terbaik di lingkungan kampus, Diki, Refriano, Farhan, Fajar, Rava, Khais, Shevila, Sevila, Aisyah, Ine, Satria, Fadhil, Nadhira, Rendra, Moza, Aqil, dan Nathan, yang telah menjadi teman berbagi cerita, ide, canda tawa dan yang memberikan semangat untuk perjalanan akademik ini

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis, komunitas GSG07, maupun pihak lain yang membacanya.

Jakarta, 20 Januari 2026



Alfiansyah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfiansyah
NIM : 44522010057
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pendampingan Dan Optimalisasi Strategi Komunikasi Digital Untuk Peningkatan Penjualan Produk Hidroponik Komunitas GSG07

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Januari 2026

Yang menyatakan,



(Alfiansyah)

**PENDAMPINGAN & OPTIMALISASI STRATEGI KOMUNIKASI
DIGITAL UNTUK PENJUALAN PRODUK HIDROPONIK KOMUNITAS**

GSG07

ALFIANSYAH

ABSTRAK

Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) bertujuan mengoptimalkan strategi komunikasi digital untuk meningkatkan penjualan produk hidroponik pada komunitas GSG07 di RW 07 Kembangan Utara, Jakarta Barat. Komunitas ini memiliki potensi besar dalam pertanian perkotaan, namun masih terkendala rendahnya literasi digital, pengelolaan media sosial yang belum optimal, dan keterbatasan strategi konten.

Metode pelaksanaan meliputi observasi, wawancara, diskusi, konsultasi, dan simulasi yang diterapkan melalui tahapan SOSTAC. Pendampingan difokuskan pada pengelolaan akun *Instagram* dan *Facebook*, pelatihan pembuatan konten sederhana, penyusunan kalender konten, serta pemanfaatan fitur media sosial untuk promosi dan penjualan.

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan literasi digital, terbentuknya akun media sosial yang aktif, tersedianya konten promosi yang lebih terstruktur, serta meningkatnya visibilitas dan interaksi pengguna. Strategi yang diterapkan berkontribusi terhadap perluasan jangkauan pasar dan potensi peningkatan penjualan.

Dengan demikian, optimalisasi komunikasi digital efektif dalam meningkatkan daya saing produk hidroponik GSG07 dan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM pertanian perkotaan berbasis komunitas.

Kata kunci: Tugas Akhir Peduli Negeri, komunikasi digital, media sosial, hidroponik, Pertanian Kota, GSG07.

**MENTORING AND OPTIMIZATION OF DIGITAL COMMUNICATION
STRATEGIES FOR THE SALES OF GSG07 COMMUNITY
HYDROPONIC PRODUCTS
ALFIANSYAH**

ABSTRACT

The Peduli Negeri Final Project (TAPN) aims to optimize digital communication strategies to increase sales of hydroponic products within the GSG07 community in RW 07, Kembangan Utara, West Jakarta. Although the community demonstrates significant potential in urban agriculture, it faces several challenges, including limited digital literacy, suboptimal social media management, and inadequate content strategy development.

The implementation methods consisted of observation, interviews, discussions, consultations, and simulations, applied through the SOSTAC framework (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, and Control). The assistance program focused on managing Instagram and Facebook accounts, providing training on basic content creation, developing a structured content calendar, and utilizing social media features for promotional and sales activities.

The results show improvements in digital literacy, the establishment of active social media accounts, the availability of more organized promotional content, and increased visibility and audience engagement. The implemented digital communication strategy contributed to broader market reach and potential sales growth.

In conclusion, optimizing digital communication has proven effective in enhancing the competitiveness of GSG07's hydroponic products and may serve as a community-based empowerment model for urban agriculture MSMEs.

Keywords: Peduli Negeri Final Project (TAPN), digital communication, social media, hydroponics, urban agriculture, GSG07.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HASIL UJI TURNITIN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	7
1.3 Solusi Masalah.....	7
1.4 Tujuan Pendampingan.....	9
1.5 Target Luaran.....	9
1.6 Manfaat Pendampingan.....	10
1.6.1 Manfaat Akademis	11
1.6.2 Manfaat Sosial	11
1.6.3 Manfaat Praktis	12
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	13
2.1 Budidaya Hidroponik GSG07.....	13
2.2 Kompetitor.....	14
2.3 Profil Usaha	16
2.4 Sumber Daya Bahan Baku	17
2.5 Khalayak Sasaran	17
2.5.1 Segmentasi Demografis	17

2.5.2 Segmentasi Geografis	18
2.5.3 Segmentasi Psikografis	19
2.6 Peluang Usaha	19
2.7 SWOT	20
2.7.1 Keunggulan (<i>Strengths</i>)	20
2.7.2 Kelemahan (<i>Weaknesses</i>).....	20
2.7.3 Peluang (<i>Opportunities</i>).....	21
2.7.4 Ancaman (<i>Threats</i>).....	21
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP.....	23
3.1 Penelitian Terdahulu.....	23
3.2 Rujukan Karya.....	27
3.3 Komunikasi Digital	32
3.4 Media Baru	33
3.5 Media Sosial.....	34
3.5.1 Definisi Media Sosial.....	34
3.5.2 Karakteristik Media Sosial.....	35
3.6 Instagram	37
3.7 Facebook	41
3.8 Model SOSTAC.....	44
3.8.1 SOSTAC.....	44
3.8.2 Tahapan SOSTAC	45
3.9 Consumer Needs	52
3.10 Pembelajaran Kognitif	52
3.11 Consumer Judgment	52
3.12 Consumer Engagement.....	53
3.13 Purchase Intention.....	53
3.14 Perencanaan Media Digital	54
3.15 Brand awareness	55
3.16 Pendampingan.....	56
3.17 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	58
BAB IV METODE PELAKSANAAN	60
4.1 Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah.....	61
4.1.1 Observasi.....	61

4.1.2 Wawancara	62
4.1.3 Diskusi	63
4.1.4 Konsultasi	63
4.1.5 Simulasi.....	64
4.2 Tahapan Kegiatan	64
4.2.1 <i>Situation Analysis</i>	64
4.2.2 <i>Objectives</i>	65
4.2.3 <i>Strategy</i>	66
4.2.4 <i>Tactics</i>	68
4.2.5 <i>Action</i>	69
4.2.6 <i>Control</i>	70
4.3 Teknik Komunikasi	70
4.4 Konsep Perancangan	71
4.5 Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan.....	72
4.6 Rencana Mitra Kerja.....	75
4.7 Publikasi.....	75
4.8 Anggaran Kegiatan	76
4.9 Jadwal Kegiatan.....	77
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERHASILAN	79
5.1 Teknik Komunikasi.....	79
5.1.1 Teknik Komunikasi Lisan	79
5.1.2 Teknik Komunikasi Persuasif	80
5.1.3 Teknik Komunikasi Informatif.....	81
5.2 Gambaran Tahap – Tahap Pelaksanaan	81
5.2.1 Tahap Perencanaan.....	82
5.2.2 Tahap Pengelolaan	83
5.2.3 Tahap Pelatihan	84
5.2.4 Tahap Pendampingan	85
5.2.5 Tahap Masa Lepas Pendampingan	86
5.2.6 Tahap Evaluasi	87
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	87
5.3.1 Hasil Kegiatan TAPN.....	87

5.3.2 Hasil Pencapaian Perencanaan Strategi <i>Instagram</i> dan <i>Facebook</i> GSG07 Berdasarkan Teori <i>SOSTAC</i> (Chaffey dan Smith,2017).....	90
5.3.3 Hasil dari Evaluasi Akhir	96
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan	105
5.4.1 Analisis Kegiatan TAPN	105
5.4.2 Kendala yang dihadapi.....	108
5.4.3 Potensi Keberlangsungan.....	110
BAB 6 PENUTUP	113
6.1 Kesimpulan	113
6.2 Saran	113
6.2.1 Saran Praktis	114
6.2.2 Saran Akademis	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	119



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 4.1 Tahapan Kerja	61
Tabel 4.2 KPI Terhadap Perencanaan Media Sosial	75
Tabel 4.3 Rencana Publikasi	76
Tabel 4.4 Anggaran Kegiatan.....	77
Tabel 4.5 Jadwal Kegiatan	78
Tabel 5.1 Tabel Engagement Rate Post — Instagram.....	98
Tabel 5.2 Tabel Engagement Rate Post — Facebook	99
Tabel 5.3 KPI Hasil Evaluasi	105
Tabel 5.4 Analisis Kegiatan	107
Tabel 5. 5 Perbandingan Penjualan dan Konten.....	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hidroponik GSG07	2
Gambar 1.2 Favourite Social Media Platforms.....	4
Gambar 1.3 Demografi Audiens Dewasa.....	5
Gambar 2.1 Komunitas GSG07	13
Gambar 2.2 Map Sayurb Farm.....	15
Gambar 2.3 Map HidroponiQ	15
Gambar 2.4 Data Segmentasi Konsumsi Sayur	18
Gambar 3.1 Gandaria Hidroponik.....	28
Gambar 3.2 Forever Green	30
Gambar 3.3 SOSTAC.....	45
Gambar 5.1 Tahap Perencanaan.....	82
Gambar 5.2 Tahap Pendampingan	85
Gambar 5.3 Konten Tahap Lepas Pendampingan	86
Gambar 5.4 Publikasi Luaran Tim TAPN	89
Gambar 5.5 Akun Instagram dan Facebook GSG07.....	90
Gambar 5.6 Konten Interaktif	91
Gambar 5.7 Konten Informasi	92
Gambar 5.8 Konten Edukasi	92
Gambar 5.9 Konten Promosi.....	93
Gambar 5.10 Konten Hiburan.....	94
Gambar 5.11 Caption dan Hastag	95
Gambar 5.12 Sesi Wawancara.....	100



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata (Ketua, Anggota dan Dosen Pendamping)	119
Lampiran 2 Anggaran Kegiatan	120
Lampiran 3 Surat Pernyataan Kesediaan Mitra	121
Lampiran 4 Denah Lokasi Kegiatan	122
Lampiran 5 Dokumentasi.....	122
Lampiran 6 Bahan Presentasi.....	124
Lampiran 7 Desain Banner Kegiatan.....	124
Lampiran 8 Bukti Publikasi di Media Massa.....	125
Lampiran 9 Curicullum Vitae.....	126

