



**PENDAMPINGAN DAN OPTIMALISASI PEMBUATAN KONTEN
DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN PENJUALAN
PRODUK HIDROPONIK KOMUNITAS GSG07**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

GINANJAR DWI NUGROHO

44522010056

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026



**PENDAMPINGAN DAN OPTIMALISASI PEMBUATAN KONTEN
DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN PENJUALAN
PRODUK HIDROPONIK KOMUNITAS GSG07**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh :

GINANJAR DWI NUGROHO

44522010056

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ginanjar Dwi Nugroho

NIM : 44522010056

Fakultas/Program Studi: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“PENDAMPINGAN DAN OPTIMALISASI PEMBUATAN KONTEN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN 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

Ginanjar Dwi Nugroho

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

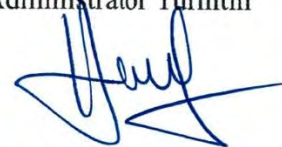
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Ginanjar Dwi Nugroho
NIM : 44522010056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communications

Dengan judul “Pendampingan Dan Optimalisasi Pembuatan Konten Digital Untuk Meningkatkan Jangkauan Penjualan Produk Hidroponik Komunitas GSG07”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 24 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 20%

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

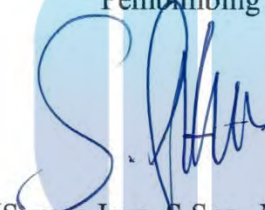
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : GINANJAR DWI NUGROHO
NIM : 44522010056
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pendampingan Dan Optimalisasi Pembuatan Konten
Digital Untuk Meningkatkan 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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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: 03011173

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 proposal skripsi ini yang berjudul **“Pendampingan dan Optimalisasi Pembuatan Konten Digital Untuk Meningkatkan Jangkauan Penjualan Hasil Budidaya Hidroponik Di Komunitas GSG07”**. Proposal ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan proposal 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. Ucapan terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta serta keluarga besar, yang selalu menjadi sumber doa, kasih

sayang, dan semangat yang tak pernah habis. Terima kasih atas cinta, kesabaran, dan dukungan tiada henti.

8. Penulis juga berterima kasih kepada rekan-rekan kerja sama program TAPN, Alfiansyah dan Surya Putra yang telah menjadi teman diskusi, berbagi ide, dan memberi semangat dalam setiap proses perjalanan akademik ini.
9. Tak lupa, penulis menyampaikan apresiasi kepada sahabat-sahabat terdekat, baik di lingkungan tempat tinggal maupun di lingkungan kampus, Febryan, Tanjung, Adam, Alana, Hegel, Farhan, Refriano, Nathaniel, Rava, Fajar, Diki, Pierre, yang telah memberikan dukungan moril, canda tawa, serta semangat dalam menjalani proses akademik hingga tahap 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 proposal Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis, komunitas GSG07, maupun pihak lain yang membacanya.

Jakarta, 20 Januari 2026

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Ginanjar Dwi Nugroho

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

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

Nama : Ginanjar Dwi Nugroho
NIM : 44522010056
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pendampingan Dan Optimalisasi Pembuatan Konten Digital Untuk Meningkatkan Jangkauan 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, 24 Februari 2026

Yang menyatakan,



(Ginanjar Dwi Nugroho)

**PENDAMPINGAN DAN OPTIMALISASI PEMBUATAN KONTEN
DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN PENJUALAN
PRODUK HIDROPONIK KOMUNITAS GSG07
GINANJAR DWI NUGROHO**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan strategi pemasaran pada berbagai sektor, termasuk pertanian perkotaan. Komunitas GSG07 merupakan kelompok urban farming di Kembangan Utara, Jakarta Barat, yang bergerak di bidang budidaya hidroponik namun masih menghadapi keterbatasan dalam pemasaran produk akibat rendahnya literasi digital dan belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi.

Kegiatan Tugas Akhir Peduli Negeri ini bertujuan untuk melakukan pendampingan dan optimalisasi pembuatan konten digital guna meningkatkan jangkauan penjualan hasil budidaya hidroponik Komunitas GSG07 melalui media sosial, khususnya Instagram dan Facebook. Metode pelaksanaan meliputi observasi, wawancara, pelatihan, dan pendampingan dalam perancangan konten visual, penulisan caption yang informatif dan persuasif, serta pemanfaatan fitur analitik media sosial untuk evaluasi kinerja konten.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan anggota komunitas dalam memproduksi dan mengelola konten digital secara mandiri, terbentuknya konsistensi identitas visual, serta meningkatnya jangkauan dan interaksi audiens pada akun media sosial GSG07. Pendampingan ini memberikan kontribusi positif dalam memperkuat kapasitas pemasaran digital dan mendukung keberlanjutan usaha hidroponik berbasis komunitas.

Kata kunci : pendampingan digital, konten media sosial, UMKM, hidroponik, *brand awareness*, Komunitas GSG07

***MENTORING AND OPTIMIZATION OF DIGITAL CONTENT CREATION
TO INCREASE SALES REACH OF HYDROPONIC CULTIVATION
PRODUCTS IN THE GSG07 COMMUNITY
GINANJAR DWI NUGROHO***

ABSTRACT

The development of digital technology has driven significant changes in marketing strategies across various sectors, including urban agriculture. The GSG07 Community is an urban farming group located in Kembangan Utara, West Jakarta, engaged in hydroponic cultivation. However, the community still faces limitations in product marketing due to low digital literacy and the underutilization of social media as a promotional tool.

This Community Service Final Project (Tugas Akhir Peduli Negeri) aims to provide assistance and optimize digital content creation to increase the sales reach of hydroponic products produced by the GSG07 Community through social media platforms, particularly Instagram and Facebook. The methods applied include observation, interviews, training sessions, and mentoring in visual content design, informative and persuasive caption writing, and the use of social media analytics features to evaluate content performance.

The results indicate an improvement in the community members' ability to independently produce and manage digital content, the establishment of consistent visual identity, and increased audience reach and engagement on the GSG07 social media accounts. This assistance program contributes positively to strengthening digital marketing capacity and supporting the sustainability of community-based hydroponic enterprises.

Keywords: *digital assistance, social media content, MSMEs, hydroponics, brand awareness, GSG07 Community*

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	vii
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	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	12
1.3. Solusi Masalah.....	12
1.4. Tujuan Pendampingan.....	13
1.5. Target Luaran.....	13
1.6. Manfaat Pendampingan	14
1.6.1. Manfaat praktis.....	14
1.6.2. Manfaat sosial	14
1.6.3. Manfaat akademis	15
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	17
2.1. Budidaya Hidroponik GSG07.....	17
2.2. Kompetitor.....	18
2.3. Profil Usaha	20
2.4. Sumber Daya Bahan Baku	20

2.5. Khalayak Sasaran	21
2.5.1. Segmentasi Demografis	21
2.5.2. Segmentasi Geografis.....	22
2.5.3. Segmentasi Psikografis	22
2.6. Peluang Usaha	23
2.7. SWOT.....	23
2.7.1. Keunggulan Produk (<i>Strengths</i>).....	23
2.7.2. Kelemahan Produk (<i>Weaknesses</i>).....	24
2.7.3. Peluang Produk (<i>Opportunities</i>)	24
2.7.4. Ancaman Produk (<i>Threats</i>)	25
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP.....	26
3.1. Penelitian Terdahulu.....	26
3.2. Rujukan Karya.....	32
3.3. Komunikasi Digital	35
3.4. Media Baru	37
3.5. Media Sosial.....	38
3.5.1. Instagram.....	40
3.5.2. Facebook	42
3.6. Konsep Konten Media Sosial	44
3.7. Produksi Konten Digital	45
3.8. Tipe - Tipe Konten	47
3.9. Elemen - elemen konten.....	49
3.10. Konsep Desain	51
3.10.1. Prinsip Dasar Konsep Desain.....	51
3.10.2. Teori <i>Visual Branding</i>	52
3.10.3. Prinsip – Prinsip Desain Grafis	53
3.10.4. Teori Identitas Visual.....	54
3.10.5. Palet Warna	55
3.10.6. Tipografi.....	56
3.11. Brand awareness	57
3.12. Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)	60

BAB IV METODE PELAKSANAAN	62
4.1. Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah.....	63
4.1.1. Observasi.....	63
4.1.2. Wawancara	64
4.1.3. Diskusi	64
4.2. Tahapan Kegiatan	65
4.2.1. Perencanaan.....	65
4.2.2. Pengelolaan	65
4.2.3. Pelatihan.....	65
4.2.4. Pendampingan	66
4.2.5. Masa Lepas Pendampingan.....	66
4.2.6. Evaluasi	66
4.3. Teknik Komunikasi.....	67
4.4. Konsep Perancangan	68
4.5. Bentuk-Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	68
4.6. Rencana Mitra Kerja.....	71
4.7. Publikasi.....	72
4.8. Anggaran Kegiatan	72
4.9. Jadwal Kegiatan	73
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....	74
5.1. Teknik Komunikasi.....	74
5.2. Gambaran Tahapan – Tahapan Pelaksanaan.....	75
5.2.1. Perencanaan.....	75
5.2.2. Pengelolaan	76
5.2.3. Pelatihan.....	77
5.2.4. Pendampingan	78
5.2.5. Masa Lepas Pendampingan.....	79
5.2.6. Evaluasi	79
5.3. Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	80
5.3.1. Hasil Kegiatan TAPN.....	80
5.3.2. Hasil Pencapaian Produksi Konten Instagram GSG07	87

5.3.3.	Hasil Evaluasi Akhir	90
5.4.	Analisis Kegiatan dan Potensi Keberlanjutan.....	95
5.4.1.	Analisis Kegiatan	95
5.4.2.	Kendala Yang Dihadapi.....	101
5.4.3.	Potensi Keberlanjutan	102
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
6.1.	Kesimpulan	106
6.2.	Saran	107
6.2.1.	Saran Akademis.....	107
6.2.2.	Saran Praktis	108
DAFTAR PUSTAKA.....		109
LAMPIRAN.....		113



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rujukan Tinjauan Pustaka	28
Tabel 4.1 Perancangan tahapan kerja produksi konten	62
Tabel 4.2 Tabel KPI.....	70
Tabel 4.3 Rencana Publikasi	72
Tabel 4.4 Perancangan Anggaran Kegiatan	72
Tabel 4.5 Perancangan Jadwal Kegiatan	73
Tabel 5.1 Perbandingan Konten	85
Tabel 5.2 Analisis Kegiatan.....	95
Tabel 5.3 Perbandingan Penjualan	103



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial Indonesia	6
Gambar 1.2 Data Demografi Audiens	7
Gambar 2.1 Komunitas GSG07	17
Gambar 2.2 Jarak Kompetitor Komunitas GSG07	19
Gambar 2.3 Jarak Kompetitor Komunitas GSG07	19
Gambar 2. 4 Data Segmentasi Konsumsi Sayur	21
Gambar 3.1 Rujukan Karya.....	33
Gambar 3.2 Rujukan Karya.....	34
Gambar 3.3 Bagan Brand Awareness	59
Gambar 5.1 Kegiatan Wawancara Awal.....	76
Gambar 5.2 Kegiatan Pengelolaan.....	77
Gambar 5.3 Kegiatan Pelatihan.....	78
Gambar 5. 4 Kegiatan Pendampingan.....	78
Gambar 5.5 Konten Informasi.....	81
Gambar 5.6 Konten Interaktif	81
Gambar 5.7 Konten Promosi.....	81
Gambar 5.8 Konten Edukatif	81
Gambar 5.9 Pemilihan Warna	82
Gambar 5.10 Pemilihan Font	82
Gambar 5.11 Media Publikasi.....	86
Gambar 5.12 Konten Informatif.....	87
Gambar 5.13 Konten Promosi.....	88
Gambar 5.14 Konten Hiburan	88
Gambar 5.15 Konten Interaktif	89
Gambar 5.16 Konten Edukatif	89
Gambar 5.17 Konten Masa Lepas Damping	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata (Ketua, Anggota dan Dosen Pendamping).....	113
Lampiran 2 Anggaran Kegiatan	114
Lampiran 3 Surat Pernyataan Kesediaan Mitra	115
Lampiran 4 Denah Lokasi Kegiatan	116
Lampiran 5 Dokumentasi.....	116
Lampiran 6 Bahan Presentasi.....	118
Lampiran 7 Desain Banner Kegiatan	118
Lampiran 8 Konten Digital	119
Lampiran 9 Bukti Publikasi di Media Massa	120
Lampiran 10 <i>Curicullum Vitae</i>	121

