



**PENDAMPINGAN DAN PENGELOLAAN KONTEN
MEDIA SOSIAL PADA UMKM “WARKOP MOKIN”
DALAM OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI
SARANA PROMOSI PERIODE AGUSTUS - JAUNARI**

PROPOSAL TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Rifaldy Kaesar Abrar

44522010006

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



**PENDAMPINGAN DAN PENGELOLAAN KONTEN
MEDIA SOSIAL PADA UMKM “WARKOP MOKIN”
DALAM OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI
SARANA PROMOSI PERIODE AGUSTUS - JAUNARI**

PROPOSAL TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata
1 (S-1)**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Rifaldy Kaesar Abrar
44522010006

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rifaldy Kaesar Abrar

NIM : 44522010006

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Digital Communication*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul “ Pendampingan dan Pengelolaan Konten Media Sosial Pada UMKM “Warkop Mokin” Dalam Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Selama Empat Bulan”, adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir tersebut bukan merupakan duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan *plagiarism*, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan tugas akhir dari awal.

Jakarta, 21 Februari 2026



(Rifaldy Kaesar Abrar)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Rifaldy Kaesar Abrar
NIM : 44522010006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication

Dengan judul “PENDAMPINGAN DAN PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL PADA UMKM “WARKOP MOKIN” DALAM OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI PERIODE AGUSTUS - JANUARI” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 24 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 29%

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

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini dilakukan oleh:

Nama : Rifaldy Kaesar Abrar
NIM : 44522010006
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : *Digital Communication*
Judul TAPN : “Pendampingan dan Pengelolaan Konten Media Sosial Pada UMKM “Warkop Mokin” Dalam Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Selama Empat Bulan”

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



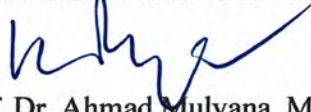
Gustina Romaria, S.Sos., M.Si

NIDN/NUPTK: 0324037503

Jakarta, 21 Februari 2026

Mengetahui,

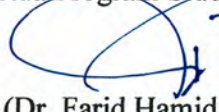
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis proposal yang berjudul : ” Pendampingan dan Pengelolaan Konten Media Sosial Pada UMKM “Warkop Mokin” Dalam Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Selama Empat Bulan” dapat terselesaikan pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan proposak ini adalah untuk memenuhi Tugas Akhir Peduli Negeri. Untuk itu disini saya ingin mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu Gustina Romaria, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi dalam penyusunan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Melly Ridaryani M. Soc. Sc, Ph. D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Andi Pajolloi Bate, MA selaku Sekretaris Bidang Studi Digital Communication Universitas Mercu Buana, yang sudah memberikan dukungan dan arahan selama kegiatan Tugas Akhir berlangsung.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan segala dukungan dan motivasi untuk peneliti menuju sarjana.
7. Seluruh Staf Tata Usaha (TU) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bantuan dan kerja sama dalam pemenuhan dokumen atau surat-surat yang dibutuhkan peneliti untuk Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri.
8. Terimakasih kepada Bapak saya Pangestu dan Ibu saya Sumarmi atas dukungan moral, motivasi, dan kasih sayang yang tak pernah berhenti

selama pendidikan saya. Terimakasih atas doa, semangat, dan pengorbanan yang telah diberikan. Saya berharap hasil penelitian ini dapat menjadi kebanggaan bagi kita semua.

9. Terimakasih kepada kakak perempuan saya Rintan Fauziyyah Alya, S.Psi., M.Psi yang telah memberikan semangat dan dorongan kepada penulis
10. Kak Bintang selaku pemilik UMKM Warkop Mokin, pendamping dan tim mengucapkan terimakasih karena telah bersedia untuk bekerja sama dalam kegiatan pendampingan tugas akhir peduli negeri ini.
11. Teman-teman seperjuangan tim TAPN Warkop Mokin yang telah berjuang bersama pendamping yaitu Alief Purnama Akbar dan Aghnat Ghassan.
12. Seluruh mahasiswa/i Digicomm 2022 yang tidak bisa pendamping sebutkan satu persatu, terimakasih telah memberi masukan, saran, dan nasihat kepada pendamping selama menjalankan kegiatan maupun laporan tugas akhir peduli negeri ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan laporan akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat menjadi referensi yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Februari 2026

Rifaldy Kaesar Abrar

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Rifaldy Kaesar Abrar

NIM : 44522010006

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Pendampingan dan Pengelolaan Konten Media Sosial Pada UMKM “Warkop Mokin” Dalam Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Selama Empat Bulan

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Februari 2026

Yang menyatakan,



(Rifaldy Kaesar Abrar)

**PENDAMPINGAN DAN PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL
PADA UMKM “WARKOP MOKIN” DALAM OPTIMALISASI MEDIA
SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI SELAMA EMPAT BULAN**

RIFALDY KAESAR ABRAR

ABSTRAK

Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, menjadi strategi penting bagi UMKM dalam meningkatkan promosi di era digital. UMKM Warkop Mokin masih menghadapi kendala dalam memproduksi konten yang kreatif, konsisten, dan terarah, sehingga pemanfaatan media sosial belum optimal. Melalui kegiatan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN), dilakukan pendampingan dan pelatihan produksi konten digital untuk meningkatkan visibilitas, interaksi *audiens*, dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Pendampingan diawali dengan pemetaan kondisi UMKM Warkop Mokin yang meliputi profil usaha, karakteristik produk, target *audiens*, kondisi media sosial, serta analisis kompetitor dan SWOT sebagai dasar perancangan strategi konten yang sesuai. Landasan teori yang digunakan mencakup komunikasi digital, media sosial, Instagram, konten digital, *brand awareness*, serta peran *content creator* dan *social media specialist* dalam penyusunan *content plan*.

Metode pelaksanaan TAPN meliputi observasi, wawancara, perencanaan, pengelolaan konten, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi yang dirancang secara sistematis. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kualitas dan variasi konten Instagram, keterlibatan mitra dalam produksi konten, serta peningkatan *engagement*. Pendampingan ini terbukti mampu meningkatkan pemahaman mitra dalam mengelola media sosial dan membuka peluang pengembangan promosi UMKM secara lebih optimal dan berkelanjutan.

Kata kunci : media sosial, Instagram, UMKM, pendampingan, konten digital, *brand awareness*.

MENTORING AND MANAGEMENT OF SOCIAL MEDIA CONTENT FOR THE UMKM "WARKOP MOKIN" IN OPTIMIZING SOCIAL MEDIA AS A MEANS OF PROMOTION DURING FOUR MONTHS

RIFALDY KAESAR ABRAR

ABSTRACT

The use of social media, particularly Instagram, has become an important promotional strategy for Micro, Small, and Medium Enterprises in the digital era. Warkop Mokin faces challenges in producing creative, consistent, and well directed content, resulting in suboptimal utilization of social media for promotion. Through the Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) program, this study conducted mentoring and training in digital content production to increase visibility, audience interaction, and sustainable business growth.

The mentoring process began with an analysis of Warkop Mokin business profile, product characteristics, target audience, social media conditions, as well as competitor and SWOT analysis as the basis for developing an appropriate content strategy. The theoretical framework includes digital communication, social media, Instagram, digital content, brand awareness, and the roles of content creators and social media specialist in developing a structured content plan.

The TAPN implementation method consisted of observation, interview, planning, content management, training, mentoring, and evaluation conducted systematically. The results show an improvement in the quality and variety of Instagram content, increases partner involvement in content production, and higher audience engagement. This mentoring program proved effective in enhancing the partner's understanding of digital content strategy and provided opportunities for more optimal and sustainable promotion.

Keywords : *social media, Instagram, mentoring, digital content, brand awareness.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SIMILARITY CHECK	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	10
1.3 Solusi Permasalahan Mitra	10
1.4 Tujuan.....	11
1.5 Target Luaran	11
1.6 Manfaat.....	11
1.6.1 Manfaat Akademis.....	12
1.6.2 Manfaat Praktis	12
1.7 Kompetitor.....	12
1.7.1 Konten Kompetitor	13
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	14
2.1 UMKM Warkop Mokin.....	14
2.1.1 Visi dan Misi.....	15
2.2 Profil Usaha	16

2.2.1 Atribut Produk	17
2.2.2 Harga dan Kualitas.....	18
2.2.3 Kategori Produk.....	19
2.3 Gambaran Media Sosial	19
2.4 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	20
2.5 Khalayak Sasaran	21
2.5.1 Mitra.....	21
2.5.2 Target Market	21
2.5.3 Taget <i>Audiens</i>	21
2.5.4 Segmentasi Demografi dalam Menentukan Khalayak Sasaran	22
2.5.5 Segmentasi Geografi.....	22
2.6 SWOT	22
2.6.1 Kekuatan (<i>Strengths</i>)	22
2.6.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	23
2.6.3 Peluang (<i>Opportunities</i>).....	23
2.6.4 Ancaman (<i>Threats</i>)	23
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	24
3.1 Rujukan Karya.....	24
3.1.1 Toko Kopi Manusia	24
3.1.2 Warkop Polim.....	25
3.1.3 Warkop Selatan Bintaro.....	26
3.2 Komunikasi Digital	28
3.3 New Media	28
3.4 Media Sosial	29
3.4.1 Manfaat Media Sosial	30
3.5. Content Plan	31
3.6 Instagram	32
3.6.1 Kelebihan dan Kekurangan Instagram.....	32
3.7 Social Media Specialist	33
3.8 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	33
3.9 Konten	35

3.9.1 Jenis-Jenis Konten Digital	35
3.9.2 Kategori Konten Media Sosial.....	36
3.10 UMKM	37
BAB IV HASIL YANG DICAPAI & POTENSI KEBERLANJUTAN	40
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	41
4.1.1 Observasi	41
4.1.2 Wawancara.....	41
4.1.3 Diskusi	42
4.2 Tahapan Kegiatan	42
4.2.1 Perencanaan	42
4.2.2 Pengelolaan.....	42
4.2.3 Pelatihan.....	43
4.2.4 Pendampingan.....	43
4.2.5 Masa Lepas Pendampingan	44
4.2.6 Evaluasi.....	44
4.3 Konsep Perancangan.....	44
4.4 Bentuk-Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan	45
4.5 Rencana Mitra Kerja.....	45
4.6 Rencana Publikasi	47
4.7 Anggaran Kegiatan	49
4.8 Jadwal Kegiatan.....	49
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Teknik Komunikasi	51
5.2 Gambaran Tahapan – Tahapan Pelaksanaan	51
5.2.1 Perencanaan	51
5.2.2 Pengelolaan.....	52
5.2.3 Pelatihan.....	53
5.2.4 Pendampingan.....	54
5.2.5 Tahap Masa Lepas Pendampingan	55
5.2.6 Evaluasi.....	56
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	56

5.3.1 Hasil Kegiatan TAPN	57
5.3.2 Hasil pencapaian produksi konten Instagram Warkop Mokin.....	70
5.3.3 Hasil Evaluasi Akhir.....	74
5.4 Analisa Kegiatan, Kendala dan Potensi Berkelanjutan	75
5.4.1 Analisa Kegiatan.....	75
5.4.2 Kendala yang dihadapi.....	76
5.4.3 Potensi Keberlanjutan	76
BAB VI LAMPIRAN	78
6.1 Kesimpulan.....	78
6.2 Saran	78
6.2.1 Saran Akademis	78
6.2.2 Saran Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kondisi Digital Indonesia	3
Gambar 1. 2 Profile Warkop Mokin	7
Gambar 1. 3 Instagram Warung Kopi Lovers	12
Gambar 1. 4 Google Maps Kompetitor (Warung Kopi Lovers)	13
Gambar 1. 5 Konten Komperitor	13
Gambar 2. 1 Alamat Warkop Mokin	14
Gambar 2. 2 Logo Warkop Mokin	16
Gambar 2. 3 Menu Makanan Warkop Mokin	18
Gambar 2. 4 Bio Instagram Warkop Mokin	19
Gambar 2. 5 Feeds Instagram Warkop Mokin	20
Gambar 3. 1 Instagram Toko Kopi Manusia	24
Gambar 3. 2 Konten Media Sosial yang Paling Sering Diakses Warga Indonesia	36
Gambar 5. 1 Dokumentasi bersama Owner	52
Gambar 5. 2 Kegiatan Pengelolaan	53
Gambar 5. 3 Kegiatan Pelatihan	54
Gambar 5. 4 Hasil Lepas Pendampingan	55
Gambar 5. 5 Konten Sebelum Pendampingan	57
Gambar 5. 6 Desain Konten Promosi	58
Gambar 5. 7 Desain Konten Promosi	58
Gambar 5. 8 Desain Konten Informatif	58
Gambar 5. 9 Desain Konten Hiburan	58
Gambar 5. 10 Pemilihan Warna	59
Gambar 5. 11 Pemilihan Font	60
Gambar 5. 12 Metode Konsep Video Promosi	61
Gambar 5. 13 Konsep Desain Promosi	61
Gambar 5. 14 Media Publikasi	69
Gambar 5. 15 Konten Informasi Event	70
Gambar 5. 16 Konten Promosi	71
Gambar 5. 17 Konten Hiburan	72

Gambar 5. 18 Konten Kolaborasi 73
Gambar 5. 19 Konten Masa Lepas Damping 77



DAFTAR TABEL

Table 4. 1 Tahapan Kerja	41
Table 4. 2 Indikator Keberhasilan	46
Table 4. 3 Creative Brief	47
Table 4. 4 Rencana Publikasi	48
Table 4. 5 Anggaran Kegiatan	49
Table 4. 6 Jadwal kegiatan	50
Table 5. 1 Perbandingan Konten	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata (Ketua, Anggota dan Dosen Pendamping).....	83
Lampiran 2. Anggaran Kegiatan	84
Lampiran 3. Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas	85
Lampiran 4. Surat Pernyataan Kesediaan dari Mitra	86
Lampiran 5. Denah Lokasi Kegiatan	87
Lampiran 6. Dokumentasi.....	88
Lampiran 7. Materi.....	89
Lampiran 8. Konten Digital	90
Lampiran 9. Curriculum Vitae	91

