



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENDAMPINGAN DAN PENGELOLAAN ANALISIS MEDIA SOSIAL
PADA UMKM “WARKOP MOKIN” DALAM OPTIMALISASI MEDIA
SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM PERIODE AGUSTUS
SAMPAI JANUARI**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Aghnat Ghassan
44522010066**

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENDAMPINGAN DAN PENGELOLAAN ANALISIS MEDIA SOSIAL
PADA UMKM “WARKOP MOKIN” DALAM OPTIMALISASI MEDIA
SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM PERIODE AGUSTUS
SAMPAI JANUARI**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Aghnat Ghassan
44522010066**

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aghnat Ghassan

NIM : 44522010066

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pendampingan dan Pengelolaan Analisis Media Sosial pada UMKM *Warkop Mokin* dalam Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Promosi Selama Empat Bulan” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apa pun, serta tidak melanggar hukum atau hak pihak mana pun.

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, serta siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 21 Februari 2026



Aghnat Ghassan

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Aghnat Ghassan
NIM : 44522010066
Program Studi : Digital Communication
Bidang Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “ PENDAMPINGAN DAN PENGELOLAAN ANALISIS MEDIA SOSIAL PADA UMKM “WARKOP MOKIN” DALAM OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM PERIODE AGUSTUS SAMPAI JANUARI ” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 23 Februari 2026 ,didapatkan nilai persentase sebesar 11% Overall Similarity.

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 : Aghnat Ghassan

NIM : 44522010066

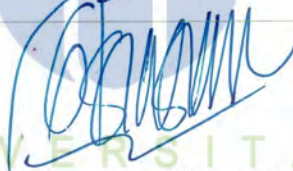
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : *Pendampingan dan Pengelolaan Analisis 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 Ilmu Komunikasi 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

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

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) yang berjudul *“Pendampingan dan Pengelolaan Analisa Media Sosial pada UMKM Warkop Mokin dalam Optimalisasi Media Sosial Promosi Selama Empat Bulan”*. TAPN ini dapat terselesaikan dengan sebaik mungkin dan tepat waktu. Dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung selama proses penyusunan laporan ini:

1. Ibu Gustina Romaria, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi dalam penyusunan laporan TAPN 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, atas dukungan dan arahan selama kegiatan TAPN berlangsung.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu, motivasi, dan dukungan kepada penulis.
7. Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu dalam pemenuhan dokumen dan administrasi.
8. Kedua orang tua saya, Ali Haikal dan Avisena Riviani, atas doa, semangat, kasih sayang, dan pengorbanan yang tiada henti.
9. Kedua kakak saya, Dhaifina Iftinan dan Muhammad Qistan yang selalu memberi dorongan dan semangat.

10. Kak Bintang selaku pemilik UMKM Warkop Mokin, yang telah bersedia bekerja sama dalam kegiatan pendampingan TAPN ini.
11. Rekan seperjuangan tim TAPN Warkop Mokin, yaitu Alief Purnama Akbar dan Rifaldy Kaesar Abrar, yang telah berjuang bersama dalam pelaksanaan TAPN.
12. Seluruh mahasiswa/i Digicomm 2022 yang telah memberikan masukan, saran, dan dukungan selama kegiatan berlangsung.

Saya berharap hasil TAPN ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menambah wawasan mengenai analisis media sosial, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Saya menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi kebanggaan bagi semua pihak yang terlibat.

Jakarta, 21 Februari 2026

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Aghnat Ghassan

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

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

Nama : Aghnat Ghassan
NIM : 44522010066
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Digital Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pendampingan dan Pengelolaan Analisis 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.

Jakarta, 21 Februari 2026

2026 Yang menyatakan,



(Aghnat Ghassan)

**PENDAMPINGAN DAN PENGELOLAAN ANALISIS MEDIA SOSIAL
PADA UMKM “WARKOP MOKIN” DALAM OPTIMALISASI MEDIA
SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM PERIODE AGUSTUS
SAMPAI JANUARI**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi dan media sosial memberikan peluang besar bagi UMKM dalam meningkatkan efektivitas promosi dan membangun *brand awareness*. Instagram menjadi *platform* strategis yang mampu menjangkau audiens secara luas dan interaktif. UMKM Warkop Mokin masih menghadapi kendala berupa keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya konsistensi konten, serta belum diterapkannya strategi promosi berbasis data, sehingga diperlukan pendampingan dalam pengelolaan media sosial.

UMKM Warkop Mokin merupakan usaha kuliner yang menasar kalangan remaja hingga dewasa dengan konsep tempat nongkrong yang nyaman dan harga terjangkau. Lokasi strategis dan variasi produk menjadi kekuatan utama usaha ini, namun pemanfaatan media sosial belum optimal. Analisis kondisi usaha menunjukkan adanya potensi besar untuk pengembangan promosi digital yang sesuai dengan karakteristik target pasar.

Landasan teori yang digunakan meliputi komunikasi digital, media sosial, *digital marketing*, *brand awareness*, *engagement*, serta peran *Social Media Analyst*. Konsep-konsep tersebut menjadi dasar dalam perancangan strategi pengelolaan media sosial berbasis data dengan memanfaatkan fitur Instagram Insight untuk meningkatkan efektivitas konten dan interaksi audiens.

Pelaksanaan kegiatan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) dilakukan melalui metode observasi, wawancara, diskusi, pelatihan, dan pendampingan langsung dalam pengelolaan media sosial Instagram. Tahapan kegiatan meliputi perencanaan konten, pelatihan *analisis insight*, pendampingan berkelanjutan, serta evaluasi kinerja media sosial secara berkala.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terhadap pengelolaan media sosial berbasis data. Analisis performa konten, *engagement*, dan pertumbuhan pengikut menunjukkan perkembangan positif, meskipun masih terdapat kendala berupa fluktuasi jumlah pengikut akibat riwayat pembelian *follower* sebelumnya. Strategi konten yang terarah dan evaluasi rutin mampu meningkatkan interaksi audiens serta efektivitas promosi digital UMKM Warkop Mokin.

Kata Kunci: media sosial, Instagram, UMKM, engagement, promosi digital

**THE MENTORING AND MANAGEMENT OF SOCIAL MEDIA
ANALYSIS FOR UMKM “WARKOP MOKIN” IN OPTIMIZING SOCIAL
MEDIA AS A PROMOTIONAL MEDIUM DURING THE PERIOD OF
AUGUST TO JANUARY**

ABSTRACT

The development of communication technology and social media provides significant opportunities for MSMEs to enhance promotional effectiveness and build brand awareness. Instagram has become a strategic platform capable of reaching audiences widely and interactively. However, Warkop Mokin faces challenges such as limited human resources, inconsistent content production, and the absence of data-driven promotional strategies, which necessitate social media management assistance.

Warkop Mokin is a culinary MSME targeting teenagers to adults with an affordable and comfortable hangout concept. Its strategic location and product variety are key strengths, while social media utilization remains under-optimized. Business condition analysis indicates strong potential for digital promotion aligned with the target market characteristics.

The theoretical framework includes digital communication, social media, digital marketing, brand awareness, engagement, and the role of a Social Media Analyst. These concepts serve as the foundation for designing data-driven social media management strategies by utilizing Instagram Insight to improve content performance and audience interaction.

The Community Engagement Final Project (TAPN) was implemented through observation, interviews, discussions, training, and direct assistance in managing Instagram social media. The activities included content planning, insight analysis training, continuous mentoring, and periodic evaluation of social media performance.

The results indicate an improvement in the partner's understanding of data-driven social media management. Content performance, engagement, and follower growth showed positive trends despite challenges related to follower fluctuations caused by previous follower purchases. Strategic evaluation contributed to increased audience interaction and digital promotion effectiveness.

Keywords: social media, Instagram, MSMEs, engagement, digital promotion

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	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 GAMBAR	xiv
DAFTAR TABLE.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan Mitra	11
1.3 Solusi Permasalahan Mitra	12
1.4 Tujuan.....	12
1.5 Target Luaran.....	13
1.6 Manfaat.....	13
1.6.1 Manfaat Akademis.....	13
1.6.2 Manfaat Praktis	13
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	14
2.1 UMKM Warkop Mokin.....	14
2.1.1 Visi dan Misi.....	15
2.2 Kompetitor.....	16
2.3 Profil Usaha	17
2.3.1 Atribut Produk	18

2.3.2 Harga dan Kualitas.....	19
2.3.3 Kategori Produk.....	19
2.4 Gambaran Media Sosial.....	20
2.5 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	21
2.6 Khalayak Sasaran.....	22
2.6.1 Mitra.....	22
2.6.2 Target Market.....	22
2.6.3 Target Audiens.....	22
2.6.4 Segmentasi Demografi dalam Menentukan Khalayak Sasaran	23
2.6.5 Segmentasi Geografi.....	23
2.7 SWOT.....	23
2.7.1 Kekuatan (<i>Strengths</i>).....	23
2.7.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	24
2.7.3 Peluang (<i>Opportunities</i>).....	24
2.7.4 Ancaman (<i>Threats</i>).....	24
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	25
3.1 Rujukan Karya.....	25
3.1.1 Toko Kopi Manusia	25
3.1.2 Warkop Polim	27
3.1.3 Warkop Selatan Bintaro.....	28
3.2 Komunikasi Digital.....	29
3.3 New Media	29
3.4 Media Sosial	30
3.4.1 Manfaat Media Sosial	31
3.5 Media Promosi.....	32
3.5.1 Media Utama.....	32
3.5.2 Media Tambahan	36
3.6 Social Media Specialist	36
3.7 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	37
3.8 Social Media Analyst.....	37
3.9 Social Blade.....	38

3.10 Spread Sheet	39
3.11 Engagement Dan Reach.....	39
3.12 UMKM	40
BAB IV METODE PELAKSANAAN	41
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan	42
4.1.1 Observasi.....	42
4.1.2 Wawancara.....	42
4.1.3 Diskusi	42
4.2 Tahapan Kegiatan	43
4.2.1 Perencanaan	43
4.2.2 Pengelolaan	43
4.2.3 Pelatihan.....	44
4.2.4 Pendampingan.....	44
4.2.5 Masa Lepas Pendampingan.....	44
4.2.6 Evaluasi.....	45
4.3 Teknik Komunikasi	45
4.4 Konsep Perancangan.....	45
4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan	46
4.6 Rencana Mitra Kerja.....	47
4.7 Media Brief.....	47
4.8 Rencana Publikasi.....	49
4.9 Anggaran Kegiatan	50
4.10 Jadwal Kegiatan.....	50
BAB V HASIL PENELITIAN.....	52
5.1 Teknik Komunikasi	52
5.2 Gambaran Tahap-tahapan Pelaksanaan	52
5.2.1 Tahap Perencanaan	53
5.2.2 Tahap pengelolaan	53
5.2.3 Tahapan Pelatihan.....	54
5.2.4 Tahapan Pendampingan	55
5.2.5 Tahapan Pelepasan.....	56

5.2.6 Tahapan Evaluasi	56
5.3 Hasil Kegiatan	57
5.3.1 Menganalisis konten	57
5.3.2 Analisa Konten Ads	83
5.3.3 kolaborasi bersama content creator.....	85
5.3.4 Neon Light	89
5.3.5 Event Tournament.....	90
5.3.6 Paket Promo dan Bundling	92
5.3.7 Engagement Rate	93
5.3.8 Follower growth.....	98
5.3.9 Hasil Evaluasi	99
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan	106
5.4.1 Analisis Kegiatan	106
5.4.2 Hasil Indikator Keberhasilan	110
5.4.3 Kendala Selama Kegiatan	110
5.4.4 Solusi dari Kendala.....	111
5.4.5 Potensi Keberlanjutan	111
5.4.6 Before After	111
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	114
6.1 Kesimpulan.....	114
6.2 Saran	115
6.2.1 Saran Akademis	115
6.2.2 Saran Praktis	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Media Sosial di Indonesia (2026).....	4
Gambar 1. 2 Pengguna Instagram di Indonesia (2026).....	5
Gambar 1. 3 Profile Warkop Mokin (2025).....	7
Gambar 1. 4 Konten Warkop Mokin (2025).....	10
Gambar 2. 1 Alamat Warkop Mokin.....	14
Gambar 2. 3 Logo Warkop Mokin.....	17
Gambar 2. 4 Menu Makanan Warkop Mokin	19
Gambar 2. 5 Bio Instagram Warkop Mokin.....	20
Gambar 2. 6 Feeds Instagram Warkop Mokin	21
Gambar 3. 1 Instagram Toko Kopi Manusia.....	26
Gambar 5. 1 Foto Bersama Owner Warkop Mokin	53
Gambar 5. 2 Pelatihan Kepada Owner Warkop Mokin	55
Gambar 5. 3 Insight Feeds Pertama	58
Gambar 5. 4 Insight Feeds Kedua.....	59
Gambar 5. 5 Insight Feeds Ketiga.....	60
Gambar 5. 6 Insight Feeds Keempat.....	61
Gambar 5. 7 Insight feeds kelima	62
Gambar 5. 8 Insight feeds ke enam.....	63
Gambar 5. 9 Insight feeds promosi tournament.....	64
Gambar 5. 10 Insight reels Pertama	65
Gambar 5. 11 Insight feeds kedua.....	66
Gambar 5. 12 Insight reels ketiga	67
Gambar 5. 13 Insight reels ke-empat	68
Gambar 5. 14 Insight reels kelima	69
Gambar 5. 15 Insight reels ke-enam	70
Gambar 5. 16 Insight reels ketujuh	71
Gambar 5. 17 Insight reels kedelapan	72
Gambar 5. 18 Insight reels kesembilan.....	73
Gambar 5. 19 Insight reels ke sepuluh.....	74

Gambar 5. 20 Insight reels ke-sebelas.....	75
Gambar 5. 21 Insight reels ke-dua belas	76
Gambar 5. 22 Insight reels ke-tiga belas.....	77
Gambar 5. 23 Insight reels ke-empat belas	78
Gambar 5. 24 Insight reels ke-lima belas.....	79
Gambar 5. 25 Insight ke-enam belas.....	80
Gambar 5. 26 Insight ke-tujuh belas	81
Gambar 5. 27 Insight ke-delapan belas	82
Gambar 5. 28 Insight ads pertama.....	83
Gambar 5. 29 Insight ads kedua.....	84
Gambar 5. 30 profile influencer	85
Gambar 5. 31 Insight reels kolaborasi Bersama influencer	88
Gambar 5. 32 Sebelum Memakai Neon Light	89
Gambar 5. 33 Setelah Pemasangan Neon Light.....	90
Gambar 5. 34 Pemenang Tournament Warkop Mokin	91
Gambar 5. 35 Promo Kemerdekaan.....	92
Gambar 5. 36 promo bundling	93
Gambar 5. 37 laporan tabel januari	97
Gambar 5. 38 Laporan tabel follower growth.....	98
Gambar 5. 39 Hasil jawaban responden Jenis kelamin.....	102
Gambar 5. 40 Hasil jawaban responden domisili.....	102
Gambar 5. 41 Hasil jawaban responden kelompok usia	103
Gambar 5. 42 Hasil jawaban responden dari mana anda mengenal @warkopmokin	104
Gambar 5. 43 Hasil jawaban responden apakah anda tertarik untuk membeli produk setelah melihat konten @warkopmokin	105
Gambar 5. 44 Hasil jawaban responden apakah anda tertarik dengan konten @warkopmokin.....	106

DAFTAR TABLE

Table 4. 1 Tahapan Kerja (2025)	42
Table 4. 2 Indikator Keberhasilan (2025)	47
Table 4. 3 Rencana Publikasi (2025)	50
Table 4. 4 Anggaran Kegiatan (2025).....	50
Table 4. 5 Jadwal Kegiatan (2025)	51
Table 5. 1 analisa kegiatan (2025)	109



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata (Ketua, Anggota, dan Dosen Pendamping).....	118
Lampiran 2 Anggaran Kegiatan	119
Lampiran 3 Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas	120
Lampiran 4 Surat Pernyataan Kesediaan dari Mitra	121
Lampiran 5 Denah Lokasi Kegiatan	122
Lampiran 6 Dokumentasi	123
Lampiran 7 Bahan Presentasi.....	124
Lampiran 8 Dokumentasi Event Turnament Mobile Legends.....	126
Lampiran 9 Bukti Publikasi di Media Massa	126
Lampiran 10 Curriculum Vitae	129

