

**OPTIMALISASI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM
TOKO KUE MPOK RUKIAH DI KOTA JAKARTA BARAT
(BERDASARKAN PERSPEKTIF *CONTENT CREATOR*)**

PROYEK SOSIAL MEDIA MANAJEMEN



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Anindya Ardaneswari
NIM : 43122010378

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026

**OPTIMALISASI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM
TOKO KUE MPOK RUKIAH DI KOTA JAKARTA BARAT
(BERDASARKAN PERSPEKTIF *CONTENT CREATOR*)**

**Proyek Media Sosial Manajemen Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Gelar Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Anindya Ardaneswari
NIM : 43122010378**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anindya Ardaneswari

NIM : 43122010394

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa proyek media sosial ini adalah murni hasil karya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing. Apabila kami mengutip dari hasil karya orang lain, maka kami akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya dan tim bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Februari 2026



Anindya Ardaneswari

43122010378

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Anindya Ardaneswari
NIM : 43122010378
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Toko Kue Mpok Rukiah di Kota Jakarta Barat (Berdasarkan Perspektif Content Creator)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 08 April 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si
NIDN/NUPTK: 0426118302

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-05266359



Scan QR or [click here](#) to
Verification

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : ANINDYA ARDANESWARI
NIM : 43122010378
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : OPTIMALISASI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA UMKM TOKO KUE MPOK RUKIAH DI KOTA JAKARTA BARAT (BERDASARKAN PERSPEKTIF CONTENT CREATOR)
Hasil Pengecekan Turnitin : 16%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **16%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 July 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Juli/11/0000001096/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Anindya Ardaneswari
NIM : 43122010378
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis
Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Toko Kue Mpok Rukiah di Kota Jakarta Barat (Berdasarkan Perspektif Content Creator)

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, 13 Juli 2026

Yang menyatakan,



Anindya Ardaneswari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan media sosial dalam meningkatkan *brand awareness* UMKM Toko Kue Mpok Rukiah di Kota Jakarta Barat. Sebelum dilaksanakannya proyek UMKM belum memanfaatkan media sosial secara strategis sehingga jangkauan pasar dan visibilitas masih terbatas. Metode yang digunakan Adalah model perencanaan SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactic, Action, Control*) yang didukung analisis SWOT untuk mengidentifikasi kondisi eksternal dan internal usaha. Strategi yang diterapkan meliputi *segmenting, targeting, dan positioning* (STP) serta penerapan konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dalam perencanaan konten. Optimalisasi dilakukan melalui pemanfaatan platform *Instagram* dan *Tiktok*, pembuatan identitas visual, produksi konten yang terstruktur hingga evaluasi performa *insight* media sosial. Hasil menunjukkan adanya peningkatan jangkauan, keterlibatan audiens, serta penguatan citra merek secara digital. Dengan demikian, pengelolaan media sosial yang terencana dan konsisten terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan *brand awareness* di era digital.

Kata kunci: Media Sosial, UMKM, Kreator Konten, Identitas Brand, Strategi Digital, SOSTAC.



ABSTRACT

This study aims to optimize social media management in increasing brand awareness of Toko Kue Mpok Rukiah MSME in West Jakarta. Prior to the implementation of the project, MSMEs had not utilized social media strategically, resulting in limited market reach and visibility. The method used is SOSTAC planning model (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control), supported by SWOT analysis to identify the external and internal conditions of the business. The strategies implemented include segmenting, targeting, positioning (STP) as well as the application of the AIDA concept (Attention, Interest, Desire, Action) in content planning. Optimization was carried out through the utilization of Instagram and TikTok platforms, the creations of visual identity, the production of structured content, and the evaluation of social media performance insight. The results show an increase in each audience engagement, and strengthening of the brand image digitally. Thus, planned and consistent social media management has proven to be effective in expanding market reach and increasing brand awareness in this digital era.

Keywords: Social Media, MSME, Content Creator, Brand Identity, Digital Strategy, SOSTAC.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi proyek tugas akhir yang berjudul “Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Toko Kue Mpok Rukiah di Kota Jakarta Barat (Berdasarkan Perspektif Content Creator)”.

Proyek ini merupakan bagian dari proses akademik dalam program Tugas Akhir berbasis Proyek Media Sosial sebagai salah satu bentuk alternatif skripsi di Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana. Penulis menyusun skripsi ini berdasarkan peran sebagai content creator dalam proyek, dengan harapan dapat memberikan kontribusi nyata kepada UMKM mitra dalam meningkatkan brand awareness melalui pengelolaan media sosial yang optimal.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah menerima banyak bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang berharga selama proses penyusunan proposal ini.
2. Bapak Dicky Firdaus, S.Kom., M.M., selaku dosen pengampu mata kuliah Metodologi Penelitian, yang telah memberikan dasar pengetahuan serta arahan dalam penyusunan proposal ini.

3. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Kedua orang tua tercinta dan keluarga atas cinta, doa, dan dukungan yang tiada henti dalam menemani setiap proses perjuangan akademik ini.
7. Tim proyek media sosial dan UMKM Toko Kue Mpok Rukiah yang telah bersedia bekerja sama dan menjadi mitra dalam pelaksanaan proyek ini.
8. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan motivasi selama proses penyusunan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa Proyek Media Sosial ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap segala kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat dan menjadi inspirasi dalam pelaksanaan proyek berbasis media sosial di lingkungan akademik maupun praktis.

Jakarta, 13 Juni 2025

Anindya Ardaneswari

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SIMILARITY CHECK	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	13
1.3.1 Tujuan	13
1.3.2 Manfaat Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Proyek-Proyek Terkait.....	17
2.2 Platform Yang Digunakan.....	23
2.2.1 Elemen-Elemen Pendukung.....	27
2.2.2 Teori dan Pengertian	33
BAB III METODOLOGI Pengerjaan Proyek.....	60
3.1 Tempat dan Objek Perusahaan	60
3.2 Pembagian Kerja Tim.....	64
3.3 Time Schedule Kegiatan	67
3.4 Target Luaran Content Creator	68

3.5 <i>Customer Journey</i>	70
3.5.1 <i>Brand</i> UMKM: Toko Kue Mpok Rukiah	71
3.5.2 Jenis dan Karakter Media Sosial	72
3.5.3 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP)	74
3.5.4 <i>Competitor Analysis</i>	77
3.5.5 <i>Attention, Interest, Desire, Action</i> (AIDA)	82
3.5.6 <i>Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats</i> (SWOT) ..	87
3.6 Penentuan Platform Media Sosial dan Tools.....	89
3.7 Rancangan Desain Tampilan.....	96
3.8 Rencana Organisasi <i>Content Creator</i>	100
BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN SOSIAL	
MEDIA	101
4.1 <i>Content Creator</i>	101
4.1.1 Menulis dan Menyusun Ide.....	101
4.1.2 Penyusunan dan Pembuatan Konten	107
4.1.3 Brainstorming Creativity.....	113
4.1.4 Pengembangan Grafis dan Desain	114
4.1.5 <i>Sosial Media Essentials</i>	120
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	134
5.1 Kesimpulan.....	134
5.2 Saran	135
5.1.1 Saran Teoritis	135
5.1.2 Saran Praktisi	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN	146

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Permasalahan Umum UMKM	4
Tabel 1. 2 Permasalahan Spesifik Toko Kue Mpok Rukiah	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. 2 Platform yang Digunakan	25
Tabel 2. 3 Tools yang Digunakan	27
Tabel 3. 1 Pembagian Kerja Tim	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Jumlah UMKM yang Masuk ke Ekosistem Digital di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Rata-rata Waktu Penggunaan Media Social di Indonesia (Januari 2024).....	6
Gambar 1. 3 Platform Media Sosial Favorit di Indonesia (Januari 2024).....	6
Gambar 1. 4 Grafik Keuangan Sebelum Proyek	11
Gambar 2. 1PR Smith’s SOSTAC Marketing Model	43
Gambar 2. 2 Rancangan Tampilan Feeds Instagram.....	48
Gambar 3. 1 Tempat Proyek	60
Gambar 3. 2 Logo UMKM.....	82
Gambar 3. 3 Konten Media Sosial	83
Gambar 3. 4 Konten Media Sosial	83
Gambar 3. 5 Konten Edukatif	84
Gambar 3. 6 Rekomendasi Produk.....	85
Gambar 3. 7Gambar Call-to-Action (CTA) pada konten TikTok.....	86
Gambar 3. 8 Logo Toko Kue Mpok Rukiah	96
Gambar 3. 9 Mockup Instagram.....	99
Gambar 4. 1 Content Brief	103
Gambar 4. 2 Content Pillar Entertainment	105
Gambar 4. 3 Content Pillar Education	106
Gambar 4. 4 Content Pillar Information.....	107
Gambar 4. 5 Content Planner Instagram	108
Gambar 4. 6 Content Planner Tikto	108
Gambar 4. 7 Content Type	109
Gambar 4. 8 Content Pillar.....	110
Gambar 4. 9 Status	110
Gambar 4. 10 Caption	111
Gambar 4. 11 CTA/Link	111
Gambar 4. 12 Hastag.....	112

Gambar 4. 13 Copywriting.....	112
Gambar 4. 14 Brainstorming Creativity.....	114
Gambar 4. 15 Logo UMKM Toko Kue Mpok Rukiah	117
Gambar 4. 16 Banner UMKM Toko Kue Mpok Rukiah	118
Gambar 4. 17 Feeds Instagram.....	119
Gambar 4. 18 Penjadwalan Postingan.....	123
Gambar 4. 19 Content Report	124
Gambar 4. 20 Ads Instagram.....	127
Gambar 4. 21 Ads Tiktok.....	128
Gambar 4. 22 Pencapaian Instagram.....	129
Gambar 4. 23 Pencapaian Instagram.....	130
Gambar 4. 24 Pencapaian Tiktok.....	132
Gambar 4. 25 Pencapaian Tiktok.....	133



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Surat Kerjasama dengan Mitra UMKM	146
Lampiran 2 Time Schedule Tim.....	147
Lampiran 3 Time Schedule Content Creator.....	149
Lampiran 4 Content Pillar, Content Planner	149
Lampiran 5 Postingan Instagram.....	154
Lampiran 6 Postingan Tiktok.....	157

