

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

**PROYEK SOSIAL MEDIA MANAJEMEN**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Nama : Amanda Aura Zalianthy  
NIM : 43122010394

**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 *COMMUNITY  
ENGAGEMENT*)**

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



**U Nama/ : Amanda Aura Zalianty**

**NIM : 43122010394**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2026**

## **SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amanda Aura Zalianty

NIM : 43122010394

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa proyek media sosial manajemen ini adalah murni hasil karya saya dan tim 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, 26 Februari 2026



Amanda Aura Zalianty

43122010394

|                                                                                   |                                                      |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>BIRO PERPUSTAKAAN<br/>UNIVERSITAS MERCU BUANA</b> |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|

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

## SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

**Nama** : AMANDA AURA ZALIENTY  
**NIM** : 43122010394  
**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 COMMUNITY ENGAGEMENT)  
**Hasil Pengecekan Turnitin** : 14%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **14%** 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/Jul/11/0000001095/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Amanda Aura Zaliany  
NIM : 43122010394  
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 Community Engagement)

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-04266347



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

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Amanda Aura Zalianty  
NIM : 43122010394  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Toko Kue Mpok Rukiah di Kota Jakarta Barat (Berdasarkan Perspektif Community Engagement)

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,



Amanda Aura Zalianty

## ABSTRAK

Ditengah pesatnya perkembangan teknologi, UMKM di Indonesia masih banyak yang belum memanfaatkan media sosial secara optimal. UMKM Toko Kue Mpok Rukiah merupakan salah satu UMKM yang belum menggunakan platform digital sebagai media promosi, sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas. Proyek ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan media sosial dalam meningkatkan brand awareness pada UMKM Toko Kue Mpok Rukiah. Strategi yang diterapkan meliputi pemantauan interaksi secara *real-time*, penyusunan laporan bulanan yang terdokumentasi, serta manajemen krisis dan reputasi daring. Hasil proyek menunjukkan adanya peningkatan pendapatan rata-rata per bulan dari Rp3.398.833 menjadi Rp5.597.286 atau sebesar 64,7% setelah adanya proyek ini. Selain itu pemantauan real-time yang dilakukan secara responsif, komunikatif, dan solutif terhadap komentar serta pesan langsung, disertai distribusi konten positif secara konsisten, berkontribusi dalam memperkuat reputasi daring dan meminimalkan potensi krisis di media sosial. Secara keseluruhan proyek ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan *brand awareness* dan pertumbuhan bisnis UMKM.

**Kata kunci:** Optimalisasi Media Sosial, UMKM, *Brand Awareness*, Pemasaran Digital

## ABSTRACT

*Despite the rapid development of technology, many MSMEs in Indonesia still have not utilized social media optimally. The Mpok Rukiah Cake Shop is one of the MSMEs that has not yet utilized digital platforms as a promotional medium, resulting in limited marketing reach. This project aims to optimize social media management to increase brand awareness at the Mpok Rukiah Cake Shop. The strategies implemented include real-time interaction monitoring, the preparation of documented monthly reports, and online crisis and reputation management. The project results show an increase in average monthly revenue from Rp3,398,833 to Rp5,597,286 or 64,7% after this project. In addition, real-time monitoring carried out in a responsive, communicative, and solution-oriented manner on comments and direct messages, accompanied by consistent distribution of positive content, contributes to strengthening online reputation and minimizing the potential for crises on social media. Overall, this project has had a positive impact on increasing brand awareness and business growth of the MSME.*

*Keywords: Social Media Optimization, MSMEs, Brand Awareness, Digital Marketing*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan 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 Community Engagement)”. Proyek ini disusun sebagai alternatif skripsi bagi mahasiswa serta syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, serta dukungan moral. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan tugas akhir ini.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Teristimewa, penulis ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa yang tiada henti, dukungan moral maupun material, serta kasih sayang yang tidak pernah putus. Kesabaran dan

kepercayaan yang diberikan menjadikan motivasi terbesar bagi penulis untuk terus berusaha menyelesaikan pendidikan dengan sebaik-baiknya. Tanpa dukungan dan restu dari orang tua, penulis tidak akan mampu sampai pada tahap ini.

5. Kakak dan adik tercinta yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta doa kepada penulis selama proses proses penyusunan tugas akhir ini.
6. Tim project yang telah berjalan bersama dalam setiap proses pelaksanaan proyek ini. Kerja sama, diskusi, dan support satu sama lain sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman seperjuangan tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah menjadi rekan diskusi, berbagi pemikiran, serta saling memberikan dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir. Kebersamaan dan kerja sama yang telah terjalin menjadi pengalaman berharga dalam perjalanan akademik penulis.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca serta pihak-pihak berkepentingan.

Jakarta, 26 Februari 2026



Amanda Aura Zalianty

## DAFTAR ISI

|                                                      |             |
|------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                           | <b>i</b>    |
| <b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>          | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI .....</b>        | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                       | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b> | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                 | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                | <b>vii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                           | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                               | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                             | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                            | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                         | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                        | <b>1</b>    |
| 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          |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>                   | <b>17</b>   |
| 2.1 Proyek-Proyek Terkait.....                       | 17          |
| 2.2 Platform Yang Digunakan.....                     | 22          |
| 2.2.1 Elemen-elemen pendukung.....                   | 26          |
| 2.2.2 Teori dan Pengertian .....                     | 32          |
| <b>BAB III METODOLOGI Pengerjaan Proyek .....</b>    | <b>58</b>   |
| 3.1 Tempat dan Objek Perusahaan .....                | 58          |
| 3.2 Pembagian Kerja Tim.....                         | 62          |
| 3.3 Time Schedule Kegiatan .....                     | 64          |
| 3.4 Target Luaran Community Engagement .....         | 66          |
| 3.5 Customer Journey.....                            | 69          |

|                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.5.1 <i>Brand</i> UMKM: Toko Kue Mpok Rukiah.....                    | 70         |
| 3.5.2 Jenis dan Karakter Media Sosial.....                            | 71         |
| 3.5.3 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP) .....           | 73         |
| 3.5.4 <i>Competitor Analysis</i> .....                                | 76         |
| 3.5.5 <i>Attention, Interest, Desire, Action</i> (AIDA).....          | 81         |
| 3.5.6 <i>Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats</i> (SWOT) ..... | 85         |
| 3.6 Penentuan Platform Media Sosial dan <i>Tools</i> .....            | 88         |
| 3.7 Rancangan Desain Tampilan.....                                    | 95         |
| 3.8 Rencana Organisasi <i>Community Engagement</i> .....              | 99         |
| <b>BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL .....</b>   | <b>101</b> |
| 4.1 <i>Community Engagement</i> .....                                 | 101        |
| 4.1.1 Interaksi dengan Mitra .....                                    | 102        |
| 4.1.2 <i>Social Media Financial</i> .....                             | 106        |
| 4.1.3 <i>Crisis Management in Social Media</i> .....                  | 118        |
| 4.1.4 Persetujuan Hasil Laporan Proyek Media Sosial.....              | 120        |
| 4.1.5 <i>Online Reputation Management</i> .....                       | 130        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                               | <b>135</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                   | 135        |
| 5.2 Saran .....                                                       | 136        |
| 5.2.1 Saran Praktisi .....                                            | 136        |
| 5.2.2 Saran Teoritis .....                                            | 137        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                           | <b>139</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                  | <b>146</b> |

## 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 .....                    | 24      |
| Tabel 2. 3 <i>Tools</i> yang Digunakan .....                | 26      |
| Tabel 3. 1 Pembagian Kerja Tim .....                        | 63      |
| Tabel 4. 1 Biaya Produksi .....                             | 117     |
| Tabel 4. 2 <i>Engagement Rate</i> Instagram .....           | 125     |
| Tabel 4. 3 <i>Engagement Rate</i> TikTok .....              | 127     |
| Tabel 4. 4 <i>Online Reputation Management</i> .....        | 132     |



## 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 Sosial di Indonesia (Januari 2024) ..... | 6       |
| Gambar 1. 3 Platform Media Sosial Favorit di Indonesia (Januari 2024) .....           | 6       |
| Gambar 1. 4 Grafik Laporan Keuangan Sebelum Proyek.....                               | 11      |
| Gambar 2. 1 PR Smith’s SOSTAC Marketing Model .....                                   | 42      |
| Gambar 2. 2 Rancangan Tampilan Feeds Instagram .....                                  | 46      |
| Gambar 3. 1 Tempat Proyek .....                                                       | 58      |
| Gambar 3. 2 Logo UMKM.....                                                            | 81      |
| Gambar 3. 3 Konten Media Sosial .....                                                 | 82      |
| Gambar 3. 4 Konten Media Sosial .....                                                 | 82      |
| Gambar 3. 5 Konten Edukatif .....                                                     | 83      |
| Gambar 3. 6 Rekomendasi Produk.....                                                   | 84      |
| Gambar 3. 7 <i>Call-to-Action</i> (CTA) pada konten TikTok.....                       | 85      |
| Gambar 3. 8 Logo Toko Kue Mpok Rukiah .....                                           | 95      |
| Gambar 3. 9 <i>Mockup</i> Instagram.....                                              | 98      |
| Gambar 4. 1 Surat Pernyataan Kesediaan Mitra .....                                    | 104     |
| Gambar 4. 2 Koordinasi Pemesanan dan Informasi Produk .....                           | 105     |
| Gambar 4. 3 Laporan Keuangan Sebelum Proyek.....                                      | 109     |
| Gambar 4. 4 Laporan Keuangan Sesudah Proyek.....                                      | 110     |

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4. 5 Grafik Laporan Pendapatan.....                           | 112 |
| Gambar 4. 6 Laporan Laba Rugi.....                                   | 113 |
| Gambar 4. 7 <i>Return on Investment</i> .....                        | 114 |
| Gambar 4. 8 Laporan Ads/Iklan .....                                  | 116 |
| Gambar 4. 9 <i>Crisis Management in Social Media</i> .....           | 118 |
| Gambar 4. 10 Surat Izin Penggunaan Produk Sebagai Alat Promosi ..... | 121 |
| Gambar 4. 11 <i>Monthly Report</i> .....                             | 123 |



## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran                                                                                                             | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Lampiran 1 Surat Pernyataan Kesiediaan dari Mitra Usaha dalam Pelaksanaan Program Projek Sosial Media Manajemen..... | 146     |
| Lampiran 2 Surat Permohonan Izin Penggunaan Produk Sebagai Alat Promosi                                              | 147     |
| Lampiran 3 <i>Time Schedule</i> Proyek Manajemen Media Sosial.....                                                   | 148     |
| Lampiran 4 Laporan Keuangan.....                                                                                     | 149     |
| Lampiran 5 <i>Monthly Report</i> .....                                                                               | 154     |
| Lampiran 6 <i>Content Report</i> .....                                                                               | 157     |
| Lampiran 7 Hasil Uji Turnitin.....                                                                                   | 161     |

