

**STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN BRAND  
AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM  
RUMAH MAKAN PADANG SINAR SURYA UNI SEERA  
( PRESPEKTIF COMMUNITY ENGAGEMENT )**

**PROYEK MEDIA SOSIAL**



**Nama : Dinda Syifa Azzahra**

**Nim : 43122010029**

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

**2026**

**STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN BRAND  
AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM  
RUMAH MAKAN PADANG SINAR SURYA UNI SEERA**

**( PRESPEKTIF 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**



**Nama : Dinda Syifa Azzahra**

**Nim : 43122010029**

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

**2026**

## **SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Syifa Azzahra

NIM : 43122010029

Program Studi : S1 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, 7 April 2026



Dinda Syifa Azzahra

43122010029

|                                                                                   |                                                      |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <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** : DINDA SYIFA AZZAHRA  
**NIM** : 43122010029  
**Fakultas / Program Studi** : FEB / Manajemen  
**Jenis** : Skripsi  
**Judul Tugas Akhir** : STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM RUMAH MAKAN PADANG SINAR SURYA UNI SEERA ( PRESPEKTIF COMMUNITY ENGAGEMENT )  
**Hasil Pengecekan Turnitin** : 19%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **19%** 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.

Jakarta, 14 July 2026  
**Kepala Biro Perpustakaan**



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Juli/14/0000001109/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

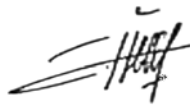
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dinda Syifa Azzahra  
NIM : 43122010029  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen  
Judul Tugas Akhir : STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM RUMAH MAKAN PADANG SINAR SURYA UNI SEERA (PRESPEKTIF COMMUNITY ENGAGEMENT)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 07 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



Diky Firdaus, S.Kom., M.M  
NIDN/NUPTK: 0411017402

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-04266339



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

## ABSTRAK

UMKM memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, namun masih banyak yang menghadapi tantangan dalam hal pemasaran digital dan pengelolaan usaha. Pada kondisi awal (before), UMKM Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera belum memanfaatkan media sosial secara optimal serta pencatatan keuangan yang masih sederhana dan belum terstruktur. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan strategi digital marketing serta meningkatkan brand awareness melalui media sosial. Proyek ini dilaksanakan dari perspektif community engagement, di mana mahasiswa terlibat secara langsung dalam mendampingi UMKM mitra. Metode yang digunakan meliputi analisis kondisi awal, perancangan konten media sosial, pemanfaatan platform seperti Instagram dan TikTok, serta pencatatan transaksi keuangan melalui buku kas sederhana. Hasil dari proyek (after) menunjukkan adanya peningkatan interaksi digital, engagement audiens, serta kesadaran merek melalui media sosial. Selain itu, terjadi perbaikan dalam pencatatan keuangan yang menjadi lebih terstruktur serta adanya peningkatan pendapatan pada periode tertentu. Secara keseluruhan, proyek ini memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan UMKM melalui penerapan strategi digital marketing yang lebih terarah, serta meningkatkan efektivitas promosi dan pengelolaan usaha secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Brand Awareness, Media Sosial, UMKM, Engagement



## ABSTRACT

*MSMEs play a vital role in Indonesia's economy; however, many still face challenges in digital marketing and business management. In the initial condition (before), Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera had not utilized social media optimally, and its financial records were still simple and unstructured. This study aims to design and implement digital marketing strategies to increase brand awareness through social media. This project was conducted from a community engagement perspective, where students were directly involved in assisting the MSME partner. The methods used include initial condition analysis, social media content planning, utilization of platforms such as Instagram and TikTok, and recording financial transactions using a simple cash book. The results of the project (after) show an increase in digital interaction, audience engagement, and brand awareness through social media. In addition, there was an improvement in financial recording, which became more structured, as well as an increase in revenue during certain periods. Overall, this project provides a meaningful contribution to MSME development through the implementation of more structured digital marketing strategies, as well as improving promotional effectiveness and sustainable business management.*

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





## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Dinda Syifa Azzahra  
NIM : 43122010029  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Tugas Akhir : Strategi Digital Marketing dan Brand Awareness  
Melalui Media Sosial Pada UMKM Rumah Makan  
Padang Sinar Surya Uni Seera  
( Prespektif 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, 7 April 2026

Yang menyatakan,



Dinda Syifa Azzahra

43122010029



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi yang merupakan bagian dari Tugas Akhir Proyek Media Sosial ini disusun sebagai salah satu alternatif penyelesaian studi bagi mahasiswa, sekaligus memberikan gambaran menyeluruh mengenai konsep, tahapan, dan pelaksanaan Proyek Tugas Akhir hingga proses sidang akhir. Melalui penyusunan laporan ini, penulis berharap seluruh civitas akademika Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis dapat memahami landasan pemikiran, alur kerja, serta implementasi dari tugas akhir berbasis proyek.

Penyelesaian skripsi ini tentu tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya atas segala bentuk bantuan, arahan, serta semangat yang diberikan selama proses penulisan berlangsung. Secara khusus, penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Diky Firdaus, S.Kom., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, masukan, koreksi, serta motivasi sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah. M.Eng Selaku Rektor Universitas Mercu Buana

2. Ibu Nurul Hidayah, M.Si., Akt., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Para Dosen FEB Universitas Mercu Buana dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu dimilikinya untuk diberikan kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu di Bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan penuh kesadaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama kuliah.
6. Kepada kedua orang tua Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada kedua orang tua yang telah menjadi alasan utama penulis bisa bertahan, terus melangkah, dan sampai pada tahap penyelesaian skripsi ini. Setiap doa, perhatian, dan pengorbanan yang diberikan tidak pernah penulis anggap sebagai hal kecil. Mereka adalah sosok yang selalu hadir dalam setiap proses, baik suka maupun duka, memberikan kenyamanan ketika penulis merasa cemas, memberikan dorongan ketika semangat mulai menurun, dan memberikan tempat pulang ketika dunia terasa terlalu berat.
7. Kepada Almarhum Mbah Narsih Ucapan terima kasih yang paling mendalam penulis sampaikan kepada almarhum Mbah, sosok yang memiliki tempat sangat istimewa di hati penulis. penulis sampaikan kepada

almarhum Mbah, sosok yang selalu memberikan doa, perhatian, dan nasihat tulus sejak penulis masih kecil hingga menjalani masa perkuliahan. Mbah adalah tempat penulis bercerita, dan orang yang selalu menguatkan ketika penulis merasa lelah. Setiap doa yang Mbah panjatkan selalu menjadi penyemangat besar, terutama doa agar penulis dapat belajar dengan baik, menjadi pribadi yang kuat, dan kelak bisa membanggakan keluarga. Terima kasih kepada Mbah yang telah menemani dan mendukung proses pendidikan penulis sejak awal, meskipun akhirnya Allah SWT memanggil Mbah terlebih dahulu sebelum penulis menuntaskan Pendidikan ini. Cinta, doa, dan nasihat Mbah tetap hidup dan menyertai setiap langkah yang penulis ambil hingga skripsi ini selesai. Pencapaian ini penulis persembahkan sebagai bentuk cinta dan penghormatan, Selamanya, Mbah akan tetap ada di hati penulis, menemani dari jauh, kapan pun dan di mana pun.

8. Kepada adik kandung, Amanda Nur Aini, yang selalu menemani dalam suka dan duka selama masa perkuliahan. Terima kasih karena selalu memberi semangat, memberikan energi positif, dan menjadi teman rumah yang bisa diandalkan di saat penulis merasa jenuh atau kewalahan menghadapi tugas kuliah.
9. Kepada sahabat-sahabat selama di bangku perkuliahan, yaitu Della Putri Parwanti, Olivia Lovina Kiren, Novia Ramadhanti, Jennifer Jacqueline Kojongian, Lasylya Hanum Fattiha, dan Amelia Rosa Juita yang telah menemani dari semester awal hingga akhir perjalanan perkuliahan.

Kehadiran mereka memberikan banyak tawa, bantuan, dan dukungan yang membuat proses kuliah lebih ringan dijalani. Ucapan terima kasih yang mendalam penulis berikan kepada rekan satu tim proyek, Nurul Azizah Amry dan Syahmauriel Raveena Datau, yang telah menemani penulis dalam seluruh proses proyek media sosial ini dari awal hingga sampai fase terakhir penyusunan skripsi. Penulis sangat bersyukur bisa bekerja bersama orang-orang yang tidak hanya kompeten, tetapi juga sabar, suportif, dan selalu saling membantu. Setiap diskusi panjang, setiap revisi, hingga momen-momen bingung bareng adalah bagian penting yang membawa tim ini berhasil menyelesaikan proyek.

10. Kepada Seluruh Angkatan 2022 Program Studi Manajemen, yang telah menjadi keluarga selama masa kuliah. Suasana kelas, kegiatan kampus, dan perjalanan panjang bersama telah menjadi bagian dari kenangan terbaik dalam hidup penulis. Terima kasih atas lingkungan belajar yang saling mendukung dan tumbuh bersama.

11. Kepada Sahabat Kecil Naiya Khairiyah Terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada sahabat kecil penulis, Naiya khairiyah orang yang telah menemani sejak masa kecil hingga sekarang. Naiya adalah sosok yang selalu hadir untuk menyemangati, mendengarkan cerita, dan menjadi tempat penulis berbagi banyak hal sejak kecil. Kehadirannya menjadi pengingat bahwa persahabatan yang tulus bisa bertahan selama apapun dan tetap hangat meski masing-masing telah tumbuh dewasa. dan Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada teman-teman masa SD, Khofilia Shafira

dan Novita Safitri, yang hingga kini masih menjadi bagian dari kehidupan penulis. Terima kasih karena selalu menjadi tempat bertukar cerita, dan selalu memberikan dukungan selama penulis menjalani masa perkuliahan. Kehadiran mereka membuat perjalanan ini terasa lebih ringan, dan penulis bersyukur memiliki sahabat yang tetap bersama sejak kecil hingga momen penting penyelesaian skripsi ini.

12. Diri saya sendiri, Dinda Syifa Azzahra, yang telah berjuang, berusaha, dan tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, ketekunan, serta semangat yang terus dijaga meskipun menghadapi berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi. Semoga pencapaian ini dapat menjadi langkah awal untuk meraih kesuksesan di masa depan.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi, penulisan, maupun penyusunan sistematika. Hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang dimiliki penulis dalam menyusun karya ilmiah ini. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati membuka diri terhadap berbagai kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan proposal ini di masa mendatang.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan proposal ini

berlangsung. Harapan penulis, semoga proposal ini dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa dan pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan serupa.

Jakarta, 30 Maret 2026

Dinda Syifa Azzahra

43122010029



## DAFTAR ISI

Halaman

|                                                       |              |
|-------------------------------------------------------|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                            | <b>i</b>     |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>                        | <b>ii</b>    |
| <b>HALAMAN SIMILARITY CHECK .....</b>                 | <b>iii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                       | <b>iv</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b> | <b>v</b>     |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                  | <b>v</b>     |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                 | <b>vi</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                            | <b>vii</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                               | <b>xiii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                             | <b>xv</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                             | <b>xvi</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                          | <b>xviii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                         | <b>1</b>     |
| 1.1 Latar Belakang .....                              | 1            |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                              | 19           |
| 1.3 Tujuan.....                                       | 20           |
| 1.4 Manfaat .....                                     | 20           |
| 1.4.1 Bagi Mahasiswa .....                            | 20           |
| 1.4.2 Bagi Perguruan Tinggi .....                     | 21           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>                    | <b>23</b>    |
| 2.1 Proyek – Proyek Terkait.....                      | 23           |
| 2.2 Platform yang digunakan .....                     | 37           |
| 2.2.1 Elemen – Elemen Pendukung .....                 | 43           |
| 2.3 Teori dan Pengertian .....                        | 76           |
| <b>BAB III METODOLOGI Pengerjaan Proyek.....</b>      | <b>102</b>   |
| 3.1 Tempat dan Objek Perusahaan .....                 | 102          |
| 3.2 Pembagian Kerja Tim.....                          | 105          |



|                                                                     |            |
|---------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.3 Time Schedule Kegiatan .....                                    | 113        |
| 3.4 Target Luaran / Social Networking Sites .....                   | 115        |
| 3.5 Customer Journey .....                                          | 117        |
| 3.5.1 Brand UMKM : Ruman Makan Padang Sinar Surya Uni Seera .....   | 118        |
| 3.5.2 Jenis dan Karakter Media Sosial .....                         | 119        |
| 3.5.3 Segmenting, Targeting, Positioning (STP) .....                | 120        |
| 3.5.4 Competitor Analysis .....                                     | 122        |
| 3.5.5 AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) .....              | 130        |
| 3.5.6 Strengths, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT) .....        | 132        |
| 3.6 Penentuan Media Sosial Platform dan Tools .....                 | 134        |
| 3.6.1 Media Sosial Platform .....                                   | 134        |
| 3.6.2 Tools .....                                                   | 138        |
| 3.7 Rencana Desain Tampilan .....                                   | 140        |
| 3.8 Rencana Organisasi .....                                        | 144        |
| <b>BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA .....</b> | <b>152</b> |
| 4.1 Community Engagement .....                                      | 152        |
| 4.1.1 Interaksi Dengan mitra .....                                  | 153        |
| 4.1.2 Interaksi dengan Audiens .....                                | 158        |
| 4.1.3 Social Media Financial .....                                  | 165        |
| 4.1.4 Crisis Management in Social Media .....                       | 183        |
| 4.1.5 Persetujuan Hasil Laporan Proyek Media Sosial .....           | 186        |
| 4.1.6 Online Reputation Management .....                            | 196        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                             | <b>202</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                | 202        |
| 5.2 Saran .....                                                     | 203        |
| 5.2.1 Saran Praktisi .....                                          | 203        |
| 5.2.2 Saran Teoritis .....                                          | 205        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                         | <b>207</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                               | <b>215</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                      |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Tabel 1. 1 Data UMKM 2018 - 2023 .....</b>                                                        | <b>2</b>   |
| <b>Tabel 1. 2 Permasalahan Umum UMKM.....</b>                                                        | <b>3</b>   |
| <b>Tabel 1. 3 Data Pengguna Internet dan Media Sosial Tahun 2024 di Indonesia .....</b>              | <b>8</b>   |
| <b>Tabel 1. 4 Tren Data Platform Media Sosial yang banyak digunakan di indonesia Tahun 2024.....</b> | <b>10</b>  |
| <b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>                                                         | <b>23</b>  |
| <b>Tabel 2. 2 Platform yang digunakan.....</b>                                                       | <b>37</b>  |
| <b>Tabel 2.2.1. 1 Tools yang digunakan .....</b>                                                     | <b>44</b>  |
| <b>Tabel 3. 1 Pembagian Kerja Tim .....</b>                                                          | <b>106</b> |
| <b>Tabel 3.6.1. 1 Alasan Penggunaan Media Sosial.....</b>                                            | <b>134</b> |
| <b>Tabel 3.6.1. 2 Alasan Penggunaan Tools.....</b>                                                   | <b>138</b> |
| <b>Tabel 4.1.1. 1 Hasil Jobdesk dengan Mitra .....</b>                                               | <b>155</b> |
| <b>Tabel 4.1.2. 1 Hasil Jobdesk Interaksi Oleh Audiens .....</b>                                     | <b>159</b> |
| <b>Tabel 4.1.2. 2 Engagement Rate Instagram .....</b>                                                | <b>161</b> |
| <b>Tabel 4.1.2. 3 Engagement Rate Tiktok.....</b>                                                    | <b>163</b> |
| <b>Tabel 4.1.3. 1 Laporan Keuangan Bulan Desember .....</b>                                          | <b>167</b> |
| <b>Tabel 4.1.3. 2 Laporan Biaya Produksi Bulan September .....</b>                                   | <b>169</b> |
| <b>Tabel 4.1.3. 3 Laporan Laba Rugi Bulan September.....</b>                                         | <b>169</b> |
| <b>Tabel 4.1.3. 4 Laporan ROI Bulan Juli .....</b>                                                   | <b>170</b> |
| <b>Tabel 4.1.3. 5 Laporan Keuangan Keseluruhan.....</b>                                              | <b>173</b> |
| <b>Tabel 4.1.3. 6 Biaya Produksi Keseluruhan .....</b>                                               | <b>179</b> |
| <b>Tabel 4.1.3. 7 Laba Rugi Keseluruhan .....</b>                                                    | <b>181</b> |
| <b>Tabel 4.1.3. 8 ROI Keseluruhan.....</b>                                                           | <b>182</b> |
| <b>Tabel 4.1.4. 1 Crisis Management.....</b>                                                         | <b>184</b> |
| <b>Tabel 4.1.5. 1 Hasil Jobdesk Persetujuan Hasil Laporan .....</b>                                  | <b>186</b> |
| <b>Tabel 4.1.5. 2 Monitoring Engagement pada .....</b>                                               | <b>190</b> |
| <b>Tabel 4.1.5. 3 Content Report Media Sosial.....</b>                                               | <b>194</b> |
| <b>Tabel 4.1.6. 1 Tindakan Menjaga Reputasi UMKM .....</b>                                           | <b>197</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                    |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Gambar 1. 1 Tren Data Pengguna Internet dan Media Sosial Tahun 2024 di Indonesia .....</b>      | <b>8</b>   |
| <b>Gambar 1. 2 Tren Data Media Sosial yang Banyak digunakan di indonesia Tahun 2024.....</b>       | <b>9</b>   |
| <b>Gambar 1. 3 Pendapatan 3 Bulan Terakhir UMKM Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera .....</b> | <b>15</b>  |
| <b>Gambar 1. 4 Konten Sosial Media Instagram Sebelum Proyek .....</b>                              | <b>16</b>  |
| <b>Gambar 1. 5 Memberikan Pembukuan Kas kepada Mitra .....</b>                                     | <b>18</b>  |
| <b>Gambar 2. 1 System Development Life Cycle .....</b>                                             | <b>86</b>  |
| <b>Gambar 3. 1 SIUP UMKM Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera</b>                              | <b>102</b> |
| <b>Gambar 3. 2 Time Schedule Tim .....</b>                                                         | <b>114</b> |
| <b>Gambar 3. 3 Time Schedule Community Engagement .....</b>                                        | <b>114</b> |
| <b>Gambar 3. 4 Logo UMKM Rumah Masakan Padang Sinar Surya Uni Seera .....</b>                      | <b>141</b> |
| <b>Gambar 3. 5 Mockup Desain Postingan Instagram .....</b>                                         | <b>142</b> |
| <b>Gambar 4.1.1. 1 Diskusi Mengenai Kartu Nama UMKM.....</b>                                       | <b>155</b> |
| <b>Gambar 4.1.1. 2 Diskusi Mengenai Proyek Konten .....</b>                                        | <b>155</b> |
| <b>Gambar 4.1.1. 3 Diskusi Mengenai Laporan Keuangan .....</b>                                     | <b>155</b> |
| <b>Gambar 4.1.1. 4 Diskusi dengan Mitra Mengenai Menu Makanan .....</b>                            | <b>157</b> |
| <b>Gambar 4.1.1. 5 Diskusi dengan Mitra Mengenai Konten.....</b>                                   | <b>157</b> |
| <b>Gambar 4.1.1. 6 Diskusi dengan Mitra .....</b>                                                  | <b>158</b> |
| <b>Gambar 4.1.2. 1 Interaksi dengan Audiens Melalui Tiktok .....</b>                               | <b>160</b> |
| <b>Gambar 4.1.2. 2 Interaksi dengan Audiens Melalui Instagram.....</b>                             | <b>160</b> |
| <b>Gambar 4.1.3. 1 Laporan Keuangan Sebelum Proyek .....</b>                                       | <b>166</b> |
| <b>Gambar 4.1.3. 2 Grafik Laporan Keuangan .....</b>                                               | <b>170</b> |
| <b>Gambar 4.1.3. 3 Bukti Laporan Keuangan Sebelum Proyek.....</b>                                  | <b>172</b> |
| <b>Gambar 4.1.3. 4 Diagram Laporan Keuangan.....</b>                                               | <b>176</b> |
| <b>Gambar 4.1.4. 1 Penanganan Komentar Kritik Audiens Terkait Operasional UMKM .....</b>           | <b>184</b> |
| <b>Gambar 4.1.4. 2 Tabel laporan keuangan UMKM pada bulan oktober .....</b>                        | <b>185</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 1 Surat Permohonan Izin .....</b>                                                 | <b>187</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 2 Memonitoring Engagement pada Platform Media Sosial.....</b>                     | <b>187</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 3 Membuat Kesimpulan dan Saran .....</b>                                          | <b>187</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 4 Membuat Content Report Media Sosial .....</b>                                   | <b>187</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 5 Membuat Monthly Report .....</b>                                                | <b>188</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 6 Memberikan Laporan Bulanan kepada Mitra .....</b>                               | <b>188</b> |

|                                                                                   |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Gambar 4.1.5. 7 Surat Permohonan Izin Penggunaan Produk Kepada Mitra</b>       | <b>189</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 8 Monitoring engagement Tiktok</b>                               | <b>191</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 9 Monitoring Engagement Instagram</b>                            | <b>191</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 10 Memberikan Kesimpulan dan Evaluasi</b>                        | <b>192</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 11 Content Report Media Sosial Instargram</b>                    | <b>194</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 12 Content Report Media Sosial Tiktok</b>                        | <b>194</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 13 Monthly Report</b>                                            | <b>195</b> |
| <b>Gambar 4.1.5. 14 Memberikan Laporan Bulanan</b>                                | <b>196</b> |
| <b>Gambar 4.1.6. 1 Memantau Interaction pada Platform Media Sosial</b>            | <b>197</b> |
| <b>Gambar 4.1.6. 2 Memantau Insight pada platform Tiktok</b>                      | <b>198</b> |
| <b>Gambar 4.1.6. 3 Memantau Insight pada Platform Instagram</b>                   | <b>198</b> |
| <b>Gambar 4.1.6. 4 Merespon Terhadap Komentar Audiens pada Platform Tiktok</b>    | <b>199</b> |
| <b>Gambar 4.1.6. 5 Merespon Terhadap Komentar Audiens pada platform Instagram</b> | <b>200</b> |
| <b>Gambar 4.1.6. 6 Mengevaluasi insiden krisis pada Media Sosial</b>              | <b>201</b> |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                                                                        |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Lampiran 1. Surat Pernyataan Kesediaan Kerjasama dari Mitra Usaha dalam Pelaksanaan Program Proyek Sosial Media Manajemen .....</b> | <b>215</b> |
| <b>Lampiran 2. Time Schedule Community Engagement.....</b>                                                                             | <b>216</b> |
| <b>Lampiran 3. Laporan Keuangan .....</b>                                                                                              | <b>216</b> |
| <b>Lampiran 3 a Laporan Keuangan 3 Bulan Terakhir.....</b>                                                                             | <b>216</b> |
| <b>Lampiran 3 b Laporan Keuangan Keseluruhan.....</b>                                                                                  | <b>217</b> |
| <b>Lampiran 3 c Total Laporan Keuangan UMKM.....</b>                                                                                   | <b>217</b> |
| <b>Lampiran 3 d Laporan Biaya Produksi .....</b>                                                                                       | <b>218</b> |
| <b>Lampiran 3 e Laporan Laba Rugi.....</b>                                                                                             | <b>218</b> |
| <b>Lampiran 3 f Laporan ROI.....</b>                                                                                                   | <b>219</b> |
| <b>Lampiran 4. Content Report.....</b>                                                                                                 | <b>219</b> |
| <b>Lampiran 5 Monthly Report.....</b>                                                                                                  | <b>220</b> |

