



**OPTIMALISASI KINERJA TIM MEDIA SOSIAL MELALUI
KEPEMIMPINAN YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN
CITRA MEREK UMKM BAKSO BERANAK MAS GAYENG**

**TUGAS AKHIR
APLIKATIF**

HANNAH NAILA INDIE FADHILLAH

43122010070

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

2026



**OPTIMALISASI KINERJA TIM MEDIA SOSIAL MELALUI
KEPEMIMPINAN YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN
CITRA MEREK UMKM BAKSO BERANAK MAS GAYENG**

**TUGAS AKHIR
APLIKATIF**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

HANNAH NAILA INDIE FADHILLAH
43122010070

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hannah Naila Indie Fadhillah

NIM : 43122010070

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul "Optimalisasi Kinerja Tim Media Sosial melalui Kepemimpinan yang Efektif dalam Meningkatkan Citra Merek UMKM Bakso Beranak Mas Gayeng" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

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 dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

Jakarta, 2 Juni 2026



Hannah Naila Indie Fadhillah

43122010070

	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 : HANNAH NAILA INDIE FADILLAH
NIM : 43122010070
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : OPTIMALISASI KINERJA TIM MEDIA SOSIAL MELALUI KEPEMIMPINAN YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN CITRA MEREK UMKM BAKSO BERANAK MAS GAYENG
Hasil Pengecekan Turnitin : 8%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **8%** 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/11/0000001099/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Hammah Naila Indie Fadhillah
NIM : 43122010070
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Kinerja Tim Media Sosial melalui Kepemimpinan yang Efektif dalam Meningkatkan Citra Merek UMKM Bakso Beranak Mas Gayeng

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 19 Mei 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

Riska Rosdiana, S.E., M.Si
NIDN/NUPTK: 0319078903

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-06266377



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Optimalisasi Kinerja Tim Media Sosial Melalui Kepemimpinan Yang Efektif Dalam Meningkatkan Citra Merek UMKM Bakso Beranak Mas Gayeng” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. 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. Ibu Riska Rosdiana, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan arahan, masukan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, semangat, dan cinta tanpa henti.

6. Terimakasih kepada teman teman saya yaitu Tarisa Alrini Sabadillah, Nabila Khoirotunnisah dan Allya Putri Ramadhani yang telah memberikan masukan dan dukungan kepada penulis dalam mengerjakan project media sosial manajemen ini.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan ke depan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca dalam pengembangan ilmu pengetahuan.



Jakarta, 21 April 2026

Hannah Naila Indie Fadhillah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Hannah Naila Indie Fadhillah
NIM : 43122010070
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Kinerja Tim Media Sosial melalui
Kepemimpinan yang Efektif dalam Meningkatkan
Citra Merek UMKM Bakso Beranak Mas Gayeng

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, 31 Juli 2026



Hannah Naila Indie Fadhillah

43122010070

**OPTIMALISASI KINERJA TIM MEDIA SOSIAL MELALUI
KEPEMIMPINAN YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN CITRA
MEREK UMKM BAKSO BERANAK MAS GAYENG
HANNAH NAILA INDIE FADHILLAH**

ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi telah menciptakan peluang baru dalam pemasaran, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, masih banyak UMKM yang belum mampu mengelola media sosial secara optimal karena keterbatasan waktu, literasi digital, dan struktur tim yang belum terorganisir. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana kepemimpinan yang efektif dapat mengoptimalkan kinerja tim media sosial dalam meningkatkan citra merek dan secara langsung mendorong peningkatan penjualan UMKM Bakso Beranak Mas Gayeng, khususnya pada platform *Instagram* dan *TikTok*. Penulis berperan langsung sebagai ketua tim yang bertanggung jawab atas pembagian tugas, perencanaan konten, serta evaluasi performa media sosial dengan menggunakan pendekatan SDLC (*System Development Life Cycle*). Penelitian ini dirancang untuk memberikan kontribusi terhadap penguatan strategi digital UMKM melalui pengelolaan media sosial yang lebih terarah, profesional, dan berorientasi pada peningkatan penjualan.

Kata Kunci: UMKM, Media Sosial, Kepemimpinan, SDLC (*System Development Life Cycle*), *Instagram*, *TikTok*, Branding Digital, Peningkatan Penjualan.

***OPTIMIZING SOCIAL MEDIA TEAM PERFORMANCE THROUGH
EFFECTIVE LEADERSHIP TO ENHANCE THE BRAND IMAGE OF BAKSO
BERANAK MAS GAYENG MSME***

HANNAH NAILA INDIE FADHILLAH

ABSTRACT

The development of digitalization has created new opportunities in marketing, particularly for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, many MSMEs still struggle to manage social media effectively due to limitations in time, digital literacy, and unstructured teams. This study aims to examine how effective leadership can optimize the performance of social media teams in enhancing brand image and directly increasing sales of the MSME Bakso Beranak Mas Gayeng, particularly on Instagram and TikTok platforms. The author is directly involved as the team leader, responsible for task delegation, content planning, and performance evaluation using the System Development Life Cycle (SDLC) approach. This study is designed to contribute to the strengthening of MSMEs' digital strategies through more structured, professional, and sales-oriented social media management.

Keywords: MSMEs, Social Media, Leadership, SDLC (System Development Life Cycle), Instagram, TikTok, Digital Branding, Sales Improvement.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Permasalahan Umum UMKM.....	3
1.1.2 Tinjauan Literatur.....	4
1.1.3 Signifikansi Projek	4
1.1.4 Ruang Lingkup dan Rumusan Projek.....	5
1.1.5 Tujuan Projek	11
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan	13
1.4 Manfaat	14
1.4.1 Manfaat bagi Mahasiswa:.....	14
1.4.2 Manfaat bagi Perguruan Tinggi:	15

BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Proyek – Proyek Terkait.....	17
2.2 Platform Yang Digunakan	24
2.2.1 Elemen – Elemen Pendukung.....	30
2.2.2 Teori dan Pengertian.....	44
BAB III METODOLOGI Pengerjaan Proyek.....	57
3.1 Tempat Dan Objek Perusahaan	57
3.1.1. Tempat Proyek.....	57
3.1.2. Objek Proyek	57
3.2 Pembagian Kerja Tim	59
3.3 Time Schedule Kegiatan	63
3.3.1 Metode Proyek Media Sosial Manajemen.....	64
3.4 Target Luaran <i>Leader</i>	69
3.5 <i>Customer Journey</i>	71
3.5.1 Brand UMKM : UMKM Bakso Beranak Mas Gayeng.....	72
3.5.2 Jenis dan Karakter Media Sosial	73
3.5.3 <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i>	76
3.5.4 <i>Competitor Analysis</i>	80
3.5.5 <i>AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)</i>	84
3.5.6 <i>Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT)</i>	87
3.6 Penentuan <i>Social Media Platforms</i> dan <i>Tools</i>	93
3.6.1 Media Sosial Platform	94
3.6.2 <i>Tools</i>	96
3.7 Rancangan Desain Tampilan.....	103
3.8 Rencana Organisasi Tim	107
3.8.1 <i>Leader</i>	107
3.8.2 Content Creator	114
3.8.3 Community Engagement	120

BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA	122
4.1 <i>Leader/Manajer Media Sosial</i>	122
4.1.1 Memimpin Secara Strategis, Mengkoordinasi dan Memberikan Arahan Kepada Tim	122
4.1.2 <i>Social Media Analytic and Metrics</i>	129
4.1.3 Penyusunan <i>Time Schedule</i>	145
4.1.4 Proses dan Negosiasi Dengan Mitra	151
4.1.5 Pengawasan dan Manajemen Keterlibatan	158
4.1.6 Menjaga Hubungan Tim dan Manajemen	160
4.1.7 Analisis Kinerja dan Pelaporan Hasil Sebagai Leader	166
4.1.8 Hasil dari Kerja Tim	180
4.1.9 Pencapaian Tujuan Projek	193
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	198
5.1 Kesimpulan	198
5.2 Saran	200
5.2.1 Saran Praktisi	200
5.2.2 Saran Teoritis	200
DAFTAR PUSTAKA	202
LAMPIRAN – LAMPIRAN	206

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Permasalahan UMKM Bakso Beranak Mas Gayeng	7
Tabel 1. 2 Analisis Media Sosial	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. 2 Platform Yang Digunakan	24
Tabel 2. 3 Tools Yang Digunakan	31
Tabel 3. 1 Pembagian Kerja Tim.....	59
Tabel 4. 1 Visi dan Misi Strategis	123
Tabel 4. 2 <i>Jobdesc</i> Tim	126
Tabel 4. 3 Pengarahan dan Target	127
Tabel 4. 4 <i>Engagement Rate Instagram</i>	133
Tabel 4. 5 <i>Engagement Rate Tiktok</i>	134
Tabel 4. 6 Konten yang diboost Ads	140
Tabel 4. 7 Analisis Kompetitor	142
Tabel 4. 8 <i>Timeschedule Project</i>	145
Tabel 4. 9 Pengawasan Kerja Tim.....	158
Tabel 4. 10 Kegiatan Rutin Tim.....	160
Tabel 4. 11 <i>Key Performance Indicators</i> (KPI) PERIODE I I (Mei – Juni s/d Juli – Agustus)	167
Tabel 4. 12 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI) Periode II (September – Oktober s/d November – Desember)	171
Tabel 4. 13 Key Performace Indicator (KPI) Leader	175
Tabel 4. 14 Key Performance Indicator (KPI) Project.....	177
Tabel 4. 15 Hasil Evaluasi Tim Keseluruhan (Periode I).....	182
Tabel 4. 16 Hasil Evaluasi Tim Keseluruhan (Periode II)	187

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan UMKM 2018-2023.....	1
Gambar 1. 2 Data UMKM yang Go Digital.....	2
Gambar 1. 3 Jenis Produk UMKM	5
Gambar 1. 4 Lokasi UMKM	5
Gambar 1. 5 Data Penjualan UMKM.....	8
Gambar 1. 6 Instagram UMKM yang Lama	10
Gambar 1. 7 Instagram UMKM Terbaru.....	10
Gambar 1. 8 Tiktok UMKM yang Lama	11
Gambar 1. 9 Tiktok UMKM Terbaru	11
Gambar 3. 1 Time Schedule Kegiatan	63
Gambar 3. 2 System Development Life Cycle	64
Gambar 3. 3 Logo UMKM	104
Gambar 3. 4 MockUp Instagram	105
Gambar 3. 5 MockUp Instagram	105
Gambar 4. 1 Matrics Instagram	130
Gambar 4. 2 Matrics Tiktok.....	131
Gambar 4. 3 Hasil Matrics	132
Gambar 4. 4 Grafik Insight Mei-Juni.....	135
Gambar 4. 5 Grafik Insight Juli	136
Gambar 4. 6 Grafik Insight Agustus	136
Gambar 4. 7 Grafik Insight September	137
Gambar 4. 8 Grafik Insight Oktober	137
Gambar 4. 9 Grafik Insight November	138
Gambar 4. 10 Grafik Insight Desember	138
Gambar 4. 11 Tahap <i>Planning</i>	148
Gambar 4. 12 Tahap <i>Analysis</i>	148
Gambar 4. 13 Tahap <i>Design</i>	149

Gambar 4. 14 Tahap <i>Implementation</i>	150
Gambar 4. 15 Tahap <i>Maintenance</i>	150
Gambar 4. 16 Proses Kesepakatan Mitra	152
Gambar 4. 17 Negosiasi Mitra	153
Gambar 4. 18 Surat Pernyataan Kerja Sama Mitra	156
Gambar 4. 19 Surat Permohonan Izin Penggunaan Produk.....	157
Gambar 4. 20 Penyerahan KPI Kepada Tim	179
Gambar 4. 21 Penyerahan Evaluasi	193



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Memimpin Secara Strategis, Mengkoordinasi dan Memberikan Arah Kepada Tim	206
Lampiran 2 Social Media Analytic & Metrics	209
Lampiran 3 Penyusunan Time Schedule	218
Lampiran 4 Proses Negosiasi Dengan Mitra	219
Lampiran 5 Pengawasan dan Manajemen Keterlibatan	221
Lampiran 6 Menjaga Hubungan Tim dan Manajemen	228
Lampiran 7 Analisis Kinerja dan Pelaporan Hasil Sebagai Ketua	233
Lampiran 8 Hasil Evaluasi dari Kinerja Tim	241

