

**STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN BRAND
AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM
RUMAH MAKAN PADANG SINARSURYA UNI SEERA
(PRESPEKTIF CONTENT CREATOR)**

PROYEK MEDIA SOSIAL



**NAMA : SYAHMAURIEL RAVEENA DATAU
NIM: 43122010166**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**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 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 : SYAHMAURIEL RAVEENA

DATAU

NIM: 43122010166

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

2026

	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 : SYAHMAURIEL RAVEENA DATAU
NIM : 43122010166
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 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.

Jakarta, 27 July 2026

Kepala Biro Perpustakaan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Juli/27/0000001140/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

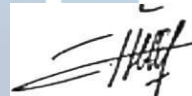
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Syahmauriel Raveena Datau
NIM : 43122010166
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 CONTENT CREATOR)

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.MNIDN/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-04266341



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

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB

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

Nama : Syahmauriel Raveena Datau
Nim : 43122010166
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis / Manajemen S 1
Judul Tugas Akhir : Strategi Digital Marketing Dan Brand Awareness
Melalui Media Sosial Pada UMKM Rumah Makan
Padang Sinar Surya Uni Seera (Prespektif 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 April 2026

Yang menyatakan,



Syahmauriel Raveena Datau
43122010166

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syahmauriel Raveena Datau

NIM 43122010166

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, 14 April 2026

UNIVERSITA
MERCU BUA



Syahmauriel Raveena Datau

43122010166

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai dan menerapkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan kesadaran merek UMKM Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera melalui penggunaan media sosial. Studi ini didasarkan pada kebutuhan digitalisasi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM di tengah pembatasan pemasaran konvensional dan pemanfaatan media sosial dan pencatatan keuangan yang belum optimal.

Metode yang digunakan adalah pendekatan berbasis proyek dengan pendampingan langsung pelaku kepada UMKM. Ini termasuk membuat dan mengelola konten di Instagram dan TikTok serta menggunakan buku kas untuk pencatatan keuangan sederhana. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) gagal memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi sebelum proyek dimulai, dengan konten yang kurang variatif, gambar yang buruk, dan akun yang tidak dikelola dengan baik.

Hasil implementasi menunjukkan peningkatan substansial dalam kualitas konten dan kinerja media sosial. Jumlah pengikut di akun Instagram dan TikTok meningkat dari 0 menjadi 494, dan interaksi dengan pelanggan meningkat. Selain itu, konten lebih beragam untuk mempromosikan produk dan memperkenalkan UMKM, dan didukung oleh kualitas visual yang lebih baik.

Hasil proyek ini memberikan kontribusi praktis untuk mendukung transformasi UMKM digital dan menjadi referensi akademik untuk pengembangan studi manajemen pemasaran berbasis digital.

Kata Kunci: UMKM, digital marketing, brand awareness, media sosial, content creator

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The purpose of this study was to assess and implement a digital marketing strategy to increase brand awareness for the Padang Sinar Surya Uni Seera Restaurant (Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera) MSME through the use of social media. This study was based on the need for digital marketing to increase the competitiveness of MSMEs amidst limitations on conventional marketing and suboptimal utilization of social media and financial record-keeping.

The method used was a project-based approach with direct mentoring from stakeholders to MSMEs. This included creating and managing content on Instagram and TikTok and using a cash book for simple financial record-keeping. Small and medium-sized businesses (MSMEs) failed to utilize social media as a promotional tool before the project began, with insufficient content variety, poor imagery, and poorly managed accounts.

The implementation results showed substantial improvements in content quality and social media performance. The number of followers on Instagram and TikTok accounts increased from 0 to 494, and customer interaction increased. Furthermore, content was more diverse to promote products and introduce MSMEs, supported by better visual quality.

The results of this project provide a practical contribution to supporting the digital transformation of MSMEs and serve as an academic reference for the development of digital-based marketing management studies.

Keywords: SME, digital marketing, brand awareness, social media, content creator

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi proyek tugas akhir yang berjudul “ Strategi Digital Marketing dan Brand Awareness Melalui Sosial Media Pada UMKM Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera (Prespektif Content Creator) ”. Proposal ini di susun sebagai alternatif skripsi bagi mahasiswa serta syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

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

1. Diky Firdaus, S.Kom., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan proposal ini.
2. Nurul Hidayah, M.Si., Akt., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Dudi Permana, M.M., Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Kepada kedua orang tua, Adik dan Keluarga Besar.Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan semua dukungan dalam bentuk apa pun.
5. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Nurul Azizah Amry dan Dinda Syifa Azzahra, anggota tim proyek sosial media Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera, yang telah membantu menjalankan proyek ini. Selama proses pelaksanaan, kami bekerja sama, mencari solusi untuk

masalah, dan saling membantu dan mendukung satu sama lain untuk memastikan proyek selesai dengan baik.

Penulis menyadari bahwa proporsal 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 dalam bidang manajemen pemasaran, serta menjadi referensi yang cukup bermanfaat bagi mahasiswa dan pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan serupa.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan	18
1.4 Manfaat	18
BAB II LANDASAN TEORI	21
2.1 Proyek – Proyek Terkait.....	21
2.2 Platform yang digunakan	34
2.2.1 Elemen – Elemen Pendukung.....	38
2.3 Teori dan Pengertian.....	58
BAB III METODOLOGI Pengerjaan Proyek	85

3.1 Tempat dan Objek Perusahaan.....	85
3.2 Pembagian Kerja Tim.....	88
3.3 Time Schdule Kegiatan.....	97
3.4 Target Luaran / Social Networking Sites.....	99
3.5 Customer Journey.....	102
3.5.1 Brand UMKM : Ruman Makan Padang Sinar Surya Uni Seera	102
3.5.2 Jenis dan Karakter Media Sosial.....	103
3.5.3 Segmenting, Targeting, Postioning (STP).....	103
3.5.4 Competitor Analysis.....	106
3.5.5 AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	113
3.5.6 Strenghts, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT).....	116
3.6 Penentuan Media Sosial Platform dan Tools.....	118
3.6.1 Media Sosial Platform.....	118
3.6.2 Tools	125
3.7 Rencana Desain Tampilan.....	127
3.8 Rencana Organisasi	131
BAB IV MANAJEMEN DESAIN DAN PENGELOLAAN SOSIAL MEDIA.....	133
4.1 Content Creator	133
4.1.1 Menulis dan Menyusun Ide Konten	133
4.1.2 Penyusunan dan Pembuatan Konten	136
4.1.3 Brainstorming Creativity.....	151
4.1.4 Pengembangan Grafis Dan Desain.....	154
4.1.5 Sosial Media Essentials.....	163
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	182
5.1 KESIMPULAN	182
5.2 SARAN	182
5.2.1 Saran Teoritis.....	182
5.2.2 Saran Praktisi.....	183
DAFTAR PUSTAKA	185



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tren Data Pengguna Internet Dan Media Sosial Tahun 2024 Di Indonesia.....	6
Gambar 1. 2 Tren Data Platform Media Sosial.....	8
Gambar 1. 3 Pendapatan 3 Bulan Terakhir UMKM Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera	13
Gambar 1. 4 Akun Instagram RM Padang Sinar Surya Uni Seera Sebelum Proyek	14
Gambar 1. 5 Memberikan Pembukuan Kas Kepada Mitra	16
 Gambar 2. 1 System Development Life Cycle	 69
 Gambar 3. 1 Tempat Objek UMKM	 85
Gambar 3. 2 SIUP RM Padang Sinar Surya Uni Seera	86
Gambar 3. 3 Time Schedule	98
Gambar 3. 4 Logo UMKM RM Padang Sinar Surya Setelah Proyek	128
Gambar 3. 5 Mockup Desain Dan Tampilan.....	129
 Gambar 4. 1.1 Brief Konten.....	 135
 Gambar 4.1.2 1Content Planner Tiktok	 137
Gambar 4.1.2 2 Content Planner Instagram.....	137
Gambar 4.1.2 3 Content Type.....	138
Gambar 4.1.2 4 Content Pillar.....	138
Gambar 4.1.2 5 Status Content	139
Gambar 4.1.2 6 Caption Content	139
Gambar 4.1.2 7 CTA Content.....	140
Gambar 4.1.2 8 Hatags	140
Gambar 4.1.2 9 Content Calender	141
Gambar 4.1.2 10 Konten Informasi	143
Gambar 4.1.2 11 Konten Promosi.....	144

Gambar 4.1.2 12 Konten Hiburan	145
Gambar 4.1.2 13 Konten Edukasi	146
Gambar 4.1.2 14 Konten Story Telling	147
Gambar 4.1.2 15 Konten Testimoni.....	149
Gambar 4.1.2 16 Konten Beserta Caption.....	150
Gambar 4.1.3 1 Review Google RM Padang Sinar Surya Uni Seera	153
Gambar 4.1.4 1 Logo UMKM Sebelum	156
Gambar 4.1.4 2 Logo UMKM Setelah.....	156
Gambar 4.1.4 3 Menu Setelah Proyek.....	158
Gambar 4.1.4 4 Kartu Nama Sebelum Dan Sesudah.....	160
Gambar 4.1.4 5 Feeds Instagram Sebelum.....	161
Gambar 4.1.4 6 Feeds Instagram Sesudah	162
Gambar 4.1.5 1 Jadwal Konten.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1.5 2 Progres Sosial Media	171
Gambar 4.1.5 3 ADS Instagram	173
Gambar 4.1.5 4 ADS Tiktok	173
Gambar 4.1.5 5 Akun Tiktok Setelah Projek.....	179
Gambar 4.1.5 6 Efektifitas Content Pillar (Berdasarkan Jumlah Like)...	181

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data UMKM 2018-2023.....	1
Tabel 1. 2 Permasalahan Umum UMKM.....	2
Tabel 1. 3 Tren Pengguna Internet Dan Media Sosial Tahun 2024 Di Indonesia.....	7
Tabel 1. 4 Tren Data Media Sosial Yang Banyak Digunakan Di Indonesia Tahun 2024.....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 2. 2 Platform Yang Digunakan	35
Tabel 2.2.1 1 Tools Yang Digunakan.....	39
Tabel 3. 1 Pembagian Kerja Tim.....	89
Tabel 3.6 1Alasan Penggunaan Media Sosial.....	118
Tabel 3.6 2 Alasan Penggunaan Tools.....	125
Tabel 4.1.5 1 Alasan Penggunaan Platform	165
Tabel 4.1.5 2 Akun Instagram RM Padang Sinar Surya Uni Seera Sebelum Dan Sesudah	177



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pernyataan Kesedian Kerjasama Dari Mitra Usaha Dalam Pelaksanaan Program Proyek Media Sosial Manajemen	Lampiran 1 Surat Pernyataan Kesediaan Kerjasama dari Mitra Usaha dalam pelaksanaan program Proyek Media Sosial Manajemen.....	192
Lampiran 2 Time Schedule Content Creator	193	193
Lampiran 3 Content Planner	193	193
Lampiran 4 Content Calender	194	194

