OPTIMALISASI INTERAKSI DAN KETERLIBATAN *AUDIENS* PADA MEDIA SOSIAL UMKM BAKSO BERANAK MAS GAYENG

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Nabila Khoirotunnisah
43122010246

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

lib.mercubuana.ac.id

OPTIMALISASI INTERAKSI DAN KETERLIBATAN *AUDIENS* PADA MEDIA SOSIAL UMKM BAKSO BERANAK MAS GAYENG

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Nabila Khoirotunnisah

43122010246

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

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nabila Khoirotunnisah

NIM : 43122010246

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Tangerang, 8 Mei 2026



Nabila Khoirotunnisah
43122010246

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

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

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: NABILA KHOIROTUNNISAH
NIM	: 43122010246
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: OPTIMALISASI INTERAKSI DAN KETERLIBATAN AUDIENS PADA MEDIA SOSIAL UMKM BAKSO BERANAK MAS GAYENG
Hasil Pengecekan Turnitin	: 11%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **11%** 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 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/14/0000001387/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Nabila Khoirotunnisah
NIM	:	43122010246
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	OPTIMALISASI INTERAKSI DAN KETERLIBATAN AUDIENS PADA MEDIA SOSIAL UMKM BAKSO BERANAK MAS GAYENG

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 09 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

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	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-07266424

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Penulis bersyukur kepada Allah SWT karena berkat dan izin-Nya, karena sebagai salah satu anggota tim penyusun, mereka berhasil menyelesaikan tugas akhir laporan yang berkaitan dengan proyek media sosial. Tujuan dari laporan ini adalah untuk memberi semua orang dalam komunitas akademik Prodi Manajemen S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis pemahaman tentang dasar pemikiran dan bagaimana melaksanakan proyek tugas akhir alternatif mahasiswa hingga sidang.

Penyusunan Laporan *Project Media Social* ini selalu terikat dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karna itu dengan segenap hati penulis ingin mengucapkan dalam bentuk terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah di berikan sehingga laporan ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan 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. Dudi Permana, MM, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Riska Riska Rosdiana, S.E., M. Si selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan memberikan arahan serta motivasi selama proses penyusunan laporan ini.
5. Kepada kedua orang tua tercinta, yang telah diberikan kasih sayang dan dukungan tiada akhir serta doa dan motivasi selama ini.
6. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen
7. Teruntuk sahabat tercinta, yaitu Allya Putri Ramadhani, Tarisa Alrini Sabadillah, Hannah Naila Indie Fadhilah, Widya Puspita Sari, Rizka Fitri Amalya, Leni Gita Indarwati, Riska Adiawati, Siti Nabilah, Nur Aini Nisa, Intan Aulia, Salsabila Ardelia, dan Khori Syawaludina selaku sahabat-sahabat tercinta yang selalu diberikan semangat dan motivasi serta telah

lib.mercubuana.ac.id

dibantu dalam penyelesaian laporan proyek ini. Penulis menyadari bahwa Laporan Proyek Media Sosial ini masih jauh dari kata sempurna.

Oleh karena itu, penelitian mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata semoga Laporan Proyek Media Sosial ini bermanfaat dan dapat mengubah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 24 Februari 2026

Nabila Khoirotunnisah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB

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

Nama	: Nabila Khoirotunnisah
NIM	: 43122010246
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi & Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Optimalisasi Interaksi dan Keterlibatan *Audiens* pada Media Sosial UMKM Bakso Beranak Mas Gayeng

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Unversitas 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 di perlukan).

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 surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 10 September 2026

Yang menyatakan,



(Nabila Khoirotunnisah)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

OPTIMALISASI INTERAKSI DAN KETERLIBATAN *AUDIENS* PADA MEDIA SOSIAL UMKM BAKSO BERANAK MAS GAYENG

Nabila Khoirotunnisah

ABSTRAK

Di era digital saat ini, media sosial menjadi sarana penting bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas, keterlibatan pelanggan, dan daya saing bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan interaksi dan keterlibatan *audiens* pada media sosial UMKM Bakso Beranak Mas Gayeng melalui strategi komunikasi digital berbasis konten kreatif, serta mendorong peningkatan penjualan secara langsung melalui kanal digital tersebut. Platform media sosial yang digunakan adalah Instagram dan TikTok, dengan pemanfaatan *tools* pendukung seperti Canva, CapCut, dan Linktree. Hasil dari proyek ini menunjukkan peningkatan signifikan pada metrik interaksi seperti jumlah pengikut, komentar, *likes*, dan *views*, serta peningkatan *brand awareness* UMKM secara digital. Optimalisasi media sosial ini juga berhasil memperkuat identitas merek, membangun relasi dengan pelanggan, dan berdampak positif terhadap peningkatan angka penjualan bulanan. Proyek ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis dalam pengembangan strategi digital UMKM lainnya di Indonesia.

Kata kunci: Media Sosial, UMKM, Engagement, Konten Kreatif, *Brand Awarenes.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

OPTIMALISASI INTERAKSI DAN KETERLIBATAN *AUDIENS* PADA MEDIA SOSIAL UMKM BAKSO BERANAK MAS GAYENG

Nabila Khoirotunnisah

ABSTRACT

In today's digital era, social media has become a crucial tool for MSMEs to enhance visibility, customer engagement, and business competitiveness. This project aims to optimize audience interaction and engagement on the social media platforms of the MSME *Bakso Beranak Mas Gayeng* through a creative content-based digital communication strategy, while also targeting an increase in sales performance through digital channels. The platforms utilized are Instagram and TikTok, supported by tools such as Canva, CapCut, and Linktree. The results show a significant increase in interaction metrics such as followers, comments, *likes*, and *views*, along with enhanced digital brand awareness. This social media optimization has also strengthened brand identity, built stronger relationships with customers, and positively impacted monthly sales growth. The project is expected to serve as a practical reference for the development of digital strategies for other MSMEs in Indonesia.

Keywords: Social Media, MSMEs, Engagement, Creative Content, *Brand Awareness*.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DIREPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan 10
1.4 Manfaat 10
1.4.1 Bagi Mahasiswa : 10
1.4.2 Bagi Perguruan Tinggi : 11
BAB II LANDASAN TEORI **13**
2.1 Proyek – Proyek Terkait 13
2.2 Platfrom Yang Digunakan 17
2.2.1 Elemen – Elemen Pendukung 19
2.3 Teori dan Pengertian 20
2.3.1 Teori dan Pengertian Platform Media Sosial 20
2.3.2 Teori dan Pengertian *Tools* 21
2.3.3 Konsep Proyek Media Sosial Manajemen 24
BAB III METODOLOGI PENGERJAAN PROJEK **28**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

3.1 Tempat Dan Objek Perusahaan 28
3.2 Pembagian Kerja Tim 30
3.3 Time Schedule Kegiatan 33
3.3.1 Metode Proyek Media Social Manajemen 34
3.4 Target Luaran/*Social Networking Sites* 36
3.4.1 Peningkatan Keterlibatan *Audiens* 37
3.4.2 Interaksi Dua Arah yang Aktif 37
3.4.3 Kolaborasi dengan Influencer atau Komunitas 37
3.4.4 Reputasi Digital Positif 37
3.4.5 Laporan dan Evaluasi Rutin 37
3.5 *Customer Journey* 38
3.5.1 Brand UMKM : UMKM Bakso Beranak Mas Gayeng 38
3.5.2 Jenis dan Karakter Media Sosial 39
3.5.3 *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP) 41
3.6 Penentuan Media Sosial Platform dan Tools 52
3.6.1 Media Sosial Platform 52
3.6.2 *Tools* 55
3.7 Rancangan Desain Tampilan 61
3.8 Rencana *Community Engagement* 64
BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN *SOCIAL MEDIA* 66
4.1 Community Engagement 66
4.1.1 Interaksi Dengan Mitra 66
4.1.2 *Social Media Financial* 68
4.1.3 Crisis Management in Social Media 74
4.1.4 Persetujuan Hasil Laporan Proyek Media Sosial 74
4.1.5 *Online Reputation Management* 75
4.1.6 *Key Performance Indicator* (KPI) 78
4.1.7 Konten Kalender 82
4.1.8 Laporan *Matriks Engagement* 85
4.1.9 Laporan *Engagement* Rate 86
4.1.10 Laporan Konversi Rate 87

lib.mercubuana.ac.id

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 89
5.1 Kesimpulan 89
5.2 Saran 89
5.2.1 Saran Praktisi 89
5.2.2 Saran Teoritis 90
DAFTAR PUSTAKA 91
LAMPIRAN 94

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Permasalahan UMKM Bakso Beranak Mas Gayeng 6
Tabel 1. 2 Tabel Media Sosial 8
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu 13
Tabel 2. 2 Platform yang Digunakan 18
Tabel 2. 3 Tabel Elemen – Elemen Pendukung 19
Tabel 3. 1 Pembagian Kerja Tim 31
Tabel 4. 1 Laporan Keuangan 69
Tabel 4. 2 Biaya produksi Konten 73
Tabel 4. 3 *Crisis Management in Social Media* 74
Tabel 4. 4 *Online Reputation Management* 76

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah UMKM Indonesia 2018-2023 1
Gambar 1. 2 Jumlah UMKM yang Masuk ke Ekonomi Digital di Indonesia 2
Gambar 1. 3 Logo Bakso Beranak Mas Gayeng 5
Gambar 1. 4 Laporan Penjualan Bakso Beranak Mas Gayeng 7
Gambar 1. 5 *Instagram* Bakso Beranak Mas Gayeng 8
Gambar 1. 6 *Tiktok* Bakso Beranak Mas Gayeng 8
Gambar 3. 1 Tempat Objek UMKM 28
Gambar 3. 2 *Time Schedule* Kegiatan 33
Gambar 3. 3 System Development Life Cycle – SDLC 34
Gambar 3. 4 Tampilan Feeds Instagram 35
Gambar 3. 5 Rancangan Desain Tampilan 61
Gambar 3. 6 Tampilan Feed Instagram 62
Gambar 4. 1 Surat Pernyataan Kerjasama Mitra 67
Gambar 4. 2 Diskusi dan Negosiasi Mitra 68
Gambar 4. 3 Laporan *Ads*/Iklan 72
Gambar 4. 4 Monthly Report 75

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pernyataan Kesediaan Kerjasama dari Mitra Usaha 94
Lampiran 2 Time Schedule 95
Lampiran 3 Matriks 95
Lampiran 4 Laporan Keuangan 97
Lampiran 5 Monthly Report 98

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id