# PERAN *DIGITAL MARKETING* PADA INSTAGRAM & TIK-TOK DALAM MENCIPTAKAN *BRAND AWARENESS* DAN MENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM MO-REEBEADS

**TA APLIKATIF**


Disusun Oleh :

**Kartika Rifa Ambarwati**

**44322010018**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN & KOMUNIKASI PEMASARAN**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**


**2026**

lib.mercubuana.ac.id

# PERAN *DIGITAL MARKETING* PADA INSTAGRAM & TIK-TOK DALAM MENCIPTAKAN *BRAND AWARENESS* DAN MENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM MO-REEBEADS

**TA APLIKATIF**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Disusun Oleh :

**Kartika Rifa Ambarwati**

**44322010018**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN & KOMUNIKASI PEMASARAN**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2026**



lib.mercubuana.ac.id

## *HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : Kartika Rifa Ambarwati |
| NIM | : 44322010018 |
| Fakultas/Program Studi | : Ilmu Komunikasi/Marketing Communication |

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"PERAN ***DIGITAL MARKETING*** PADA INSTAGRAM & TIKTOK DALAM MENCIPTAKAN ***BRAND AWARENESS*** DAN MENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM MOREEBEADS" 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2026




Kartika Rifa Ambarwati



lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AKREDITASI UNGGUL

*PERNYATAAN SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

| | |
|---|---|
| Nama | : Kartika Rifa Ambarwati |
| NIM | : 44322010018 |
| Program Studi | : Ilmu Komunikasi |
| Bidang Studi | : Advertising & Marketing Communication |

Dengan judul " PERAN ***DIGITAL MARKETING*** PADA INSTAGRAM & TIK TOK DALAM MENCIPTAKAN ***BRAND AWARENESS*** DAN MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM MOREEBEADS" ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 10 April 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 16%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 April 2026
Administrator Turnitin

Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http://www.mercubuana.ac.id, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

lib.mercubuana.ac.id

## *HALAMAN PENGESAHAN*

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

| | |
|---|---|
| Nama | : Kartika Rifa Ambarwati |
| NIM | : 44322010018 |
| Fakultas/Program Studi | : Ilmu Komunikasi/Marketing Communication |
| Judul Tugas Akhir | : PERAN ***DIGITAL MARKETING*** PADA INSTAGRAM & TIKTOK DALAM MENCIPTAKAN ***BRAND AWARENESS*** DAN MENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM MOREEBEADS |

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 5 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

Suman Jaya,S.Sos, M.Ikom
NIDN:0329018104

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 19 Februari2026
Mengetahui,

| Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi | KetuaProgram Studi Ilmu Komunikasi |
|---|---|
| Prof.Dr. Ahmad Mulyana M.Si | Dr. Farid Hamid Umarella A, S.Sos M.Si |
| NIDN/NUPTK: 0318116602 | NIDN/NUPTK: 03011117301 |



lib.mercubuana.ac.id

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan TA Aplikatif yang berjudul "Peran *Digital Marketing* Pada Instagram & TikTok Dalam Menciptakan *Brand awareness* dan Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Moreebeads" sebagai salah satu syarat yang diperlukan dalam menempuh ujian sidang sarjana pada Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan TA Aplikatif ini, perancang menyadari bahwa tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perancang menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Suman Jaya, M.Ikom, selaku dosen pembimbing telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan Tugas Akhir.
2. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Ridho Azlam Ambo Asse, S.lkom, M.Ikom, selaku Sekretaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si, selaku dosen mata kuliah Riset Komunikasi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.



lib.mercubuana.ac.id

6. Teman seperjuangan dalam menyusun perancangan aplikatif ini. Tanpa kekompakan dan semangat kita bersama, semuanya pasti terasa lebih berat. Semoga ilmu dan pengalaman akan menjadi bekal berharga untuk kita semua.
7. Teman-teman semasa saya menempuh pendidikan serta semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri. karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengatur waktu, tenaga, pikiran, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses yang dihadapi dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, terimakasih sudah sekuat ini.

Teristimewa untuk Kedua Orangtua tercinta, Bapak Dian Riyanto & Ibu Siti Fatimah yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi, memenuhi kebutuhan perancang, dukungan serta Doa yang tiada henti kepada perancang. Walaupun tidak sempat dapat merasakan duduk di bangku perkuliahan namun mereka berusaha bekerja keras demi memberikan kesempatan Pendidikan yang lebih baik dari yang telah mereka lalui sebelumnya kepada kelima anak nya, harapan yang selalu ada di setiap Doa yang Saya panjatkan "Semoga Tuhan menyertai dan memberkati bapak dan Ibu di dalam mengajari dan menuntun kami anak-anak yang telah Tuhan titipkan".

Saudara-saudara tercinta. Kepada Abang Bagas Rifa Pratama, Kakak Anggi Rifa Dwiputri, serta kedua adik yang saya sangat cintai Annisa Rifa Anastasia



lib.mercubuana.ac.id

dan Raissa Rifa Darapuspita, perancang sangat bersyukur memiliki kalian. Terima kasih atas perhatian, kasih sayang, serta dukungan yang tiada henti.

Dengan demikian, perancang memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan dan kesalahan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Perancang menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu perancang berharap kritik dan saran konstruktif dari pembaca demi kesempurnaan perancangan aplikatif ini. Perancang berharap aplikatif ini dapat memberikan manfaat bagi para perancang dan pembaca. Amin Ya Rabbal Alamin.

Jakarta, Januari 2026

Kartika Rifa Ambarwati



lib.mercubuana.ac.id

***HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI***
***TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB***

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

| | |
|---|---|
| Nama | : Kartika Rifa Ambarwati |
| NIM | : 4432201008 |
| Fakultas/Program Studi | : Ilmu Komunikasi/Marketing Communication |
| Judul Tugas Akhir | : PERAN ***DIGITAL MARKETING*** PADA INSTAGRAM & TIKTOK DALAM MENCIPTAKAN ***BRAND AWARENESS*** DAN MENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM MOREEBEADS |

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, 18 Februari 2026
Yang menyatakan,




Kartika Rifa Ambarwati



lib.mercubuana.ac.id

PERAN *DIGITAL MARKETING* PADA INSTAGRAM & TIKTOK DALAM MENCIPTAKAN *BRAND AWARENESS* DAN MENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM MOREEBEADS

Kartika Rifa Ambarwati 44322010018

## ABSTRAK

Tugas akhir aplikatif ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan strategi digital marketing pada UMKM Moreebeads melalui optimalisasi pemanfaatan media sosial Instagram dan TikTok guna meningkatkan *brand awareness* serta penjualan produk. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pemilik usaha, analisis kondisi awal media sosial dan penjualan, perencanaan strategi konten, produksi konten *visual*, pengelolaan akun media sosial secara konsisten, serta pelaksanaan live *Shop*ping sebagai sarana promosi interaktif. Hasil implementasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada jumlah pengikut, tingkat keterlibatan audiens, kualitas *visual* konten, serta volume penjualan harian. Selain itu, aktivitas live *Shop*ping terbukti mampu meningkatkan interaksi langsung antara *brand* dan konsumen, memperkuat kepercayaan audiens, serta mendorong minat beli secara efektif. Strategi konten yang terencana, penggunaan pendekatan komunikasi persuasif, serta penerapan teknik public speaking dalam penyampaian pesan promosi turut berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas komunikasi pemasaran digital. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi strategi digital marketing yang kreatif, konsisten, dan berorientasi pada audiens dapat meningkatkan daya saing UMKM di tengah dinamika pasar digital yang semakin kompetitif. Dengan demikian, penerapan strategi digital marketing yang sistematis dan berkelanjutan direkomendasikan sebagai upaya strategis dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha UMKM Moreebeads.

**Kata kunci**: Digital marketing, media sosial, live *Shop*ping, *brand awareness*, UMKM.



lib.mercubuana.ac.id

*THE ROLE OF DIGITAL MARKETING ON INSTAGRAM & TIKTOK IN CREATING BRAND AWARENESS AND INCREASING PRODUCT SALES OF MOREEBEADS MSME*

Kartika Rifa Ambarwati 44322010018

## *ABSTRACT*

*This applied final project aims to design and implement a digital marketing strategy for Moreebeads MSME through the optimization of Instagram and TikTok social media platforms to enhance brand awareness and increase product sales. The implementation methods include field observation, interviews with the business owner, analysis of initial social media performance and sales conditions, content strategy planning, visual content production, consistent social media account management, and the execution of live Shopping as an interactive promotional medium. The results indicate a significant improvement in the number of followers, audience engagement, visual content quality, and daily sales volume. Furthermore, live Shopping activities have proven effective in increasing direct interaction between the brand and consumers, strengthening audience trust, and stimulating purchase intention. A well-planned content strategy, the application of persuasive communication approaches, and the implementation of public speaking techniques in delivering promotional messages also contribute to enhancing the effectiveness of digital marketing communication. These findings demonstrate that the integration of creative, consistent, and audience-oriented digital marketing strategies can improve the competitiveness of MSMEs in an increasingly dynamic digital market. Therefore, the application of systematic and sustainable digital marketing strategies is recommended as a strategic effort to support the growth and business sustainability of Moreebeads MSME.*

***Keywords:*** *Digital marketing, social media, live Shopping, brand awareness, MSMEs.*



lib.mercubuana.ac.id

**DAFTAR ISI**

**HALAMAN SAMPUL** ..... **0**
**HALAMAN JUDUL** ..... **i**
**HALAMAN PERNYATAAN** ..... **ii**
**PERNYATAAN SIMILARITY CHECK** ..... **iii**
**HALAMAN PENGESAHAN** ..... **iv**
**KATA PENGANTAR** ..... **v**
**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB** ..... **viii**
**ABSTRAK** ..... **ix**
***ABSTRACT*** ..... **x**
**DAFTAR ISI** ..... **xi**
**DAFTAR TABEL** ..... **xiii**
**DAFTAR GAMBAR** ..... **xiv**
**DAFTAR LAMPIRAN** ..... **xv**
**BAB I PENDAHULUAN** ..... **1**
1.1 Latar Belakang Masalah ..... 1
1.2 Permasalahan ..... 10
1.3 Tujuan Perancangan ..... 11
1.4 Alasan Pemilihan Judul ..... 11
1.5 Manfaat Perancangan ..... 12
1.5.1 Manfaat Akademis ..... 12
1.5.2 Manfaat Praktis ..... 13
**BAB II KERANGKA / DASAR PEMIKIRAN** ..... **14**
2.1 Landasan Teori ..... 14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran ..... 14
2.1.2 Komunikasi Pemasaran *Digital* (*Digital Marketing*) ..... 17
2.1.3 Media Sosial ..... 18
2.1.4 *Brand* (Merek) ..... 24



lib.mercubuana.ac.id

2.1.5 *Brand awareness* ..... 25

2.1.6 Perilaku Konsumen .....27
2.1.7 Minat Beli.....27
2.1.8 *Public Speaking*.....28
2.2 Referensi Karya.....31
**BAB III KONSEP PERANCANGAN.....39**
3.1 Tujuan komunikasi .....39
3.2 Strategi Digital Marketing.....40
3.3 Analisa Spesifikasi Program.....43
3.4 Konsep Perancangan .....49
3.4.1 Rencana Pra Produksi.....52
3.4.2 Rencana Produksi.....55
3.4.3 Rencana Pasca Produksi.....69
**BAB IV ANALISIS PROSES .....70**
4.1 Profil Penayangan.....70
4.1.1 Program Yang Diproduksi .....70
4.2 Analisis Proses Produksi.....72
4.3 Kendala dan Penyelesaian.....95
4.3.1 Kendala Pra Produksi .....95
4.3.2 Kendala Produksi .....96
4.3.3 Kendala Pasca Produksi .....96
4.4 Analisis Hasil Produksi .....97
4.4.1 Program Keberlanjutan Digital Marketing (*Future Program*) .....115
**BAB V PENUTUP .....125**
5.1 Kesimpulan.....125
5.2 Saran.....126
**DAFTAR PUSTAKA.....129**
**LAMPIRAN.....132**

UNIVERSITAS MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Timeline Kegiatan..... 52
Tabel 3. 2 Biaya..... 54
Tabel 3. 3 Perencanaan Konten Sosial Media ..... 56
Tabel 3. 4 Perencanaan Konten *E-commerce* ..... 66
Tabel 3. 5 Konten Pilar..... 68
Tabel 4. 1 Konten hiburan Instagram @moreebeads..... 75
Tabel 4. 2 Konten edukatif Instagram @moreebeads..... 76
Tabel 4. 3 Konten informatif Instagram @moreebeads..... 77
Tabel 4. 4 Konten promosi Instagram @moreebeads..... 78
Tabel 4. 5 Konten kalender sosial media..... 82
Tabel 4. 6 Total Anggaran..... 93
Tabel 4. 7 Laporan Reels instagram ..... 99
Tabel 4. 8 Laporan feed instagram ..... 101
Tabel 4. 9 Laporan TikTok..... 106
Tabel 4. 10 Konten pencapaian tertinggi..... 108
Tabel 4. 11 Komentar sosial media.....110
Tabel 4. 12 Proses transaksi online.....112
Tabel 4. 13 Kampanye Ramadhan.....115
Tabel 4. 14 Alur kampanye.....117
Tabel 4. 15 Informasi Influencer .....118
Tabel 4. 16 Rencana konten .....119
Tabel 4. 17 Laporan perbandingan program setelah terlaksana ..... 123



lib.mercubuana.ac.id

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tempat Berjualan Online dalam Satu Tahun Terakhir.....2
Gambar 1. 2 Grafik Perkembangan e-commerce .....3
Gambar 1. 3 Tempat Berjualan Online.....4
Gambar 1. 4 DataReportal Indonesia 2025 .....4
Gambar 1. 5 Akun Instagram @moreebeads.....6
Gambar 2. 1 Akun Instagram @hi_beads_buddies .....31
Gambar 2. 2 Akun Shopee @HiBeadsBuddies .....32
Gambar 2. 3 Akun Tiktok @Ecinos.id .....34
Gambar 2. 4 Akun Tiktok Shop @Ecinos .....35
Gambar 2. 5 TA Aplikatif tahun 2022 .....36
Gambar 4. 1 Instagram Moreebeads.....71
Gambar 4. 2 TikTok Moreebeads .....71
Gambar 4. 3 Shopee Moreebeads.....71
Gambar 4. 4 TikTok Shop Moreebeads.....72
Gambar 4. 5 Live Sale.....72
Gambar 4. 6 Kategori iklan.....80
Gambar 4. 7 Tujuan reaksi iklan.....80
Gambar 4. 8 Target iklan .....81
Gambar 4. 9 Anggaran iklan.....82
Gambar 4. 10 Konten produk Shopee .....90
Gambar 4. 11 Linktree Instagram Moreebeads .....91
Gambar 4. 12 Proses unggahan produk.....92
Gambar 4. 13 Keterangan produk .....92
Gambar 4. 14 Profile Instagram @Moreebeads .....98
Gambar 4. 15 Profile TikTok @Moreebeads.....98
Gambar 4. 16 Shopee @moreebeads.....99
Gambar 4. 17 TikTok Shop @moreebeads.....99
Gambar 4. 18 Performa Tiktok.....104



lib.mercubuana.ac.id

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 ..... 132
Lampiran 2 ..... 134

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id