AKTIVITAS *CONTENT PRODUCTION* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* & PENJUALAN TERHADAP UMKM MOREEBEADS

TUGAS AKHIR APLIKATIF

Disusun Oleh :

Virgi Wisnu Pradana (44322010048)

PROGRAM STUDI *MARKETING COMMUNICATION*

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

AKTIVITAS *CONTENT PRODUCTION* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* & PENJUALAN TERHADAP UMKM MOREEBEADS

TUGAS AKHIR APLIKATIF

Disiapkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Srata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication

Disusun Oleh :

Virgi Wisnu Pradana (44322010048)

PROGRAM STUDI *MARKETING COMMUNICATION*

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Virgi Wisnu Pradana
NIM	:	44322010048
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul: "AKTIVITAS *CONTENT PRODUCTION* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* & PENJUALAN TERHADAP 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.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

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

Jakarta, 5 Maret 2026



Virgi Wisnu Pradana

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	: Virgi Wisnu Pradana
NIM	: 44322010048
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Advertising and Marketing Communication

Dengan judul "Aktivitas *Content Production* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* & Penjualan Terhadap UMKM Moreebeads", telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 3 Maret 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 26%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 Maret 2026
Administrator Turnitin

Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Virgi Wisnu Pradana
NIM	:	44322010048
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir	:	"AKTIVITAS *CONTENT PRODUCTION* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* & PENJUALAN TERHADAP 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/NUPTK: 0329018104

Jakarta, 5 Maret 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si	Dr. Farid Hamid Umarella, S.Sos, M.Si
NIDN/NUPTK: 0318116602	NIDN/NUPTK: 0301117301

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur perancang panjatkan kepada Tuhan yang maha esa, atas rahmat dan hidayatnya sehingga perancang mampu menyelesaikan Tugas Akhir Aplikatif yang berjudul "AKTIVITAS *CONTENT PRODUCTION* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* & PENJUALAN TERHADAP UMKM MOREEBEADS" ini tepat pada waktunya. Tugas Akhir Aplikatif ini ditulis sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Bidang Studi *Marketing Communication* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam penyelesaian studi dan penyusunan Tugas Akhir ini, perancang banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Pertama-tama perancang ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua perancang yaitu Bapak Sugiyatno dan Ibu Inayah, terimakasih atas segala kasih sayang, kesabaran dan dukungannya yang diberikan dalam membesarkan dan mendidik perancang selama ini sehingga perancang dapat terus berjuang dan mengejar cita-cita. Selain itu perancang juga ingin mengucapkan terimakasih ke beberapa pihak diantaranya:

1. Suman Jaya, S.Sos, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan kritik, saran, dan arahan kepada perancang dalam penyusunan Proposal Tugas Akhir Aplikatif ini.
2. Dr. Farid Hamid Umarella, S. Sos, M. Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Ridho Azlam Ambo Asse, S. Ikom, M. Ikom, selaku Sekretaris Bidang Studi Marketing Communication Universitas Mercu Buana
4. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu dan arahan dari awal semester hingga akhir semester ini.

lib.mercubuana.ac.id

5. Tim Aplikatif ini, Adnand Darya Dzikra, Siti Nur Meiva, dan Kartika Rifa, terimakasih sudah mau bekerja sama dalam penyusunan Proposal Tugas Akhir Aplikatif ini dan sudah mau berjuang bersama-sama.
6. Teman-teman seperjuangan yang telah berjuang bersama dan yang telah menenami perjalanan perancang dari semester awal hingga semester akhir ini.
7. Pasangan perancang, Hanna Habshari Wilujeng, terimakasih sudah percaya pada mimpi-mimpi perancang dan mau menemani hingga titik ini. Terimakasih juga sudah menjadi penyemangat perancang saat penyusunan Proposal Tugas Akhir ini dan selalu siap mendengarkan apapun curhatan perancang.
8. Saudara perancang, Sabda Mufid Sani, terimakasih sudah selalu mendukung dan menjadi teman bermain perancang.

Sebagai manusia biasa Perancang menyadari penyusunan Proposal Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh Perancang. Oleh karena itu atas kesalahan dan kekurangan dalam perancangan ini, Perancang memohon maaf dan bersedia menerima kritikan membangun.

Terakhir, harapan Perancang, semoga perancangan ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Jakarta, 19 Februari 2026

Penyusun,

Virgi Wisnu Pradana

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	:	Virgi Wisnu Pradana
NIM	:	44322010048
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi/Marketing Communication
Judul Tugas Akhir	:	AKTIVITAS *CONTENT PRODUCTION* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* & PENJUALAN TERHADAP 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.

Jakarta, 5 Maret 2026

Yang menyatakan,



Virgi Wisnu Pradana

UNIVERSITAS MERCUBUANA

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

NAMA	**:** Virgi Wisnu Pradana
NIM	**:** 4432210048
PROGRAM STUDI	**:** Marketing Communication
JUDUL LAPORAN SKRIPSI	**:** Aktivitas *Content Production* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* & Penjualan Terhadap UMKM Moreebeads
DOSEN PEMBIMBING	**:** Suman Jaya S.Sos, M.Ikom

Perkembangan media digital mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran. Salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan *brand* awareness dan penjualan adalah melalui aktivitas content production yang terencana dan kreatif. Tugas Akhir Aplikatif ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas content production dalam pembuatan konten kreatif dapat meningkatkan *brand* awareness dan penjualan pada UMKM Moreebeads. Perancangan ini menggunakan pendekatan aplikatif melalui tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi konten media sosial pada platform Instagram dan TikTok. Konten yang diproduksi meliputi konten edukasi, hiburan, dan promosi yang disesuaikan dengan karakter *brand Moreebeads* serta target audiens Gen Z dan Milenial. Pendekatan *storytelling*, konsistensi visual, dan penggunaan warna pastel diterapkan sebagai identitas merek. Hasil perancangan menunjukkan bahwa aktivitas *content production* yang dilakukan secara konsisten mampu meningkatkan interaksi audiens, jangkauan akun, serta visibilitas merek *Moreebeads*. Konten promosi dan konten berbasis event menunjukkan performa yang lebih tinggi dibandingkan konten reguler. Dengan demikian, aktivitas content production terbukti berperan strategis dalam meningkatkan *brand* awareness dan penjualan UMKM.

Kata Kunci: *Content Production*, *Brand Awareness*, Media Sosial, UMKM

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

NAME	**:** Virgi Wisnu Pradana
NIM	**:** 4432210048
STUDY PROGRAM	**:** Marketing Communication
THESIS REPORT TITLE	**:** Aktivitas *Content Production* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* & Penjualan Terhadap UMKM Moreebeads
SUPERVISING LECTURER	**:** Suman Jaya S.Sos, M.Ikom

The development of digital media has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to utilize social media as a marketing communication tool. One effective strategy for increasing brand awareness and sales is through well-planned and creative content production activities. This Applied Final Project aims to examine how content production activities in creating creative content can enhance brand awareness and sales for the MSME Moreebeads. This project adopts an applicative approach through the stages of pre-production, production, and post-production of social media content on Instagram and TikTok. The content produced includes educational, entertainment, and promotional materials that are tailored to the brand character of Moreebeads and its target audience, namely Generation Z and Millennials. A storytelling approach, visual consistency, and the use of pastel colors are applied as part of the brand identity. The results indicate that consistent content production activities are able to increase audience interaction, account reach, and brand visibility for Moreebeads. Promotional and event-based content shows higher performance compared to regular content. Therefore, content production activities are proven to play a strategic role in increasing brand awareness and sales for MSMEs.

Keyword : *Content Production*, *Brand Awareness*, *Social Media, MSMEs*

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Perancangan 6
1.4 Alasan Pemilihan Judul 6
1.5 Manfaat Penelitian 7
1.5.1 Manfaat Akademis 7
1.5.2 Manfaat Praktis 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **8**
2.1 Landasan Teori 8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran 8
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Digital 10
2.1.3 *Brand* (Merek) 11
2.1.4 *Brand Awareness* 11
2.1.5 Perilaku Konsumen 12
2.1.6 Konten Kreatif 12
2.1.7 Instagram 12
2.1.9 TikTok 14

lib.mercubuana.ac.id

2.1.10 Fotografi 14
2.1.11 Video 14
2.1.12 *Color Pallete* 14
2.1.13 Warna 15
2.1.14 Teknik Pengambilan Gambar 15
2.1.14 *Content Production* 16
2.2 Referensi Karya 17
BAB III KONSEP PERANCANGAN 23
3.1 Tujuan Komunikasi 23
3.2 Strategi Komunikasi 23
3.3 Analisa Spesifikasi Program 23
3.4 Konsep Perancangan 25
3.4.1 Rencana Pra Produksi 27
3.4.1.1 *Timeline* & Biaya 27
3.4.2 Rencana Produksi 29
3.4.3 Rencana Pasca Produksi/Distribusi Konten 30
BAB IV ANALISIS PRODUKSI 32
4.1 Deskripsi Program 32
4.2 Analisis Proses Produksi 34
4.2.1 Pra Produksi 34
4.2.2 Produksi 34
4.2.3 Pasca Produksi 41
4.2.3.1 Konten Instagram 41
4.2.3.2 Konten TikTok 51
4.3 Kendala Yang Dihadapi 52
4.4 Penyelesaian Kendala 53
4.5 Analisis Hasil Produksi 56
4.5.1 Konten Edukasi 56
4.5.2 Konten *Entertainment* 57
4.5.3 Konten Promosi 58
4.6 Proyeksi Keberlanjutan 59

lib.mercubuana.ac.id

BAB V PENUTUP **62**
5.1 Kesimpulan 62
5.2 Saran 63
5.2.1 Saran Akademis 63
5.2.2 Saran Praktis 63
DAFTAR PUSTAKA **64**
LAMPIRAN **68**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Persentase UMKM di Indonesia 1
Gambar 1.2 Instagram Moreebeads 2
Gambar 1.3 Kunjungan Instagram per Mei 2025 5
Gambar 1.4 Kunjungan TikTok per Mei 2025 5
Gambar 2.1 Tingkatan *Brand Awareness* 11
Gambar 2.2 Instagram @hi_beads_buddies 18
Gambar 2.3 Instagram @bijouxstudio.co 18
Gambar 2.4 *Reels* Instagram @hi_beads_buddies 19
Gambar 2.5 *Feeds* Instagram @bijouxstudio.co 19
Gambar 3.1 *Colour Pallete* 29
Gambar 3.2 Logo Moreebeads 29
Gambar 3.3 *Dummy Reels* Instagram (1) 30
Gambar 3.4 *Dummy Reels* Instagram (2) 30
Gambar 4.1 Logo *moreebeads & Collour Pallete* 34
Gambar 4.2 Aplikasi Adobe Photoshop 35
Gambar 4.3 Aplikasi Canva 35
Gambar 4.4 Aplikasi CapCut 35
Gambar 4.5 *Content Brief* 36
Gambar 4.6 *Content Plan* 36
Gambar 4.7 Percakapan Antara *Client* dan AE 37
Gambar 4.8 Foto Produk 38
Gambar 4.9 *Cover Highlight* 38
Gambar 4.10 *Reels* dan *Cover Reels* 38
Gambar 4.11 X Banner 39
Gambar 4.12 *Spinwheel* 39
Gambar 4.13 *Human Billboard* 40
Gambar 4.14 Katalog *Website* 40
Gambar 4.15 Konten Dengan Total Tayangan Paling Banyak Bulan Agustus ... 41
Gambar 4.16 Konten Dengan Total Tayangan Paling Banyak Kedua Bulan Agustus 42

lib.mercubuana.ac.id

Gambar 4.17 Konten Dengan Total Tayangan Paling Sedikit Bulan Agustus 42
Gambar 4.18 Konten Dengan Total Tayangan Paling Banyak Bulan September 43
Gambar 4.19 Konten Dengan Total Tayangan Paling Banyak Kedua Bulan September 43
Gambar 4.20 Konten Dengan Total Tayangan Paling Sedikit Bulan September 44
Gambar 4.21 Konten Dengan Total Tayangan Paling Banyak Bulan Oktober ... 45
Gambar 4.22 Konten Dengan Total Tayangan Paling Banyak Kedua Bulan Oktober 45
Gambar 4.23 Konten Dengan Total Tayangan Paling Sedikit Bulan Oktober 46
Gambar 4.24 Konten Dengan Total Tayangan Paling Banyak Bulan November 47
Gambar 4.25 Konten Dengan Total Tayangan Paling Banyak Kedua Bulan November 47
Gambar 4.26 Konten Dengan Total Tayangan Paling Sedikit Bulan November 48
Gambar 4.27 Konten Dengan Total Tayangan Paling Banyak Bulan Desember 49
Gambar 4.28 Konten Dengan Total Tayangan Paling Banyak Kedua Bulan Desember 49
Gambar 4.29 Konten Dengan Total Tayangan Paling Sedikit Bulan Desember . 50
Gambar 4.30 Konten Dengan Performa Terbaik TikTok 51
Gambar 4.31 Konten Dengan Performa Terendah TikTok 51
Gambar 4.32 Foto Produk Awal Sesuai Perjanjian 52
Gambar 4.33 Solusi Foto Produk Yang diberikan 55
Gambar 4.34 Konten Edukasi 56
Gambar 4.35 Konten *Entertainment* 57
Gambar 4.36 Konten *Entertainment* Kampanye 57
Gambar 4.37 Konten Promosi 58
Gambar 4.38 Foto Produk 58
Gambar 4.39 Katalog Website 59
Gambar 4.40 Pendampingan Penggunaan dan Pengelolaan Website 60

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya Terdahulu 20
Tabel 3.1 Timeline Proyek 27
Tabel 3.2 Biaya Proyek 28
Tabel 4.1 *Client Brief* 32
Tabel 4.2 *Workflow Content Production* 33
Tabel 4.3 *Timeline* Proyek Baru 53
Tabel 4.4 *Before* dan *After* 61

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id