# PERENCANAAN STRATEGI PROMOSI DAN PENDAMPINGAN UMKM "MY SALAD ROLL" UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

**TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Advertising dan Marketing Communication*


**Disusun Oleh :**

**Nur Muthmainnah**

**44317010036**


BIDANG STUDI *ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION*

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

lib.mercubuana.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Nur Muthmainnah |
| NIM | : | 44317010036 |
| Fakultas | : | Ilmu Komunikasi |
| Bidang Studi | : | Advertising & Marketing Communication |

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Perencanaan Strategi Promosi dan Pendampingan "My Salad Roll" untuk Membangun *Brand Awareness*** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 27 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,

METERAI TEMPEL

(Nur Muthmainnah)

Mengetahui,

| Pembimbing I | Pembimbing II | Ketua Bidang Studi |
|---|---|---|
| (Yuni Tersnawati, M. Ikom) | (Riki Arswendi, M.Ikom) | ( Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed ) |



lib.mercubuana.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Nur Muthmainnah
NIM 44317010036
Fakultas : Ilmu Komunikais
Bidang studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : **Perencanaan Strategi Promosi dan Pendampingan "My Salad Roll" untuk Membangun *Brand Awareness***

Jakarta, 27 Juli 2021

Mengetahui,

| Dosen Pembimbing I | Dosen Pembimbing II |
| --- | --- |
| (Yuni Tersnawati, M. Ikom) | (Riki Arwendi, M.Ikom) |

UNIVERSITAS MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Nur Muthmainnah |
| NIM | : | 44317010036 |
| Fakultas | : | Ilmu Komunikasi |
| Bidang Studi | : | Advertising & Marketing Communication |
| Judul | : | **Perencanaan Strategi Promosi dan Pendampingan "My Salad Roll" untuk Membangun *Brand Awareness*** |

Jakarta, 27 Juli 2021

Ketua Sidang : Dewi Sad Tanti, M.Ikom ( .....)

Penguji Ahli : Dr. Farid Hamid, M.Si ( .....)

Pembimbing I : Yuni Tersnawati, M. Ikom ( .....)

Pembimbing II : Riki Arswendi, M. Ikom ( .....)

UNIVERSITAS MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR**

| | | |
|---|---|---|
| Judul | : | **Perencanaan Strategi Promosi dan Pendampingan "My Salad Roll" untuk Membangun *Brand Awareness*** |

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Nur Muthmainnah |
| NIM | : | 44317010036 |
| Fakultas | : | Ilmu Komunikasi |
| Bidang Studi | : | Advertising & Marketing Communication |

Jakarta, 27 Juli 2021

Disetujui dan diterima oleh,

| Pembimbing I | Pembimbing II |
|---|---|
| (Yuni Tresnawati, M.Ikom) | (Riki Arswendi, M.Ikom) |

| Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication | Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi |
|---|---|
| ( Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed ) | ( Dr. Farid Hamid, M.Si ) |

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )



lib.mercubuana.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI**

| | | |
|---|---|---|
| Judul | : | **Perencanaan Strategi Promosi dan Pendampingan "My Salad Roll" untuk Membangun *Brand Awareness*** |
| Nama | : | Nur Muthmainnah |
| NIM | : | 44317010036 |
| Fakultas | : | Ilmu Komunikasi |
| Bidang Studi | : | Advertising & Marketing Communication |

Jakarta, 27 Juli 2021

Disetujui dan diterima oleh,

| **Dosen Pembimbing I** | **Dosen Pembimbing II** |
|---|---|
| (Yuni Tresnawati, M.Ikom) | (Riki Arswendi, M.Ikom) |

**Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication**

( Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed )

| **Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi** | **Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi** |
|---|---|
| ( Dr. Elly Yuliawati, M.Si) | ( Dr. Farid Hamid, M.Si ) |



lib.mercubuana.ac.id

# KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir peduli negeri yang berjudul **"PERENCANAAN STRATEGI PROMOSI DAN PENDAMPINGAN UMKM "MY SALAD ROLL" UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*"** tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan proposal tugas akhir ini adalah untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication.*

Dalam menyusun proposal tugas akhir ini, penulis tidak mengalami kesulitan dan hambatan. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya berkat segala dukungan dan semangat dari berbagai pihak yang telah membantu, sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal ini. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada

1. Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom sebagai dosen pembimbing I dalam menyusun proposal tugas akhir ini yang sudah memberikan bimbingan, dukungan, tenaga, waktu, pikiran, serta pengajaran dalam menyelesaikan proposal tugas akhir penulis.
2. Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom selaku dosen pembimbing II dalam menyusun proposal tugas akhir ini yang sudah memberikan bimbingan, dukungan, tenaga, waktu, pikiran, serta pengajaran dalam menyelesaikan proposal tugas akhir penulis.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kepala Program studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu Eka Perwitasari, M.Si., selaku Kepala Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.



lib.mercubuana.ac.id

5. Bpk Kurniawan Prasetyo, M.I.Kom., selaku Sekretaris Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.

7. saudari Dzihan Afifah Pemilik mitra usaha "My Salad Roll" yang telah bersedia bekerjasama dan memberikan bantuan yang baik kepada penulis dan tim Wonder Agency dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk keperluan dalam menyusun proposal tugas akhir.

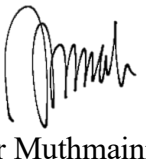
8. Kepada seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan, semangat,motivasi, baik secara moril dan materil hingga proposal tugas akhir ini dapat selesai.

9. Kepada teman-teman Alzena Amanda Rizky & Dela Safira selaku dari tim Wonder Agency yang telah bekerjasama, saling memberikan dukungan, bantuan, semangat,serta mampu berjuang bersama-sama dalam menyusun tugas akhir peduli negeri hingga proposal tugas akhir ini dapat selesai.

10. Adellia, Fani, Intan, Sella, Ulfah, Kemal Batubara, Ali Fahran Lubis, Rian, Achmad, telah bersedia memberikan dukungan, bantuan, semangat, menanggung keluhan, serta mampu menghibur penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa hasil proposal ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritikan dan saran akan membantu penulis, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat untuk mahasiswa lain. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan bantuan dari semua pihak.

Tangerang, 30 Juni 2021



Nur Muthmainnah



lib.mercubuana.ac.id

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*
Nur Muthmainnah
44317010036

Judul : **Perencanaan Strategi Promosi dan Pendampingan UMKM "My Salad Roll" untuk Membangun *Brand Awareness***
Jumlah Halaman : 6 Bab, 139 Lembar

# ABSTRAK

Seiring meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia dan hal lainnya dengan peluang usaha. Dalam pemilihan objek UMKM untuk keperluan tugas akhir peduli Negeri (TAPN), memilih usaha yang bergerak dalam bidang *food & beverage* yaitu *"My Salad Roll"*. Djihan Afifah sebagai pemilik UMKM ini menawarkan produk makanan sehat, "My Salad Roll" merupakan UMKM yang bergerak dibidang kuliner yang bergerak sejak februari 2020 yang berada di Duri Kepa, Jakarta Barat.

Perkembangan usaha saat ini sangat menuntut para pelaku UMKM untuk lebih tanggap terhadap setiap perubahan yang ada pada dunia bisnis saat ini. Perubahan model bisnis merupakan tantangan bagi para pelaku bisnis sehingga mereka harus berinovasi agar tidak tertinggal oleh konsumen yang semakin terdigitalisasi. Salah satu upaya untuk membangun serta meningkatkan citra perusahaan dalam era digital adalah *brandawareness* yang memerlukan sebuah usaha yang terus menerus untuk membangunnya. Berbagai macam strategi promosi digunakan oleh setiap pelaku bisnis dalam meningkatkan *brand awareness* untuk mengenalkan dan memasarkan produknya.

Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah penggunaan strategi promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi.

Kata Kunci : UMKM, *Brand Awareness,* Strategi promosi, Bauran pemasaran, *Media Social*, *My Salad Roll.*



lib.mercubuana.ac.id

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*
Nur Muthmainnah
44317010036

Judul : **Perencanaan Strategi Promosi dan Pendampingan UMKM "My Salad Roll" untuk Membangun *Brand Awareness***
Jumlah Halaman : 6 Bab, 139 Lembar

# ABSTRACT

Along with the increasing population growth in Indonesia and other things with business opportunities. In selecting the UMKM object for the purposes of the State Care Final Project (TAPN), choosing a business engaged in the food & beverage sector, namely "My Salad Roll". Djihan Afifah as the owner of this UMKM offers healthy food products, "My Salad Roll" is an MSME engaged in the culinary field that has been engaged since February 2020 in Duri Kepa, West Jakarta.

Current business developments are very demanding of UMKM actors to be more responsive to any changes that exist in today's business world. Changes in business models are a challenge for business people, so they must innovate so as not to be left behind by consumers who are increasingly digitized. One of the efforts to build and improve the company's image in the digital era is brand awareness which requires a continuous effort to build it. Various kinds of promotional strategies are used by every business person in increasing brand awareness to introduce and market their products.

Social media as a marketing tool is certainly related to marketing communication. In marketing communication there is a marketing mix, one of which is the use of promotional strategies. The main reason someone does a promotion is so that the product being marketed is increasingly known to many people. After the product is widely known, the sales results also increase. The main thing in promotion is to create an effective persuasive message to attract the attention of consumers. An effective message strategy is a message that can convey promotional objectives.

Key Words : UMKM, Brand Awareness, Promotion strategy, Marketing mix, Social Media, My Salad Roll.



lib.mercubuana.ac.id

# DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL** ..... **i**
**LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA** ..... **ii**
**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR** ..... **iii**
**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR** ..... **iv**
**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR** ..... **v**
**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI** ..... **vi**
**KATA PENGANTAR** ..... **vii**
**ABSTRAK** ..... **viii**
***ABSTRACT*** ..... **ix**
**DAFTAR ISI** ..... **xi**
**DAFTAR TABEL** ..... **xiv**
**DAFTAR GAMBAR** ..... **xv**
**BAB I PENDAHULUAN** ..... **1**
1.1 Latar Belakang ..... 1
1.2 Rumusan Masalah ..... 11
1.3 Tujuan .. ..... 11
1.4 Manfaat Kegiatan ..... 12
1.4.1 Manfaat Akademis ..... 12
1.4.2 Manfaat Praktis ..... 12
1.4.3 Manfaat Sosial ..... 12
**BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN** ..... **13**
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM ..... 13
2.2 Profil Usaha ..... 14
2.3 Khalayak Sasaran ..... 14
2.4 Sumber Daya Bahan Baku ..... 16
2.5 Hasil Kesepakatan ..... 18
2.6 Peluang Usaha ..... 18
2.7 Strategi Pemasaran Yang Diharapkan ..... 18
2.8 Merancang Strategi Penjualan ..... 19
2.9 Creative Brief ..... 20
2.10 Konsep Rancangan ..... 22
2.11 Persiapan Tim (*Job Desk*) ..... 22
2.12 Konsep Kreatif Strategi ..... 24
**BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP** ..... **25**



lib.mercubuana.ac.id

3.1 Referensi Karya ..... 25
3.2 Komunikasi Pemaasaran ..... 25
3.3 Bauran Pemasaran ..... 29
3.4 Bauran Promosi ..... 30
3.5 Strategi Promosi Dalam Komunikasi Pemasaran ..... 32
3.6 *Strategic Plan* ..... 33
3.7 *Brand Awareness* ..... 36
3.8 Media Sosial ..... 39
3.8.1 Karakteristik Media Sosial ..... 40
3.9 UMKM ..... 43
**BAB IV METODE PELAKSANAAN ..... 47**
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan ..... 47
4.1.1 Wawancara ..... 47
4.1.2 Sosialisasi ..... 48
4.1.3 Pelatihan ..... 49
4.1.4 Pendampingan ..... 49
4.2 Tahapan Kegiatan ..... 50
4.2.1 Perencanaan ..... 50
4.2.2 Persiapan ..... 51
4.2.3 Pelaksanaan ..... 51
4.2.4 Evaluasi ..... 52
4.3 Teknik Komunikasi ..... 52
4.3.1 Diskusi ..... 52
4.3.2 Komunikasi ..... 53
4.4 Bentuk Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan ..... 53
4.5 Tahapan Kerja *Strategic Planner* ..... 54
4.6 Jadwal Kegiatan ..... 55
**BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI BERKELANJUTAN ..... 58**
5.1 Tahapan Pra-Pendampingan ..... 58
5.2 Tahapan-Tahapan Pelaksanaan Pendampingan ..... 58
5.3 Proses Pendampingan ..... 62
5.4 Hasil Kegiatan & Partisipasi Peserta ..... 71
5.5 *Brand Awareness* yang Terbentuk dari Hasil Kegiatan ..... 81
5.6 Partisipasi Konsumen ..... 91
5.7 Implementasi Konsep Karya/Program ..... 95
5.8 Pendapatan Keuntungan Perminggu & Perbulan Selama Pendampingan ..... 104
5.8.1 Data Penjualan ..... 104



lib.mercubuana.ac.id

5.9 Tahapan Pasca Pendampingan ..... 107
5.10 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan ..... 109
5.10.1 Analisis Kegiatan ..... 109
5.10.2 Kendala ..... 111
5.10.3 Potensi Keberlanjutan ..... 112
**BAB VI PENUTUP ..... 114**
6.1 Kesimpulan ..... 114
6.2 Saran ..... 115
6.2.1 Akademis ..... 115
6.2.2 Praktis ..... 116
**DAFTAR PUSTAKA ..... 117**
**LAMPIRAN ..... 119**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id

# DAFTAR TABEL

**Tabel 2.1 Creative Brief** ..... **22**
**Tabel 2.2 Konsep Rancangan** ..... **22**
**Tabel 2.3 Persiapan Tim (Job Desk** ..... **23**
**Tabel 2.4 Konsep Kreatif Strategi** ..... **24**
**Tabel 4.1 Tahapan Kerja Strategic Planner** ..... **55**
**Tabel 4..2 Jadwal Kegiatan** ..... **56**
**Tabel 4.3 Anggaran Biaya** ..... **57**
**Tabel 5.1 Tahapan Pembuatan Redesign Logo** ..... **59**
**Tabel 5.2 Tahapan Penggunaan Media Sosial** ..... **59**
**Tabel 5.3 Tahapan Kegiatan Offline** ..... **60**
**Tabel 5.4 Tahapan Penggunaan Go-Food & Grab Food** ..... **60**
**Tabel 5.5 Tahapan Promo Diskon** ..... **61**
**Tabel 5.6 Tahapan *Endorsement*** ..... **61**
**Tabel 5.7 Tahapan Instagram Ads** ..... **62**
**Tabel 5.9 Logo My Salad Roll** ..... **63**
**Tabel 5.10 Hasil Pembuatan Label Kemasan** ..... **74**
**Tabel 5.11 Partisipasi Konsumen** ..... **94**
**Tabel 5.12 Grafik Budgeting Sebelum Pendampingan** ..... **105**
**Tabel 5.13 Grafik Budgeting Sebelum Pendampingan** ..... **105**
**Tabel 5.14 Grafik Budgeting Selama Pendampingan** ..... **106**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



lib.mercubuana.ac.id

# DAFTAR GAMBAR


**Gambar 2.1 Produk "My Salad Roll"** ..... **16**
**Gambar 3.1 Media Sosial Intagram Salad Roll By Hoodi** ..... **25**
**Gambar 5.1 Media Sosial Instagram & Facebook "My Salad Roll"** ..... **64**
**Gambar 5.2 Media Sosial Instagram "My Salad Roll"** ..... **65**
**Gambar 5.3 Promo Diskon** ..... **67**
**Gambar 5.4 *Giveaway*** ..... **67**
**Gambar 5.5 Aplikasi Go-Food & Grab Food** ..... **69**
**Gambar 5.6 Endorsement** ..... **69**
**Gambar 5.7 Instagram Ads** ..... **70**
**Gambar 5.8 Grup Facebook My Salad Roll** ..... **71**
**Gambar 5.9 Logo "My Salad Roll"** ..... **71**
**Gambar 5.10 Design "My Salad Roll"** ..... **72**
**Gambar 5.11 Pemasangan Banner "My Salad Roll"** ..... **73**
**Gambar 5.12 Giving Card** ..... **75**
**Gambar 5.13 Hasil Foto Produk My Salad Roll** ..... **76**
**Sumber : Dokumentasi Pribadi** ..... **76**
**Gambar 5.14 Aplikasi Go-Food & Grab Food** ..... **77**
**Sumber : Akun Go-Food & Grab Food My Salad Roll** ..... **77**
**Gambar 5.15 Collaboratin dengan Smart ComputerIndo** ..... **78**
**Gambar 5.16 Collaboratin Dengan Tropicana Slim** ..... **79**
**Gambar 5.17 Collaboratin Dengan Konekin.Indo** ..... **80**
**Gambar 5.18 Alamat "My Salad Roll" di *Google Maps*** ..... **81**
**Gambar 5.19 Media Sosial Instagram "My Salad Roll"** ..... **82**
**Gambar 5.20 Insight Top Lokasi** ..... **84**
**Gambar 5.21 Insight Rentang Usia** ..... **84**
**Gambar 5.22 Insight Jenis Kelamin *(Gender)*** ..... **85**
**Gambar 5.23 Insight Followers,Waktu, Hari** ..... **85**
**Gambar 5.24 Media Sosial Facebook My Salad Roll** ..... **87**
**Gambar 5.25 Jangakuan Facebook** ..... **89**
**Gambar 5.26 Usia dan Jenis Kelamin** ..... **90**
**Gambar 5.27 Kota Terpopuler** ..... **90**
**Gambar 5.28 Konten Instagram My Salad Roll** ..... **96**
**Gambar 5.30 Dokumentasi Proses Pendampingan Perencanaan Strategi Promosi** ..... **107**
**Gambar 5.31 Konten Media Sosial Instagram** ..... **108**
**Gambar 5.32 Konten Media Sosial Instagram** ..... **109**




lib.mercubuana.ac.id