PERANAN CONTENT CREATOR MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN CITRA MEREK DAN DAYA TARIK KONSUMEN PADA UMKM RATU SNACK BOX JAKARTA

TUGAS AKHIR

APLIKATIF

SHAHIQA LAZUARDY MUROD

43122010370

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PERANAN CONTENT CREATOR MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN CITRA MEREK DAN DAYA TARIK KONSUMEN PADA UMKM RATU SNACK BOX JAKARTA

TUGAS AKHIR

APLIKATIF

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

SHAHIQA LAZUARDY MUROD

43122010370

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Shahiqa Lazuardy Murod

NIM : 43122010370

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa Tugas Akhir Project Sosial Media Management ini adalah murni hasil karya saya sendiri apabila saya mengutip hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan Tugas Akhir Project Sosial Media Management ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 September 2026



Shahiqa Lazuardy Murod

43122010370

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	: SHAHIQA LAZUARDY MUROD
NIM	: 43122010370
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PERANAN CONTENT CREATOR MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN CITRA MEREK DAN DAYA TARIK KONSUMEN PADA UMKM RATU SNACK BOX JAKARTA.
Hasil Pengecekan Turnitin	: 24%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **24%** 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, 21 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/21/0000001486/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Shahiqa Lazuardy Murod
NIM	:	43122010370
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Peranan Content Creator Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Merek dan Daya Tarik Konsumen pada UMKM Ratu Snack Box Jakarta

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 12 Agustus 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-09266868

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Penulis menyampaikan rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan izin-Nya sehingga penulis, sebagai bagian dari tim penyusun, dapat menyelesaikan penulisan skripsi terkait Tugas Akhir Proyek Media sosial sebagai alternatif skripsi bagi mahasiswa. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk memberikan pemahaman yang komprehensif kepada mahasiswa Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis mengenai dasar pemikiran serta tahapan pelaksanaan Proyek Tugas Akhir hingga ke tahap sidang. Penyusunan skripsi 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 skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari arahan, dukungan, serta bantuan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan penuh rasa hormat dan tulus, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam atas segala bentuk bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Sebagai bentuk penghargaan, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibu Riska Rosdiana, S.E., M.Si . selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelasikan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

lib.mercubuana.ac.id

4. Ibu Riska Rosdiana, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran-saran kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Diky Firdaus, S.Kom., M.M. selaku dosen Metodologi Penelitian yang telah memberikan wawasan dan saran yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Susilawati, selaku pemilik UMKM Ratu Snack Box yang telah memberikan izin dan ruang bagi penulis untuk melaksanakan proyek ini.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah dengan penuh dedikasi membagikan ilmu serta pengalaman yang sangat berharga kepada penulis
8. Kepada kedua orang tua dan kedua saudara perempuan saya tercinta dengan kasih sayang dan dukungan tiada akhir dalam meberikan do'a dan motivasi selama ini.
9. Terima kasih kepada Nurul Fadila dan Fitri Wahyuningsih, selaku rekan tim penulis yang telah menunjukkan kerja sama yang luar biasa dalam setiap tahapan penyelesaian tugas akhir proyek media sosial manajemen ini.
10. Sahabat penulis Trisna Satya Mahardika S.I.Kom yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam pengerjaan tugas akhir proyek media sosial manajemen.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Skripsi Proyek Media Sosial ini masih memiliki berbagai kekurangan dan belum mencapai kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat membuka diri terhadap setiap bentuk kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga Skripsi Proyek Media Sosial ini bermanfaat dan dapat mengubah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

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	:	Shahiqa Lazuardy Murod
NIM	:	43122010370
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Peranan Content Creator Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Merek dan Daya Tarik Konsumen pada UMKM Ratu Snack Box Jakarta

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, 24 September 2026
Yang menyatakan,



Shahiqa Lazuardy Murod

lib.mercubuana.ac.id

PERANAN CONTENT CREATOR MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN CITRA MEREK DAN DAYA TARIK KONSUMEN PADA UMKM RATU SNACK BOX JAKARTA

SHAHIQA LAZUARDY MUROD

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital menuntut Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengoptimalkan strategi pemasaran guna mempertahankan daya saing. UMKM Ratu Snack Box Jakarta menghadapi kendala berupa rendahnya keterikatan audiens *(engagement rate)*, visual konten yang monoton, serta pemanfaatan platform media sosial yang belum terarah. Proyek sosial media manajemen ini bertujuan untuk menganalisis dan mengimplementasikan peran *content creator* dalam membangun narasi visual yang konsisten guna meningkatkan citra merek *(brand image)* dan daya tarik konsumen. Metodologi pengerjaan proyek melibatkan pembagian tim kerja yang terstruktur *(social media manager, community engagement, dan content creator)* dengan menggunakan berbagai alat pendukung seperti Canva dan CapCut. Strategi pemasaran dirancang secara komprehensif melalui analisis STP, SWOT, model bisnis AIDA, penyusunan *content pillar*, serta pembuatan *content planner* yang terjadwal di Google Sheets. Konten didistribusikan secara silang *(cross-platform mirroring)* pada empat media sosial utama, yaitu Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube Short. Hasil pelaksanaan proyek menunjukkan peningkatan performa kinerja yang signifikan, di mana seluruh target produksi total sebanyak 40 postingan di setiap platform berhasil terpenuhi 100% pada periode akhir. Melalui pendekatan *storytelling* visual yang interaktif, informatif, dan menonjolkan sisi kemanusiaan *(human touch)*, proyek ini berhasil memperkuat identitas digital, membangun kedekatan personal dengan konsumen, serta mengoptimalkan efektivitas pemasaran digital UMKM Ratu Snack Box Jakarta.

Kata Kunci: *Content Creator*, Citra Merek, Daya Tarik Konsumen, UMKM, Media Sosial.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

PERANAN CONTENT CREATOR MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN CITRA MEREK DAN DAYA TARIK KONSUMEN PADA UMKM RATU SNACK BOX JAKARTA

SHAHIQA LAZUARDY MUROD

ABSTRACT

The development of digital technology requires Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to optimize their marketing strategies to maintain competitiveness. UMKM Ratu Snack Box Jakarta, a traditional snack culinary business established in 2010, faced challenges such as low audience engagement rates, monotonous content visuals, and unaligned social media platform utilization. This social media management project aims to analyze and implement the role of a content creator in building a consistent visual narrative to enhance brand image and consumer appeal. The project methodology involved a structured team division (social media manager, community engagement, and content creator) using various supporting tools such as Canva and CapCut. Marketing strategies were comprehensively designed using STP analysis, SWOT, the AIDA business model, content pillar formulation, and scheduled content planning in Google Sheets. Content was cross-distributed (cross-platform mirroring) across four major social media channels: Instagram, TikTok, Facebook, and YouTube Shorts. The project outcomes demonstrated a significant performance improvement, successfully achieving 100% completion of the production target with a total of 40 posts on each platform during the final period. Through an interactive, informative, and human-touch visual storytelling approach, this project successfully strengthened the digital identity, built personal closeness with consumers, and optimized the digital marketing effectiveness of UMKM Ratu Snack Box Jakarta.

Keywords: Content Creator, Brand Image, Consumer Appeal, MSMEs, Social Media

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 SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DIREPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Manfaat Penelitian 11
1.4.1 Bagi Mahasiswa 11
1.4.2 Bagi Perguruan Tinggi 12
BAB II LANDASAN TEORI **13**
2.1 Proyek-Proyek Terkait 13
2.2 Platform Yang Digunakan 31
2.2.1 Elemen-Elemen Pendukung 36
2.2.2 Teori dan Pengertian 42
BAB III METODOLOGI PENGERJAAN PROYEK **55**
3.1 Tempat dan Objek Perusahaan 55
3.1.1 Tempat Proyek 55
3.1.2 Objek Proyek 56

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

3.2 Pembagian Tim Kerja 57
3.3. Time Schedule Kegiatan 60
3.4 Target Luaran/ Social Networking Sites 61
3.5 Customer Journey 65
3.5.1 Brand UMKM 65
3.5.2 Jenis dan Karakter Media Sosial 66
3.5.3 *Segmenting, Targeting, Positioning (STP)* 72
3.5.4 *Competitor Analysis* 75
3.5.5 Attention, Interest, Desire, dan Action (AIDA) 80
3.5.6 *Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT)* 83
3.6 Penentuan Platform Media Sosial dan Tools 89
3.7 Rancangan Desain Tampilan 102
3.8 Rencana Organisasi Tim 104
BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA 107
4.1 *Content Creator* 107
4.1.1 Menulis dan Menyusun Ide 107
4.1.2 Menyusun Content Pillar 108
4.1.3 Penyusunan dan Pembuatan Konten 111
4.1.4 *Brainstorming Creativity* 118
4.1.5 Pengembangan Grafis dan Desain 119
4.1.6 *Social Media Essential* 124
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 159
5.1 Kesimpulan 159
5.2 Saran 159
5.2.1 Saran Teoritis 159
5.2.2 Saran Praktisi 160
DAFTAR PUSTAKA 161
LAMPIRAN 172

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Permasalahan Umum UMKM 2
Tabel 1. 2 Media Sosial Ratu Snack Box sebelum Project 7
Tabel 3. 1 Pembagian Kerja Tim 58
Tabel 3. 2 Tabel Time Schedule 60
Tabel 4. 1 *Content Plan Instagram* 129
Tabel 4. 2 *Content Plan Facebook*.....133
Tabel 4. 3 *Content Plan Tiktok* 136
Tabel 4. 4 *Content Plan Youtube* 139
Tabel 4. 5 Perbandingan Akun Media Sosial Sebelum dan Setelah Proyek.....152

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data 15 Media Sosial Terpopuler Global Bulan Februari Tahun 2025. 5
Gambar 1. 2 Akun Instagram UMKM Ratu Snack Box Saat Ini 7
Gambar 1. 3 Akun TikTok UMKM Ratu Snack Box Saat Ini 7
Gambar 1. 4 Tidak Terdapat Akun YouTobe UMKM Ratu Snack Box 7
Gambar 1. 5 Akun Facebook UMKM Ratu Snack Box Saat Ini 7
Gambar 3. 1 Tempat dan Objek UMKM 55
Gambar 3. 2 Logo Ratu Snack Box 102
Gambar 3. 3 Mockup Instagram 103
Gambar 4.1 *Bank Ideas* 108
Gambar 4. 2 Content Planner Instagram 112
Gambar 4. 3 Content Planner Facebook 112
Gambar 4. 4 Content Planner Tiktok 112
Gambar 4. 5 Content Planner Youtube 113
Gambar 4. 6 *Content Type* 114
Gambar 4. 7 *Content Pillar* 114
Gambar 4. 8 Penyusunan *Copy Writing* 116
Gambar 4. 9 Palet Warna 119
Gambar 4. 10 Jenis Font 121
Gambar 4. 11 Desain lama feeds Instagram 121
Gambar 4. 12 Desain baru feeds Instagram 122
Gambar 4. 13 Desain Video Pendek 123
Gambar 4. 14 Profil Instagram Ratu Snack Box 124
Gambar 4. 15 Profil Facebook Ratu Snack Box 125
Gambar 4. 16 Profil Tiktok Ratu Snack Box 126
Gambar 4. 17 Profil Youtube Ratu Snack Box 127
Gambar 4. 18 Performa Akun Instagram 143
Gambar 4. 19 Performa Facebook 144
Gambar 4. 20 Performa Tiktok 145
Gambar 4. 21 Performa Youtube 146
Gambar 4. 22 Penanganan Reputasi 148

lib.mercubuana.ac.id

Gambar 4. 23 Riwayat Pemasangan Tikotk Ads 149
Gambar 4. 24 Contoh Tren Viral 151
Gambar 4. 25 Konten tren yang sudah di adaptasi..... 151
Gambar 4. 26 Profil Instagram Sebelum Proyek 152
Gambar 4. 27 Profil Instagram Setelah Proyek..... 152
Gambar 4. 28 Profil Facebook Sebelum Proyek..... 153
Gambar 4. 29 Profil Facebook Setelah Proyek 153
Gambar 4. 30 Profil Tiktok Sebelum Proyek..... 154
Gambar 4. 31 Profil Tiktok Setelah Proyek 154
Gambar 4. 32 Bukti Belum Memiliki Akun Youtube..... 155
Gambar 4. 33 Profil Youtube Setelah Proyek..... 155
Gambar 4. 34 KPI Content Creator Bulan Juni-Juli 156
Gambar 4. 35 KPI Content Creator Bulan Agustus-November..... 156
Gambar 4. 36 KPI Content Creator Bulan Desember-Maret 157
Gambar 4. 37 KPI Content Creator Bulan April-Mei 157
Gambar 4. 38 Profil Instagram Sebelum Proyek 195
Gambar 4. 39 Profil Instagram Setelah Proyek..... 195
Gambar 4. 40 Profil Facebook Sebelum Proyek..... 196
Gambar 4. 41 Profil Facebook Setelah Proyek 196
Gambar 4. 42 Profil Tiktok Sebelum Proyek..... 197
Gambar 4. 43 Profil Tiktok Setelah Proyek..... 197
Gambar 4. 44 Bukti Belum Memiliki Akun Youtube..... 198
Gambar 4. 45 Profil Youtube Setelah Proyek..... 198

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Kerjasama dengan Mitra UMKM 172
Lampiran 2 Time Schedule Proyek Media Sosial..... 173
Lampiran 3 *Bank Ideas* 173
Lampiran 4 *Copy Writing*..... 174
Lampiran 5 Palet Warna..... 174
Lampiran 6 Jenis Font..... 174
Lampiran 7 Desain Instagram 175
Lampiran 8 Desain Video Pendek..... 176
Lampiran 9 Profil Sosial Media Ratu Snack Box 176
Lampiran 10 *Content Planner*..... 178
Lampiran 11 Performa Akun Sosial Media 191
Lampiran 12 Penanganan Reputasi..... 193
Lampiran 13 Riwayat Pemasangan Iklan..... 193
Lampiran 14 Konten Viral 194
Lampiran 15 Perbandingan Akun Media Sosial Sebelum dan Setelah Proyek .. 195
Lampiran 16 *Key Performance Indicator* 198

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id