



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Communication
Nenden Yersi Nurulalfi
44516010008

Strategi Manajemen Media Sosial Pada UMKM Opak Melati Pandeglang Banten

Jumlah Halaman: xii + 93 halaman + Lampiran

Bibliografi: 38 acuan, Tahun 2000 - 2019

ABSTRAK

Media internet atau media baru yang sekarang banyak dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis adalah media sosial *Facebook* dan *Instagram*. Kedua media sosial tersebut sangat diminati oleh para pelaku usaha, terutama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk jual mereka. Namun, tidak semua UMKM mengetahui dan memahami bagaimana strategi yang tepat dan sesuai dalam menggunakan media sosial untuk bisnis.

UMKM Opak Melati berada di Kampung Wakap, Sukaratu, Pandeglang Banten. Memproduksi Opak varian rasa yang sudah memiliki sertifikasi halal, PIRT, dan sertifikasi makanan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan. Namun dengan kemampuan dan kekuatan yang dimiliki, mereka hanya melakukan penjualan secara *offline* saja yaitu di pasar-pasar sekitar Pandeglang dan sama sekali tidak memanfaatkan media sosial dalam melakukan penjualannya. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM Opak Melati kurangnya edukasi dalam menggunakan media sosial.

Tugas Akhir Peduli Negeri ini bertujuan untuk memberikan edukasi, pelatihan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM Opak Melati mengenai bagaimana memanfaatkan media sosial *Facebook* dan *Instagram* untuk bisnis dengan menggunakan metode Komunikasi Assifi dan French serta berdasarkan konsep strategi manajemen media sosial seperti menentukan target sasaran, pemilihan jenis media, pengelolaan konten, penggunaan *caption*, dan melakukan evaluasi terhadap konten.

Hasil dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini, para pelaku UMKM Opak Melati yang sebelumnya tidak memiliki media sosial, saat ini sudah memiliki akun media sosial *Facebook*, *FanPage*, dan *Instagram* yang telah diisi dengan konten-konten variatif dan memiliki 27 *post* serta 107 *followers* di *Instagram*.

Kata Kunci: *Strategi Manajemen, Media Sosial, UMKM Opak Melati*



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Field of Digital Communication Studies
Nenden Yersi Nurulalfi
44516010008

Social Media Management Strategies on Opak Melati MSMEs Pandeglang Banten

Number of Pages: xii + 93 pages + Attachment
Bibliography: 38 references, years of 2000 - 2019

ABSTRACT

The Internet or new media that are now widely used for business development are social media Facebook and Instagram. Both of these social media are very interested in businesses, especially Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to introduce and promote their selling products. However, not all MSMEs know and understand how the right and appropriate strategy in using social media for business.

Opak Melati MSMEs are in Wakap Village, Sukaratu, Pandeglang Banten. Producing Opak flavors that already have halal certification, PIRT, and food certification from the Food and Drug Supervisory Agency. However, with the ability and strength they have, they only sell offline only in markets around Pandeglang and do not utilize social media in making sales. This is because of the actors of Opak Melati MSMEs' lack of education in using social media.

This Final Project is aimed at providing education, training and mentoring to Opak Melati MSME practitioners on how to utilize Facebook and Instagram social media for business using Assifi and French Communication methods and based on the concept of social media management strategies such as setting targets, selecting species media, content management, use of captions, and evaluating content.

As a result of the training and mentoring activities, Opak Melati MSME practitioners who previously did not have social media, currently have Facebook, FanPage, and Instagram social media accounts that have been filled with varied content and have 27 posts and 107 followers on Instagram

Keywords: *Management Strategy, Social Media, Opak Melati MSME*