



**PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST* DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* UMKM SOTO BETAWI TERASKU**

**TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI**

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Disusun oleh

**JOHANES SUMARGO**

**44518010022**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Digital Komunikasi  
Johanes Sumargo  
44518010022

Peran *Social Media Specialist* Dalam Membangun *Brand Awareness*  
UMKM Soto Betawi Terasku  
Bibliografi: 6 Bab, 82 halaman + Lampiran + 4 Buku + 10 Internet +  
15 penelitian ilmiah

### ABSTRAK

UMKM merupakan usaha yang berdiri sendiri dan dilakukan secara perorangan atau badan usaha yang ada di sektor ekonomi. UMKM bergerak di berbagai bidang mulai dari fashion, teknologi, kosmetik, kuliner, otomatis, cinderamata, dan agrobisnis. Salah satu UMKM yang berkembang secara pesat adalah kuliner, karena kuliner berkaitan dengan kebutuhan pokok utama manusia yaitu makanan dan minuman. Di masa pandemi pemilik UMKM harus bisa mengikuti digitalisasi dengan seiringnya berkembangnya teknologi di masa sekarang, salah satunya dengan menggunakan sosial media. Penulis dan tim akan melakukan pendampingan yaitu penggunaan sosial media Instagram untuk mitra kami yakni UMKM Soto Betawi Terasku. UMKM Soto Betawi Terasku berada di Jl. Alpukat 3, Nomor 3A RT/RW 004/002, Tanjung Duren Utara, Grogol Petamburan, Jakarta Barat. Memproduksi Soto Betawi Terasku yang sudah memiliki sertifikasi halal, dengan kemampuan dan kekuatan yang dimiliki, mereka hanya melakukan penjualan secara *offline*. Hal ini dikarenakan para pelaku Soto Betawi Terasku kurangnya edukasi dalam media sosial. Penulis beserta tim Tugas Akhir Peduli Negeri berdiskusi untuk membuat beberapa perencanaan di setiap *jobdescnya* masing-masing seperti penulis sebagai *Social Media Specialist* yang bertugas di media sosial dalam mengatur waktu postingan, membuat hastag, memakai fitur *Instagram Ads*, dan membuat caption. Tugas Akhir Peduli Negeri ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pendampingan kepada pelaku UMKM Soto Betawi Terasku mengenai bagaimana memanfaatkan media sosial *Instagram* untuk bisnis. *Social Media Specialist* mempunyai pekerjaan seperti menentukan ide konten, membuat jadwal postingan, menghitung *engagement*, melihat insight, membuat *hastag*, dan membuat caption. Hasil dari kegiatan pendampingan dan pelatihan ini, pelaku UMKM Soto Betawi Terasku yang sebelumnya tidak memiliki media sosial, saat ini sudah memiliki media sosial *Instagram*, *gmail*, *Google location*, dan *linktree* yang sudah terhubung dengan aplikasi *Go-Food*, *Grab-food*, *Shopeefood*, dan *Traveloka eats*. Untuk *Instagram* sendiri sudah di isi 32 postingan serta 123 *followers*.

**Kata Kunci:** *Social Media Specialist, Media Sosial, UMKM Soto Betawi Terasku*



Mercu Buana University  
Faculty of Communication  
Digital Communication Major  
Johanes Sumargo  
44518010022

Social Media Specialist Role in Building Brand Awareness Soto Betawi Terasku MSME

Bibliography: 6 chapters, 82 pages + attachment + 4 books + 10 internet articles + 15 scientific researches

### ABSTRACT

MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) are an independent businesses and are carried out by individually or in business entities in the economic sector. One of the MSMEs that is developing rapidly is the culinary sector, because culinary is related to the main basic human needs, food and beverages. During the pandemic, MSMEs owners must be able to keep up with digitalization along with the development of today's technology, one of which is by using social media. The author and the team will provide assistance for the usage of Instagram for our culinary MSME partner, Soto Betawi Terasku. Soto Betawi Terasku is located on Alpukat Road 3, Number 3A RT/RW 004/002, North Tanjung Duren, Grogol Petamburan, West Jakarta. Producing Soto Betawi Terasku that already has a halal certification, with the ability and strength they have, they only selling their products offline. This is because the Soto Betawi Terasku Team are lack of education in social media. The author and the Student Social Responsibility Task Team discussed to make some plans in each of their respective job descriptions, such as the author who is a Social Media Specialist will responsible on Instagram in managing posting schedules, creating hashtags, using the Instagram ads feature, and making captions. This Student Social Responsibility Task aims to provide education and assistance to Soto Betawi Terasku Team on how to use Instagram for business. Social Media Specialist is responsible to determining content ideas, managing posting schedules, calculating engagement rates, viewing insights, creating hashtags, and making captions. The result of this mentoring and training activities, the Soto Betawi Terasku Team who previously did not have social media, they now have Instagram, Gmail, Google Location and Linktree which are connected to GoFood, GrabFood, ShopeeFood and Traveloka Eats applications. The Instagram itself already has 32 posts and 123 folowers.

**Keywords:** *Social Media Specialist, Social Media, Soto Betawi Terasku MSME*

## LEMBAR PENYATAAN MAHASISWA



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Johanes Sumargo  
NIM : 44518010022  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Komunikasi Digital

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul: **PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS UMKM SOTO BETAWI TERASKU** 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, 4 Maret 2022

Yang,



(Johanes Sumargo)

Mengetahui

Pembimbing I

(Andri Budiwidodo, M.Ikom)

Pembimbing II

(Muthia Rahayu, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST* DALAM  
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* UMKM SOTO  
BETAWI TERASKU**

Nama : Johanes Sumargo

NIM : 44518010022

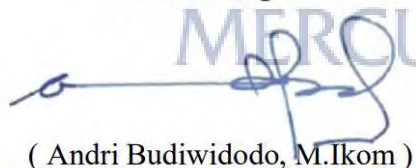
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Komunikasi

Jakarta, 04 Februari 2022

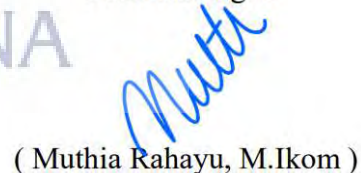
Mengetahui,

Pembimbing I



( Andri Budiwidodo, M.Ikom )

Pembimbing II



( Muthia Rahayu, M.Ikom )

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR**

Judul : **PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST* DALAM  
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* UMKM SOTO  
BETAWI TERASKU**

Nama : Johanes Sumargo


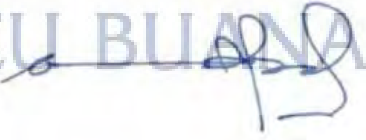

NIM : 44518010022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

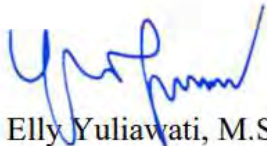
Bidang Studi : Digital Komunikasi

Jakarta, 04 Februari 2022

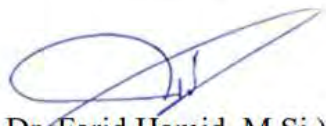
Disetujui dan diterima oleh,

|   |  |   |
|---|--|---|
| Ketua Bidang Studi<br>Digital Communications  | Pembimbing I   | Pembimbing II   |
|  |  |  |
| (Rika Yessica Rahma,<br>M.Ikom)   | (Andri Budiwidodo,<br>M.Ikom)  | (Muthia Rahayu,<br>M.Ikom)  |

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

  
( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )

Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi

  
( Dr. Farid Hamid, M.Si )



**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST* DALAM  
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* UMKM SOTO  
BETAWI TERASKU**

Nama : Johanes Sumargo

NIM : 44518010022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Komunikasi

Jakarta, 04 Februari 2022

Ketua Sidang

Rika Yessica Rahma, M.Ikom



(.....)

Penguji Ahli,

Mardhiyyah, M.Ikom



(.....)

Pembimbing I

Andri Budiwidodo, M.Ikom



(.....)

Pembimbing II

Muthia Rahayu, M.Ikom



(.....)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kasih dan hikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini dengan judul “**PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST* DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* UMKM SOTO BETAWI TERASKU**”.

Adapun tujuan dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan studi strata 1 (S-1) yang harus dipenuhi bagi mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi Digital.

Dalam usaha untuk menyusun laporan tugas akhir ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan yang tak ternilai dari berbagai pihak, baik berupa dukungan, kritik, hingga saran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Andri Budiwidodo, M. Ikom selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, memberikan solusi, dan memberikan arahan selama penyusunan laporan tugas akhir peduli negeri
2. Ibu Muthia Rahayu, M. Ikom selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, memberikan nasihat, dan memberikan semangat selama menyusun tugas akhir peduli negeri.
3. Ibu Rika Yessica Rahma, M. Ikom selaku ketua bidang studi komunikasi digital yang selalu mendukung, semangat untuk penulis dan tim TAPN sehingga tugas akhir TAPN bisa berjalan dengan lancar.
4. Bapak Fachran Nadyal Kaffy yang telah menerima dengan baik penulis dan tim untuk melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan tugas



akhir peduli negeri serta menjembatani penulis dan tim untuk melakukan kegiatan tugas akhir peduli negeri pada UMKM Soto Betawi Terasku.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana terima kasih atas ilmu yang sangat berharga, terimakasih atas segala dukungan dan motivasi untuk penulis sarjana.
6. Seluruh staff Tata Usaha (TU) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak bantuan dan kerjasama dalam pemenuhan dokumen atau surat-surat yang dibutuhkan untuk laporan tugas akhir peduli negeri.
7. Tim TAPN yang saya sayangi, Muhammad Zaidane Firdaus selaku Strategi promosi dan Bagas Putra Sejati selaku pembuatan konten yang telah berhasil berjuang dan bertahan hingga akhir laporan tugas akhir peduli negeri ini dapat terselesaikan dengan baik, terima kasih banyak.
8. Kedua orang tua beserta kedua kakak saya, yaitu papa tercinta Tji Nam, mama tersayang Kwan Ing Tjiek, lalu kedua kakak saya yaitu Susilowati dan Deny yang telah memberikan do'a, serta dukungan baik moril maupun materiil yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
9. Sahabat-sahabat digicom 2018 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih karena telah memberikan masukan, saran, dan nasihat kepada penulis dan tim dalam kegiatan ataupun laporan tugas akhir peduli negeri ini.

Jakarta,04 Februari 2022



Johanes Sumargo

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| ABSTRAK .....                                | i    |
| ABSTRACT .....                               | ii   |
| LEMBAR PENYATAAN MAHASISWA .....             | iii  |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....             | iv   |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR..... | v    |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....      | vi   |
| KATA PENGANTAR.....                          | vii  |
| DAFTAR ISI.....                              | ix   |
| DAFTAR GAMBAR.....                           | xiii |
| DAFTAR TABEL .....                           | xv   |
| BAB I PENDAHULUAN.....                       | 1    |
| 1.1 Analisis Situasi.....                    | 1    |
| 1.2 Permasalahan Mitra.....                  | 7    |
| 1.3 Solusi.....                              | 7    |
| 1.4 Target Luaran.....                       | 7    |
| 1.5 Signifikasi Proyek.....                  | 7    |
| 1.5.1 Manfaat Sosial.....                    | 7    |
| 1.5.2 Manfaat Akademis.....                  | 7    |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN .....</b>                               | <b>9</b>  |
| <b>2.1 Demografis UMKM Soto Betawi Terasku, Tanjung Duren, Jakarta Barat .....</b> | <b>9</b>  |
| <b>2.2 Permasalahan UMKM Soto Betawi Terasku .....</b>                             | <b>11</b> |
| <b>2.3 Kompetitor Mitra .....</b>  | <b>11</b> |
| <b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERANCANGAN.....</b>                        | <b>13</b> |
| <b>3.1 Komunikasi .....</b>  | <b>13</b> |
| <b>3.2 Komunikasi Digital.....</b>   | <b>13</b> |
| <b>3.3 New Media.....</b>  | <b>13</b> |
| <b>3.4 Media Sosial .....</b>  | <b>14</b> |
| <b>3.5 Instagram .....</b>   | <b>14</b> |
| <b>3.5.1 Fitur Instagram.....</b>  | <b>15</b> |
| <b>3.6 Brand Awareness.....</b>  | <b>19</b> |
| <b>3.7 Teori AISAS .....</b>   | <b>19</b> |
| <b>3.8 Analisis SWOT .....</b>   | <b>20</b> |
| <b>3.9 Primetime Instagram .....</b>   | <b>20</b> |
| <b>3.10 Instagram Ads.....</b>   | <b>21</b> |
| <b>3.11 Kuliner.....</b>   | <b>21</b> |
| <b>3.11.1 Kuliner Dalam Media Sosial.....</b>                                      | <b>22</b> |
| <b>3.12 Social Media Specialist.....</b>   | <b>22</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.12.1 Tugas Social Media Specialist.....                      | 23        |
| 3.13 UMKM .....  | 24        |
| 3.14 Promosi.....  | 24        |
| 3.15 Engagement Rate.....                                      | 24        |
| <b>BAB IV METODE PELAKSANAAN.....</b>                          | <b>26</b> |
| 4.1 Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah .....               | 26        |
| 4.1.1 Observasi .....  | 26        |
| 4.1.2 Wawancara.....   | 27        |
| 4.1.3 Diskusi.....   | 27        |
| 4.1.4 Simulasi.....  | 28        |
| 4.2 Tahapan Kegiatan .....                                     | 28        |
| 4.2.1 Perencanaan .....  | 28        |
| 4.2.2 Pelatihan .....  | 29        |
| 4.2.3 Pendampingan.....  | 29        |
| 4.2.4 Masa Lepas Pendampingan .....                            | 30        |
| 4.2.5 Evaluasi.....  | 30        |
| 4.3. Tahapan Kerja Social Media Specialist .....               | 30        |
| 4.4 Teknik Komunikasi.....                                     | 31        |
| 4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan..... | 32        |
| 4.5.1 Jadwal Kegiatan Post konten .....                        | 33        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.5.2 Kegiatan Publikasi Konten .....                           | 33        |
| 4.6 Anggaran Kegiatan .....                                     | 34        |
| 4.7 Publikasi Luaran .....                                      | 35        |
| <b>BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN .....</b> | <b>43</b> |
| 5.1 Teknik Komunikasi .....                                     | 43        |
| 5.2 Tahap Pelaksanaan .....                                     | 44        |
| 5.3 Hasil Kegiatan.....   | 45        |
| 5.4 Partisipasi Pelaku UMKM Soto Betawi Terasku .....           | 57        |
| 5.5 Analisa kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan .....  | 58        |
| 5.5.1 Analisa Kegiatan .....                                    | 58        |
| 5.5.2 Kendala dan Solusi .....                                  | 60        |
| 5.5.3 Potensi Keberlanjutan .....                               | 61        |
| 5.5.4 Evaluasi.....   | 63        |
| <b>BAB VI PENUTUP .....</b>                                     | <b>66</b> |
| 6.1 Kesimpulan .....  | 66        |
| 6.2 Saran-saran .....   | 67        |
| 6.2.1 Saran Praktis.....  | 67        |
| 6.2.2 Saran Akademis .....                                      | 67        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                     | <b>68</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>  | <b>72</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| GAMBAR 2. 1. Observasi Soto Betawi Terasku .....  | 9  |
| GAMBAR 2. 2. Produk Soto Betawi Terasku .....   | 10 |
| GAMBAR 5. 1. Penulis sedang memaparkan materi tentang bagaimana mengelola media sosial.....                             | 43 |
| GAMBAR 5. 2. Tahap kegiatan.....  | 44 |
| GAMBAR 5. 3. Akun Media sosial Instagram Soto Betawi Terasku .....  | 45 |
| GAMBAR 5. 4. Akun Gmail Soto Betawi Terasku yang terhubung dengan media sosial Instagram .....                          | 45 |
| GAMBAR 5. 5. Lokasi Soto Betawi Terasku di Google .....   | 46 |
| GAMBAR 5. 6. Data Insight dari Iklan Soto Betawi Terasku selama kegiatan pendampingan .....                             | 47 |
| GAMBAR 5. 7. Linktree Soto Betawi Terasku .....   | 47 |
| GAMBAR 5. 8. Konten di Instagram Soto Betawi Terasku yang sudah terupload .....   | 48 |
| GAMBAR 5. 9. Konten potensial di Instagram Soto Betawi Terasku dan beberapa interaksi dengan para <i>follower</i> ..... | 49 |
| GAMBAR 5. 10. Highlight beberapa aktifitas Soto Betawi Terasku.....   | 50 |
| GAMBAR 5. 11. Konten-konten di InstaStory yang sudah terupload .....  | 50 |
| GAMBAR 5. 12. <i>Insight</i> InstaStory Soto Betawi Terasku dari aktifitas bersama <i>followers</i> .....               | 56 |



**GAMBAR 5. 13. Insight Audience Instagram Soto Betawi Terasku ..... 57**

**GAMBAR 5. 14. Diskusi terhadap konten Soto yang akan diupload ..... 57**



## DAFTAR TABEL

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabel 4. 1. Jobdesk Team .....</b>                                      | <b>26</b> |
| <b>Table 4. 2. Indikator Keberhasilan.....</b>                             | <b>32</b> |
| <b>Table 4. 3. Jadwal kegiatan post konten .....</b>                       | <b>33</b> |
| <b>Table 4. 4. Publikasi Konten .....</b>                                  | <b>33</b> |
| <b>Table 4. 5. Pemasukan uang kas .....</b>                                | <b>34</b> |
| <b>Table 4. 6. Pengeluaran .....</b>                                       | <b>34</b> |
| <b>Table 4. 7. Publikasi Luaran .....</b>                                  | <b>35</b> |
| <b>Tabel 4. 8. 1. Timeline Konten Sosial Media Instagram .....</b>         | <b>36</b> |
| <b>Table 5. 1. Hasil perhitungan insight .....</b>                         | <b>51</b> |
| <b>Table 5. 2. Tabel Indikator Keberhasilan dan Tidak Berhasil.....</b>    | <b>63</b> |
| <b>Table 5. 3. Tabel <i>before - after</i> kegiatan pendampingan .....</b> | <b>64</b> |