



**PENDAMPINGAN KONTEN PROMOSI DIGITAL DI MASA PANDEMI
COVID-19 PADA MITRA BAKSO AHAN DI TANGERANG SELATAN
SELAMA OKTOBER 2020 – MARET 2021**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Disusun oleh:

Aishah Rizkananda

44317110021

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**



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

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : **PENDAMPINGAN KONTEN PROMOSI DIGITAL DI MASA
PANDEMI COVID-19 PADA MITRA BAKSO AHAN DI
TANGERANG SELATAN SELAMA OKTOBER 2020 – MARET 2021**

Nama : Aishah Rizkananda

NIM : 44317110021

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 6 Agustus 2021
Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si)

(Sandy Permata S.Sos, M.Ikom)

MERCU BUANA



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : **PENDAMPINGAN KONTEN PROMOSI DIGITAL DI MASA
PANDEMI COVID-19 PADA MITRA BAKSO AHAN DI
TANGERANG SELATAN SELAMA OKTOBER 2020 – MARET 2021**

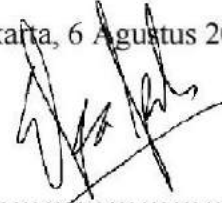
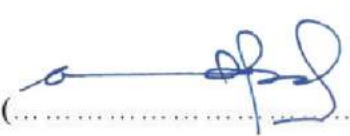


Nama : Aishah Rizkananda

NIM : 44317110021

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 6 Agustus 2021

1. Ketua Sidang
Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

(.....)
2. Penguji Ahli
Andri Budiwidodo S.Sos, M.Ikom

(.....)
3. Pembimbing I
Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si

(.....)
4. Pembimbing II
Sandy Permata, S.Sos, M.Ikom

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : **PENDAMPINGAN KONTEN PROMOSI DIGITAL DI MASA
PANDEMI COVID-19 PADA MITRA BAKSO AHAN DI
TANGERANG SELATAN SELAMA OKTOBER 2020 – MARET 2021**

Nama : Aishah Rizkananda

NIM : 44317110021

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 6 Agustus 2021
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I

(Dewi Sad Tanti S. Sos, M.Si)

Pembimbing II

(Sandy Permata S. Sos, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aishah Rizkananda

NIM : 44317110021

Konsentrasi : Advertising & Marketing Communication

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya dengan judul: **Pendampingan Konten Promosi Digital di Masa Pandemi COVID-19 Pada Mitra Bakso Ahan di Tangerang Selatan Selama Oktober 2020 – Maret 2021** merupakan hasil karya sendiri yang benar atas keasliannya dan merupakan hasil dari studi Pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusan dari pihak Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari karya yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Demikianlah pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 6 Agustus 2021



Aishah Rizkananda

Pembimbing I



(Dewi Sad Tanti, S. Sos, M.Si)

Pembimbing II



(Sandy Permata, S.Sos, M.Ikom)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang mana atas segala limpahan rahmat dariNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Pendampingan Konten Promosi Digital Di Masa Pandemi COVID-19 Pada Mitra Bakso Ahan di Tangerang Selama Oktober 2020 – Maret 2021.”

Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication, Universitas Mercu Buana.

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tentunya penulis menemukan berbagai kendala namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak, penulis akhirnya mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si selaku pembimbing I dalam proses pembuatan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang sudah memberikan bimbingan, dukungan tenaga, waktu, pikiran, serta pengajaran, sehingga dapat terselesaikannya laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
2. Ibu Sandy Permata, S.Sos, M.Ikom selaku pembimbing II yang bersama Ibu Dewi senantiasa sabar dalam memberikan bimbingan, dan dukungan dalam bentuk tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran hingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
3. Bapak. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
4. Ibu Eka Perwitasari, S.Sos, MA selaku Ketua Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communications Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.

5. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selalu Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communications Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Seluruh teman-teman angkatan 31 dan teman-teman angkatan lain yang telah mengisi hari-hari perkuliahan menjadi semakin menyenangkan. Terutama sahabat seperjuangan, kakak, sekaligus mentor bagi saya di kehidupan perkuliahan Kak Canra, Kak Emy, dan Kak Wiswan yang selalu saling *support* selama perkuliahan dan senantiasa memberikan dukungan untuk proses selesainya laporan ini.
8. Segenap staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu penulis selama proses perkuliahan hingga penulisan laporan ini.
9. Bapak dan Ibu Ahwan, selaku pemilik Bakso Ahan yang telah memberikan saya kesempatan untuk membantu mengembangkan bisnis kuliner Bakso Ahan melalui Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
10. Orang tua saya, Ibu, Ayah, serta adik saya yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa serta kasih sayang selama proses perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
11. Sahabat saya, Julia dan Agil yang selalu ada untuk membantu saya jika mengalami kendala dalam proses penulisan laporan ini.
12. Seluruh pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih penulis karena telah membantu penulis selama penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi Tugas Akhir Peduli Negeri ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengetahuan dan

pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.

Akhir kata rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya. Semoga Tuhan senantiasa mencurahkan rahmat dan hidayahNya kepada setiap pihak yang telah membantu penulis dalam proses penulisan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.

Jakarta, 3 Juli 2021

Aishah Rizkananda



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Aishah Rizkananda
44317110021

Pendampingan Konten Promosi Digital Di Masa Pandemi COVID-19 Pada Mitra
Bakso Ahan di Tangerang Selatan Selama Oktober 2020 – Maret 2021

Jumlah Halaman : xii + 120 halaman + lampiran

Bibliografi : 28 acuan, tahun 2003 - 2020

ABSTRAK

Digital marketing menjadi strategi yang harus diadaptasi oleh banyak industri untuk dapat memperluas pemasarannya dan siap menghadapi era persaingan baru, terutama di masa pandemi ini. Hal ini tentunya juga dialami oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang di masa pandemi ini mengalami keterbatasan untuk menjangkau konsumen secara langsung. Namun adaptasi *digital marketing* saja tidak cukup, tanpa diiringi dengan penyesuaian dan pemaksimalan konten di masing-masing *platform*nya.

UMKM Bakso Ahan berada di wilayah Alam Sutera, Tangerang Selatan, Banten. Memproduksi kuliner bakso ikan khas Pontianak dengan produk utama bakso ikan telur asin. Meski memiliki produk yang unik, banyak *loyal customer* maupun *potential customer* masih belum mengenal produk Bakso Ahan dengan baik karena masih kurangnya Bakso Ahan dalam mengkomunikasikan produknya kepada customer terutama melalui konten *digital marketing*, yang sebenarnya konten juga memegang peranan penting dalam proses keputusan pembelian konsumen terhadap produk Bakso Ahan.

Tugas Akhir Peduli Negeri ini bertujuan untuk memberikan edukasi, mengenalkan, memberikan pelatihan serta pendampingan kepada mitra UMKM Bakso Ahan tentang *digital marketing content development*, *content mapping* dan *content designing* sehingga mitra dapat lebih mengenalkan produknya kepada *customer* atau *audience* yang lebih luas lagi.

Hasil dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini adalah, kemampuan mitra untuk memproduksi konten *marketing* menjadi meningkat mulai dari kemampuan untuk memproduksi foto produk, memproduksi konten instagram, facebook, serta membuat *copywriting* yang menarik untuk di halaman *Google My Business*, deskripsi *e-commerce* dan *online food delivery platforms*, hingga editing konten video. Hasil dari kemandirian produksi konten ini memberikan dampak pada turut naiknya *engagement rate* konten di *social media* Instagram Bakso Ahan, serta turut naiknya pendapatan mitra hingga 26% selama masa pendampingan. Penambahan *design* pada tampilan visual outlet mitra juga berhasil menarik konsumen *offline* yang melewati outlet mitra di Pasar 8 Alam Sutera.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Content Marketing*, COVID-19, UMKM, Bakso Ahan



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Field of Advertising & Marketing Communication
Aishah Rizkananda
44317110021

Digital Marketing Promotion Strategy Mentoring for MSMEs Bakso Ahan Tangerang during pandemic COVID-19 situation from October 2021 – March 2021.

Number of pages: xii + 120 pages + attachments

Bibliography : 28 references, years of 2003 - 2020

ABSTRACT

Digital marketing has been a strategic that must be adapted by many industries to be able to expand their marketing and ready to face a new competition era, especially during this pandemic situation. It also experienced by Micro, Small, and Medium Enterprise (MSMEs) which have a limitation to reach an offline customers directly. However, adapting digital marketing isn't enough without complete and maximize it with an appropriate content for each platforms.

Bakso Ahan is a MSMEs located in Alam Sutera, South Tangerang, Banten that producing fish ball, a Pontianak specialty culinary with the main product salted egg fishball. Despite having a unique product, there are still many potential customers that isn't familiar with Bakso Ahan. It because the lack of communication content, especially through digital marketing, which actually plays an important role in the customer purchase decision.

This TAPN project aims to provide education, training, and mentoring to Bakso Ahan about digital marketing content development, content mapping, and content designing, so the partners can reach a wider audience and selling more products.

The result of this training and mentoring activity is, there was an increased in partner's ability to produce an interesting product photos, created content mapping, generate content for social media, and create and attractive copywriting for Google My Business, created a descriptions for selling products through e-commerce and online food delivery platforms, to video content editing. The impact from this content marketing mentoring are succeed to increasing an engagement rate of Bakso Ahan's instagram, as well as an the are an increasing too in partner income by 26% during mentoring period. The addition of designs that provided for visual appearance of partner's outlet has also succeeded in attracting offline customers who passed through Bakso Ahan outlet at Pasar 8 Alam Sutera.

Keywords: *Digital Marketing, Content Marketing, COVID-19, UMKM, Bakso Ahan*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Kegiatan	13
1.4 Manfaat.....	14
1.4.1 Manfaat Akademis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
1.4.3 Manfaat Sosial.....	15
1.5 Kondisi dan Potensi Wilayah	15
1.5.1 Fisik.....	15
1.5.2 Sosial	16
1.5.3 Ekonomi	16
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	18
2.1 Kondisi Masyarakat Sasaran	18
2.2 Segmentasi, Target dan <i>Positioning</i>	21
2.3 Data Penjualan.....	22
2.4 <i>Marketing Mix</i> 4P (<i>Product, Price, Promotion</i> dan <i>Place</i>).....	24
2.5 Permasalahan yang dihadapi Masyarakat Sasaran	25
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	30
3.1 Penelitian Terdahulu.....	30
3.2 Rujukan Karya.....	35
3.2.1 BAKSO JWR	35
3.2.2 Bakso Malimping.....	41
3.3 Konsep.....	42
3.3.1 Komunikasi Pemasaran.....	42
3.3.2 Digital Marketing	45
3.3.3 Social Media Marketing.....	47
3.3.4 Social Media Optimization	49
3.3.5 <i>Digital Marketing Tools</i>	50
3.3.6 Content Marketing	59
3.3.7 <i>Online Copywriting</i>	67
3.3.8 Konsep Konten Instagram & Facebook.....	68
3.3.9 Konsep Konten <i>Website</i>	73

3.3.10	Konsep Konten <i>Website Reference & Google My Business</i>	74
3.3.11	Konsep Konten <i>E-Commerce</i>	75
3.3.12	<i>Guideline</i> Warna Design Bakso Ahan	76
3.4	Konsep Kegiatan	78
3.4.1	Deskripsi Kegiatan	78
3.4.2	Jenis Kegiatan	78
3.4.3	Tema Kegiatan	79
3.4.4	Sasaran Kegiatan	79
BAB IV.	METODE PELAKSANAAN	81
4.1	Pengukuran Identifikasi Masalah	81
4.2	Teknik dan Tata Cara Pelaksanaan	81
4.2.1	Kriteria Peserta	82
4.2.2	Penetapan Lokasi	85
4.3	Pelaksanaan Kegiatan	85
4.4	Tahap Kegiatan	86
4.5	Teknik Komunikasi	87
4.6	Cara Komunikasi	88
4.7	Anggaran Kegiatan	89
4.8	Jadwal Kegiatan	89
4.9	Rencana Mitra Kerjasama	91
4.10	Rencana Publikasi Luaran	93
BAB V.	HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN ...	94
5.1	Teknik Komunikasi	94
5.1.1	Persuasif Sebagai Teknik Komunikasi	94
5.2	Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan	94
5.2.1	Memproduksi dan Mengedit Foto Produk	95
5.2.2	Memproduksi Foto Untuk <i>E-Commerce</i>	96
5.2.3	Memproduksi Konten Sosial Media Instagram & Facebook	96
5.2.4	Membuat Design Menu	98
5.2.5	Membuat Design Gerobak	99
5.2.6	Membuat Design <i>Online Food Delivery</i>	100
5.2.7	Membuat Design <i>Banner</i> dan Spanduk	101
5.3	Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	101
5.3.1	Foto Produk Bakso Ahan	101
5.3.2	Tampilan Foto <i>E-Commerce</i> Mitra	102
5.3.3	Menu Bakso Ahan	103
5.3.4	Tampilan Social Media Bakso Ahan	104
5.3.5	Tampilan <i>Offline Promotion Support</i>	110
5.4	Analisa Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan	111
5.4.1	Analisa Kegiatan	111
5.4.2	Analisa Kendala	113
5.4.3	Analisa Keberlanjutan	114
BAB VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	116
6.1	Kesimpulan	116
6.2	Saran	117
6.2.1	Saran Akademis	117

6.2.2	Saran Praktis.....	118
DAFTAR PUSTAKA		119
LAMPIRAN		121



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nasib dunia usaha di tengah pandemi	2
Gambar 1.2 Infografis pengeluaran konsumen di masa pandemi (Lembaga Demografi FEB UI).....	3
Gambar 2.1 Copywriting Bakso Ahan Masih Sederhana	27
Gambar 2.2 Copywriting Bakso Ahan dalam Merespon Feedback Konsumen....	28
Gambar 3.1 Website interface kompetitor "Bakso JWR"	36
Gambar 3.2 Tampilan instagram kompetitor "Bakso JWR"	37
Gambar 3.3 Tampilan anchor content instagram kompetitor "Bakso JWR"	38
Gambar 3.4 Tampilan promotions content instagram kompetitor "Bakso JWR" .	38
Gambar 3.5 Tampilan user generated content instagram kompetitor "Bakso JWR"	39
Gambar 3.6 Tampilan KOL content instagram kompetitor "Bakso JWR"	40
Gambar 3.7 Tampilan feed instagram kompetitor "Bakso JWR"	41
Gambar 3.8 Contoh content plan untuk social media Bakso Ahan.....	72
Gambar 3.9 Contoh tampilan instagram feed Bakso Ahan.....	73
Gambar 3.10 Acuan untuk tampilan website Bakso Ahan	74
Gambar 3.11 Contoh referensi tampilan konten website reference untuk Bakso Ahan	75
Gambar 3.12 Contoh referensi tampilan e-commerce untuk Bakso Ahan.....	75
Gambar 3.13 Contoh tampilan konten Bakso Ahan.....	77
Gambar 3.14 Liputan6 sebagai media partner program TAPN Digital Power for Bakso Ahan	80
Gambar 4.1 Alur pelaksanaan pendampingan mitra Bakso Ahan	89
Gambar 5.1 Pendampingan produksi foto produk mitra Bakso Ahan	95
Gambar 5.2 Tampilan menu terbaru mitra Bakso Ahan	99
Gambar 5.3 Hasil foto produk mitra sebelum dan sesudah di edit	102
Gambar 5.4 Tampilan akun Tokopedia pribadi Pak Ahwan yang menjual produk Bakso Ahan	103
Gambar 5.5 Tampilan akun Tokopedia & Shopee mitra setelah proses pendampingan	103
Gambar 5.6 Tampilan menu Bakso Ahan sebelum dan sesudah pendampingan	104
Gambar 5.7 Tampilan instagram Feed Bakso Ahan sebelum dan sesudah pendampingan	105
Gambar 5.8 Tampilan banner Bakso Ahan sebelum dan sesudah dilakukan pendampingan	110
Gambar 5.9 Tampilan gerobak Bakso Ahan sebelum dan sesudah dilakukan pendampingan	111

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Permintaan Konsumen terhadap Produk Bakso Ahan 3 Tahun Terakhir	23
Table 2.2 Penawaran Produk Bakso Ahan Periode 3 Tahun Terakhir.....	23
Table 2.3 Modal Awal Bakso Ahan.....	23
Table 2.4 Neraca Sederhana Bakso Ahan 3 Tahun Terakhir	24
Table 2.5 Tampilan akun Tokopedia pribadi pemilik yang menjual produk Bakso Ahan	28
Table 2.6 Tampilan laman Google My Business Bakso Ahan yang belum di maintain.....	29
Table 4.1 Peserta Kegiatan Digital Power for Bakso Ahan	83
Table 4.2 Plan biaya untuk pendampingan mitra Bakso Ahan	89
Table 4.3 Jadwal kegiatan pendampingan mitra Bakso Ahan	90



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 MoU kerjasama dengan Mitra Bakso Ahan	121
Lampiran 2 Lanjutan MoU kerjasama dengan mitra Bakso Ahan.....	122
Lampiran 3 MoM dengan Mitra (20 September 2020).....	123
Lampiran 4 MoM dengan Mitra (19 Desember 2020).....	125
Lampiran 5 MoM dengan Mitra (27 Desember 2021).....	126
Lampiran 6 Initial Meeting dengan Mitra.....	128
Lampiran 7 Pelatihan Foto Produk	128
Lampiran 8 Bahan Ajar Pendampingan	129
Lampiran 9 KOL Brief.....	134
Lampiran 10 KOL brief untuk Influencer Marketing	134
Lampiran 11 Dokumentasi Publikasi Luaran Pada Laman liputan6.com.....	135
Lampiran 12 Curriculum Vitae Peneliti.....	136



UNIVERSITAS
MERCU BUANA