



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENDAMPINGAN KONTEN KREATIF UNTUK MEDIA  
PROMOSI *OFFLINE* DAN *ONLINE* UMKM “BAKUL BOCAH”  
DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun oleh:

**Eka Nanda Sari**

**44316010022**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**

## LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Nanda Sari

NIM : 44316010022

Bidang Studi : *Digital Advertising and Marketing Communication*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul : **Pendampingan Konten Kreatif Untuk Media Promosi *Offline* dan *Online* UMKM “Bakul Bocah” Dalam 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. Tugas akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari tugas akhir atau kegiatan pendampingan 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 tugas akhir dari awal.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Juli 2020



(Eka Nanda Sari)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : **PENDAMPINGAN KONTEN KREATIF UNTUK MEDIA  
PROMOSI *OFFLINE* DAN *ONLINE* UMKM “BAKUL  
BOCAH” DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

Nama : Eka Nanda Sari

NIM : 44316010022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Digital Advertising and Marketing Communication*

Jakarta, *05 Agustus 2020*

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I **UNIVERSITAS** Dosen Pembimbing II

**MERCU BUANA**

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

(Dudi Hartono, M.Ikom)





Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : **PENDAMPINGAN KONTEN KREATIF UNTUK MEDIA  
PROMOSI OFFLINE DAN ONLINE UMKM “BAKUL  
BOCAH” DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS**

Nama : Eka Nanda Sari

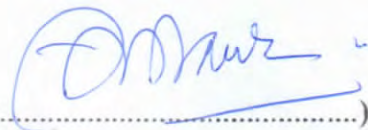
NIM : 44316010022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Digital Advertising and Marketing Communication*

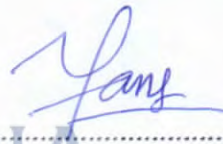
Jakarta, 05 Agustus 2020

**Ketua Sidang**  
Dewi Sad Tanti, M.Ikom



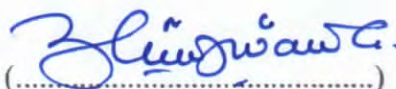
(.....)

**Penguji Ahli**  
Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom



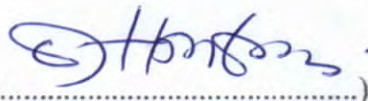
(.....)

**Pembimbing I**  
Yuni Tresnawati, M.Ikom



(.....)

**Pembimbing II**  
Dudi Hartono, M.Ikom



(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **PENDAMPINGAN KONTEN KREATIF UNTUK MEDIA  
PROMOSI OFFLINE DAN ONLINE UMKM “BAKUL  
BOCAH” DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS**

Nama : Eka Nanda Sari

NIM : 44316010022

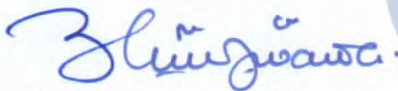
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Digital Advertising and Marketing Communication*

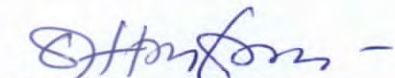
Jakarta, *05 Agustus 2020*

Disetujui dan diterima oleh,

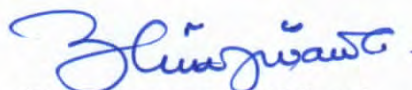
**Pembimbing I**

  
(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

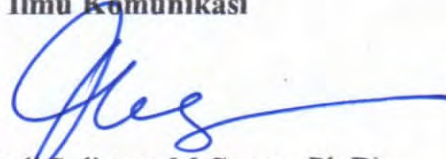
**Pembimbing II**

  
(Dudi Hartono, M.Ikom)


UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Ketua Bidang Studi Digital  
Advertising and Marketing Communication

  
(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

**Dekan Fakultas  
Ilmu Komunikasi**

  
(Ponco Budi Sulistyono, M.Comm, Ph.D)

**Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi**

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

*Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication*

Eka Nanda Sari

44316010022

Pendampingan Konten Kreatif Untuk Media Promosi *Offline* dan *Online* UMKM  
"Bakul Bocah" dalam Membangun *Brand Awareness*

Bibliography : 6 Bab 117 pages + Attachment + 25 Books + 5 Internet

## ABSTRACT

As citizens of Indonesia, our daily views and activities are inseparable from the variety of services and goods created by UMKM. Starting with morning activities when we are looking for breakfast porridge or snacks sold by UMKM, buying basic necessities at stalls near the house, until leaving the children in the nearest playgroup which is also UMKM.

The large number of UMKM certainly makes it difficult for people to distinguish one UMKM from another, especially if the UMKM sell similar products. One of the things that can be done is to create a brand image that is different from other UMKM in order to build community brand awareness of the UMKM.

The things that the writers do in this mentoring activity are creating logo designs, making designs for promotion in print and outdoor media, making designs for product packaging, making content marketing strategies for social media, making designs for content marketing on social media, and providing assistance and also training for business owners.

The mentoring activity was carried out for 2.5 months and the result of the mentoring activity carried out was that the writer could build community brand awareness of the "Bakul Bocah" through content marketing that had been made on offline and online media.

**Keywords:** UMKM, Brand Awareness, Content Marketing, Design





UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

*Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication*

Eka Nanda Sari

44316010022

Pendampingan Konten Kreatif Untuk Media Promosi *Offline* dan *Online* UMKM  
“Bakul Bocah” dalam Membangun *Brand Awareness*

Bibliografi : 6 Bab 117 hal + Lampiran + 25 Buku + 5 Internet

## ABSTRAK

Sebagai warga Indonesia tentu pemandangan dan aktivitas kita sehari – hari tak lepas dari berbagai layanan dan barang hasil kreasi pelaku UMKM. Dimulai dengan aktivitas pagi hari ketika sarapan kita mencari bubur atau kue – kue makanan ringan yang dijual UMKM, membeli kebutuhan pokok di warung dekat rumah, sampai menitipkan anak di *playgroup* terdekat yang juga adalah UMKM.

Banyaknya UMKM yang ada tentu membuat masyarakat susah membedakan UMKM yang satu dengan yang lainnya, apalagi jika UMKM tersebut menjual produk yang serupa. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan membuat *brand image* yang berbeda dengan UMKM lainnya agar dapat membangun *brand awareness* masyarakat terhadap UMKM tersebut.

Hal yang dilakukan penulis dalam kegiatan pendampingan ini adalah membuat desain logo, membuat desain untuk promosi pada media cetak dan luar ruang, membuat desain untuk kemasan produk, membuat strategi *content marketing* untuk sosial media, membuat desain untuk *content marketing* pada sosial media, serta memberikan pendampingan dan juga pelatihan kepada pemilik usaha.

Kegiatan pendampingan dilakukan selama 2,5 bulan dan hasil dari kegiatan pendampingan yang dilakukan adalah penulis dapat membangun *brand awareness* masyarakat terhadap UMKM “Bakul Bocah” melalui *content marketing* yang telah dibuat pada media *offline* dan *online*.

**Kata Kunci :** UMKM, *Brand Awareness*, *Content Marketing*, Desain

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang tiada ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini dengan judul **Pendampingan Konten Kreatif Untuk Media Promosi *Offline* dan *Online* UMKM “Bakul Bocah” Dalam Membangun *Brand Awareness***. Penulis membuat laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Digital Advertising and Marketing Communication*.

Penulis menyadari dalam menyusun laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini tidak mungkin terwujud apabila tidak ada bantuan dari berbagai pihak, maka melalui kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan rasa Terima Kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS** selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak **Ponco Budi Sulisty, M.Comm., Ph.D** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi *Digital Advertising and Marketing Communication* Universitas Mercu Buana.
4. Ibu **Yuni Tresnawati, M.Ikom** selaku Ketua Bidang Studi *Digital Advertising and Marketing Communication* dan juga Pembimbing I dalam



membuat laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang telah memberi bimbingan, dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran bagi penulis.

5. Bapak **Dudi Hartono, M.Ikom** selaku Pembimbing II dalam membuat laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang telah memberi bimbingan, dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran bagi penulis.
6. Ibu **Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si** selaku Sekretaris Bidang Studi *Digital Advertising and Marketing Communication* yang telah memberikan motivasi dan dukungan untuk penulis.
7. Ibu **Desi Fauziah** selaku pemilik UMKM “Bakul Bocah” yang telah bersedia bekerja sama dan memberikan banyak bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi *Digital Advertising and Marketing Communication* yang telah memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran, serta pengajaran yang baik untuk penulis selama masa perkuliahan.
9. Kedua orang tua penulis Bapak Taufik dan Ibu Halima, serta kedua kakak penulis Khoirunnisa dan Ahlad Fahlewi yang telah memberikan doa, dukungan, serta kasih sayang tanpa batas sehingga penulis menjadi bersemangat dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
10. Teman – teman seperjuangan Dewi Astriningsih, Afifah Thahirah, Khusnul Khotimah, Ayilia, Gita Novia Ningsih, dan Siti Adila Hayi yang sudah berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga akhir.

Ucapan terimakasih yang berlimpah tentunya juga penulis sampaikan kepada semua pihak – pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima Kasih atas segala doa, perhatian, dukungan, dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini, oleh karena itu segala kritikan dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Terima kasih atas bantuan dari semua pihak, semoga Allah memberikan berkah-Nya.

Jakarta, 25 Juni 2020

Penulis

**Eka Nanda Sari**



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Kegiatan .....	1
1.2 Permasalahan.....	9
1.3 Tujuan Kegiatan .....	9
1.4 Hasil Luaran Kegiatan .....	10
1.5 Manfaat Kegiatan .....	10
1.5.1 Manfaat Akademis .....	10
1.5.2 Manfaat Praktis .....	10
1.5.3 Manfaat Sosial .....	11
<b>BAB II : GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN</b> .....	<b>12</b>
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	12
2.2 Profil Usaha.....	15
2.3 Sumber Daya Bahan Baku .....	16
2.4 Khalayak Sasaran .....	16
2.5 Peluang Usaha .....	18
2.6 Analisis SWOT .....	18
<b>BAB III : TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP</b> .....	<b>20</b>
3.1 Kegiatan Pendampingan Terdahulu .....	20
3.2 Kreatif.....	22

3.2.1 Peranan Kreatif .....	23
3.2.2 Strategi Melakukan Periklanan Kreatif .....	24
3.3 <i>Content Marketing</i> .....	27
3.3.1 Dimensi <i>Content Marketing</i> .....	27
3.3.2 Faktor dalam Menciptakan <i>Content Marketing</i> .....	29
3.3.3 Jenis – Jenis <i>Content Marketing</i> .....	30
3.3.4 <i>Content Creator</i> .....	34
3.4 <i>Copywriting</i> .....	35
3.4.1 Unsur Dasar <i>Copywriting</i> .....	36
3.4.2 Gaya dan Jenis Kata .....	39
3.4.3 Peran <i>Copywriter</i> .....	40
3.5 Media Visual .....	42
3.5.1 Desain .....	42
3.5.2 Elemen – Elemen Desain .....	43
3.5.3 Warna Pada Pemasaran dan <i>Branding</i> .....	45
3.5.4 Peran Desainer Grafis dalam Agensi Periklanan .....	47
3.6 <i>Creative Brief</i> .....	48
3.7 Konsep .....	52
3.7.1 Konsep Verbal .....	52
3.7.2 Konsep Visual .....	52
3.7.3 Visualisasi Desain .....	55
<b>BAB IV : METODE PELAKSANAAN</b> .....	<b>60</b>
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan .....	60
4.1.1 Observasi .....	60
4.1.2 Wawancara .....	60
4.1.3 Diskusi .....	61
4.1.4 Konsultasi .....	62
4.1.5 Pendampingan .....	63
4.1.6 Pelatihan .....	63
4.1.7 <i>Assessment</i> .....	64
4.2 Tahapan Kegiatan .....	64



4.2.1 Perencanaan .....	64
4.2.2 Pelaksanaan .....	66
4.2.3 Evaluasi .....	66
4.3 Teknik Komunikasi .....	67
4.3.1 Isi.....	67
4.3.2 Media.....	68
4.3.3 Cara Komunikasi .....	68
4.4 Bentuk – Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan .....	69
4.5 Anggaran Kegiatan.....	70
4.6 Jadwal Kegiatan .....	71
<b>BAB V : HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN ...</b>	<b>72</b>
5.1 Teknik Komunikasi .....	72
5.1.1 Isi.....	72
5.1.2 Media.....	72
5.1.3 Cara Komunikasi .....	73
5.2 Gambaran Tahap – Tahap Pelaksanaan.....	74
5.2.1 Proses Pembuatan Logo .....	74
5.2.2 Proses Pembuatan Desain Stiker Untuk Kemasan.....	75
5.2.3 Proses Pembuatan Desain Promosi Media <i>Offline</i> .....	76
5.2.4 Proses Pembuatan Desain Promosi Media <i>Online</i> .....	79
5.2.5 Proses Pembuatan Desain <i>Merchandise</i> .....	80
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta .....	81
5.3.1 Logo .....	82
5.3.2 Kemasan .....	82
5.3.3 <i>Merchandise</i> (Botol Minum) .....	84
5.3.4 Media <i>Offline</i> .....	85
5.3.5 Media <i>Online</i> .....	87
5.3.6 Foto Produk .....	99
5.3.7 Partisipasi Peserta .....	100
5.3.8 Hasil Evaluasi ( <i>Assessment</i> ) .....	102
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan .....	110

5.4.1 Analisis Kegiatan .....	110
5.4.2 Kendala.....	112
5.4.3 Potensi Keberlanjutan .....	114
<b>BAB VI : PENUTUP.....</b>	<b>115</b>
6.1 Kesimpulan .....	115
6.2 Saran - Saran .....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>118</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Analisis SWOT .....	19
Tabel 3.1 : Kegiatan Pendampingan Terdahulu .....	22
Tabel 3.2 : Alternatif Strategi Periklanan Kreatif .....	25
Tabel 3.3 : Analisis Situasi .....	50
Tabel 3.4 : <i>Creative Brief</i> .....	52
Tabel 4.1 : Anggaran Kegiatan .....	70
Tabel 4.2 : Jadwal Kegiatan .....	71
Tabel 5.1 : Hasil Kegiatan (Logo) .....	82
Tabel 5.2 : Hasil Kegiatan (Spanduk).....	85
Tabel 5.3 : Hasil Kegiatan (Konten Unggahan).....	94
Tabel 5.4 : Hasil Kegiatan (Konten Cerita) .....	98
Tabel 5.5 : Partisipasi Peserta .....	102
Tabel 5.6 : Hasil Evaluasi Khalayak Sasaran.....	105
Tabel 5.7 : Hasil Evaluasi Sosial Media “Bakul Bocah” .....	106
Tabel 5.8 : Analisis Kegiatan .....	112

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Distribusi Bidang Usaha UMK Non-Pertanian.....	2
Gambar 1.2 : Penetrasi Pengguna Internet.....	4
Gambar 1.3 : Efektivitas <i>Content Marketing</i> .....	6
Gambar 2.1 : Contoh Produk.....	12
Gambar 2.2 : Contoh Produk.....	13
Gambar 2.3 : Lokasi Rumah Produksi.....	14
Gambar 3.1 : Logo.....	53
Gambar 3.2 : Bentuk Dasar Ilustrasi Logo.....	53
Gambar 3.3 : Kode Warna Logo .....	54
Gambar 3.4 : Tipografi Logo .....	54
Gambar 3.5 : Desain Template Unggahan.....	55
Gambar 3.6 : Desain <i>Tumblr Insert Paper</i> .....	56
Gambar 3.7 : Desain Stiker Untuk Kemasan .....	57
Gambar 3.8 : Contoh Pengaplikasian Stiker .....	57
Gambar 3.9 : Desain <i>Flyer</i> .....	58
Gambar 3.10 : Desain Spanduk .....	59
Gambar 3.11 : Contoh Pengaplikasian Spanduk .....	59
Gambar 5.1 : Proses Pembuatan Ilustrasi Logo.....	75
Gambar 5.2 : Proses Penambahan Merek Pada Logo .....	75
Gambar 5.3 : Sketsa Desain Stiker .....	76
Gambar 5.4 : Hasil Akhir Visualisasi Desain Stiker .....	76



Gambar 5.5 : Sketsa Desain Spanduk .....	77
Gambar 5.6 : Hasil Akhir Visualisasi Desain Spanduk .....	77
Gambar 5.7 : Sketsa Desain <i>Flyer</i> .....	78
Gambar 5.8 : Hasil Akhir Visualisasi Desain <i>Flyer</i> .....	78
Gambar 5.9 : Sketsa Desain <i>Template</i> Unggahan .....	79
Gambar 5.10 : Hasil Akhir Visualisasi Desain <i>Template</i> Unggahan.....	79
Gambar 5.11 : Sketsa Desain Sampul Facebook.....	80
Gambar 5.12 : Hasil Akhir Visualisasi Desain Sampul Facebook.....	80
Gambar 5.13 : Sketsa Desain <i>Tumbler Insert Paper</i> .....	81
Gambar 5.14 : Hasil Akhir Visualisasi Desain <i>Tumbler Insert Paper</i> .....	81
Gambar 5.15 : Kemasan Sebelum Pendampingan.....	83
Gambar 5.16 : Kemasan Sesudah Pendampingan .....	83
Gambar 5.17 : Kemasan Sate Sesudah Pendampingan.....	84
Gambar 5.18 : Hasil Kegiatan ( <i>Tumbler Insert Paper</i> ) .....	85
Gambar 5.19 : Desain <i>Flyer</i> “Bakul Bocah” .....	86
Gambar 5.20 : Kegiatan Pembagian <i>Flyer</i> .....	86
Gambar 5.21 : Sampul Facebook “Bakul Bocah” .....	99
Gambar 5.22 : Foto Produk “Bakul Bocah”.....	100
Gambar 5.23 : Foto Produk “Bakul Bocah”.....	100
Gambar 5.24 : Jawaban Hasil Kuisisioner Pemilik Usaha Bagian I .....	108
Gambar 5.25 : Jawaban Hasil Kuisisioner Pemilik Usaha Bagian II .....	109

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata (Ketua, Anggota dan Dosen Pembimbing)
- Lampiran 2 : Anggaran Kegiatan
- Lampiran 3 : Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas
- Lampiran 4 : Surat Pernyataan Kesiediaan dari Mitra
- Lampiran 5 : Denah Detail Lokasi Kegiatan
- Lampiran 6 : Dokumentasi Kegiatan
- Lampiran 7 : Bahan Presentasi
- Lampiran 8 : Desain *Printed Material*
- Lampiran 9 : Bukti Publikasi di Media Massa

