



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENDAMPINGAN OPTIMASI MEDIA PROMOSI
ONLINE DAN OFFLINE UMKM “BAKUL BOCAH” DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* TAHUN 2020**

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:

Dewi Astriningsih

44316010029

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Astriningsih

NIM : 44316010029

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication

Judul : **PENDAMPINGAN OPTIMASI MEDIA PROMOSI**

**ONLINE DAN OFFLINE UMKM BAKUL BOCAH DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS TAHUN 2020**

Skripsi ini 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 diduplikasikan 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 proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 25 Juni 2020



(Dewi Astriningsih)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENDAMPINGAN OPTIMASI MEDIA PROMOSI
ONLINE DAN OFFLINE UMKM BAKUL BOCAH DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS TAHUN 2020**

Nama : Dewi Astriningsih
NIM : 44316010029
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 25 Juni 2020
Mengetahui

Dosen Pembimbing I


(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

Dosen Pembimbing II


(Dudi Hartono, M.Ikom)


LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENDAMPINGAN OPTIMASI MEDIA PROMOSI
ONLINE DAN OFFLINE UMKM BAKUL BOCAH DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS TAHUN 2020**

Nama : Dewi Astriningsih
NIM : 44316010029
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 14 Juli 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



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENDAMPINGAN OPTIMASI MEDIA PROMOSI
ONLINE DAN OFFLINE UMKM BAKUL BOCAH DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS TAHUN 2020**

Nama : Dewi Astriningsih
NIM : 44316010029
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 14 Juli 2020
Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(Yuni Tresnawati, M.Ikom)



(Dudi Hartono, M.Ikom)


Ketua Bidang Studi
Digital Advertising & Marketing Communication



(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi *Digital Advertising & Marketing Communication*

Dewi Astriningsih

44316010029

Pendampingan Optimasi Media Promosi *Online* Dan *Offline* UMKM Bakul Bocah Dalam Membangun *Brand Awareness* Tahun 2020

Jumlah Halaman : 108 Halaman

Bibliografi : 22 Acuan

ABSTRAK

Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini dibuat bertujuan untuk membangun *brand awareness* masyarakat terhadap UMKM Bakul Bocah yang berlokasi di Bekasi, dengan menggunakan perencanaan, strategi, dan penempatan media yang tepat. Pemilihan media dalam melakukan promosi harus dipikirkan dengan teliti. Sebelum melakukan pemilihan media, hal yang harus diketahui oleh UMKM terlebih dahulu adalah target sasaran, agar UMKM tersebut mengetahui media apa yang tepat untuk digunakan sebagai media promosi dalam meningkatkan *brand awareness*. Selain itu pembuatan jadwal dalam penempatan media harus sudah terencana agar tersusun rapi dan terstruktur. Media yang digunakan dalam penelitian ini adalah media *online* dan media *offline*. Adapun media *online* yang dipakai dalam meningkatkan *brand awareness* adalah dengan membuat media sosial, sedangkan media *offline* menggunakan spanduk dan *flyer*.

Kata Kunci : UMKM, media *online*, media *offline*, *brand awareness*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mercu Buana University

Faculty Of Communication Science

Digital Advertising & Marketing Communication major

Dewi Astriningsih

44316010029

Assistance for Optimizationn of *Online* and *Offline* Media Promotion of UMKM
“Bakul Bocah” in Building *Brand Awareness* in 2020

Number Of Pages : 108 page

Bibliografi : 22 Reference

ABSTRACT

This Final Assigment Report is made with the aim of building community brand awareness of UMKM Bakul Bocah located in Bekasi, using the right planning, strategy and media placement. The choice of media in conducting promotions must be carefully thought out. Before conducting media selection, the things that must be known by UMKM are the targets, so that the UMKM knows what media is appropriate to be used as a promotional media in increasing *brand awareness*. In addition, the making of a schedule for media placement must be planned so that it is neatly arranged and structured. The media used in this research are online media and offline media. The online media used to increase brand awareness is to create social media, while offline media uses banners and flyers.

Keywords : UMKM, *online* media, *offline* media, *brand awareness*

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri yang berjudul **“PENDAMPINGAN OPTIMASI MEDIA PROMOSI *ONLINE* DAN *OFFLINE* UMKM BAKUL BOCAH DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* TAHUN 2020”**. Tugas Akhir Peduli Negeri ini dibuat untuk memenuhi syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication di Universitas Mercu Buana.

Dalam menyusun laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini penulis banyak menerima bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. **Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom** selaku pembimbing I sekaligus selaku Ketua Bidang Studi *Digital Advertising & Marketing Communication*, dan **Bapak Dudi Hartono, M.Ikom** selaku pembimbing II, yang sudah membimbing, memberikan motivasi, nasihat, waktu, tenaga, serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
2. **Ibu Desi Fauziah**, selaku pemilik usaha Bakul Bocah yang telah bersedia bekerja sama untuk membantu penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.

3. **Bapak Farid Hamid, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pengajaran yang baik selama penulis melaksanakan perkuliahan, serta memberikan motivasi untuk menyelesaikan laporan Tugas Akhir.
4. **Ibu Dewi Sad Tanti, M.Ikom** selaku Sekretaris Bidang Studi *Digital Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pengajaran yang baik selama penulis melaksanakan perkuliahan, serta memberikan motivasi dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir.
5. Segenap Dosen *Digital Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan materi selama perkuliahan berlangsung.
6. Staff Tata Usaha Universitas Mercu Buana yang telah membantu sistematika dalam penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
7. Yang tercinta kedua orang tua penulis, Bapak Sumadi dan Ibu Sumini yang selalu memberikan doa, cinta, kasih sayang, serta dukungan kepada penulis sehingga Tugas Akhir Peduli Negeri ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Sahabat tercinta dan seperjuangan, Afifah Thahirah, Eka Nanda Sari, Ayilia, Gita Novia Ningsih, Siti Adila Hayi, dan Khusnul Khotimah yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

9. Dika Mahendra, yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan motivasi, dukungan dan semangat selama penulis melakukan kegiatan Tugas Akhir Peduli Negeri.
10. Teman-teman *Digital Advertising & Marketing Communication* angkatan 2016 yang telah berbagi ilmu, memberikan semangat, dukungan dan menjadi teman yang baik selama masa perkuliahan.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, perhatian, dan membantu dalam penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir Peduli Negeri yang penulis buat ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Tidak lupa juga penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Juni 2020

Dewi Astriningsih

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	6
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat.....	7
1.4.1 Manfaat Praktis.....	7
1.4.2 Manfaat Sosial.....	7
1.4.3 Manfaat Akademis.....	7
1.5 Hasil Luaran Kegiatan.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	9

2.2 Profil Usaha.....	12
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	13
2.4 Khalayak Sasaran.....	13
2.5 Peluang Usaha.....	14
2.6 Analisis SWOT.....	15
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	
3.1 Karya Terdahulu.....	16
3.2 Komunikasi Pemasaran.....	18
3.3 Digital Marketing.....	20
3.4 Brand Awareness.....	21
3.5 Media.....	23
3.6 Media Sosial.....	25
3.6.1 Instagram.....	28
3.6.2 Facebook.....	29
3.7 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	31
3.8 Konsep.....	33
3.8.1 Strategi Media Promosi.....	34
3.8.2 Menetapkan Jadwal Media.....	34
BAB IV METODE PELAKSANAAN	
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	36
4.1.1 Observasi.....	36
4.1.2 Wawancara.....	37
4.1.3 FGD (<i>focus group discussion</i>).....	38

4.1.4 Konsultasi.....	38
4.1.5 Pendampingan.....	39
4.1.6 Pelatihan.....	39
4.1.7 Assesment.....	39
4.2 Tahap Kegiatan.....	40
4.2.1 Perencanaan.....	40
4.2.2 Pelaksanaan.....	40
4.2.3 Evaluasi.....	41
4.3 Teknik Komunikasi.....	41
4.3.1 Isi.....	41
4.3.2 Media.....	41
4.3.3 Komunikasi.....	42
4.4 Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	42
4.5 Anggaran Kegiatan.....	44
4.6 Jadwal Kegiatan.....	44
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	
5.1 Teknik Komunikasi.....	46
5.2 Tahapan Pelaksanaan Media Promosi Online.....	47
5.2.1 Sosial Media Instagram.....	47
5.2.2 Sosial Media Facebook	64
5.3 Tahapan Pelaksanaan Media Promosi Offline.....	66
5.4 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	69
5.4.1 Logo Bakul Bocah.....	69

5.4.2 Tagline Produk Bakul Bocah.....	70
5.4.3 Kemasan.....	71
5.4.4 Insight Media Sosial Instagram.....	72
5.4.5 Insight Media Sosial Facebook.....	79
5.4.6 Partisipasi Peserta.....	82
5.4.7 Hasil Evaluasi atau Assesment.....	89
5.5 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan.....	97
5.5.1 Analisis Kegiatan.....	97
5.5.2 Kendala.....	101
5.5.3 Potensi Keberlanjutan.....	102
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	103
6.2 Saran.....	104
6.2.1 Saran Akademis.....	104
6.2.2 Saran Praktis.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis SWOT	15
Tabel 3.1 Karya Terdahulu	17
Table 4.1 Anggaran Promosi	44
Table 4.2 Jadwal Kegiatan	45
Tabel 4.3 Jadwal Posting	45
Table 5.1 Kegiatan Posting Pada Instagram Bakul Bocah	53
Tabel 5.2 Postingan Highlight Testimoni	58
Table 5.3 Postingan Highlight Pemenang Kuis	60
Table 5.4 Postingan Highlight Isi Bakul Bocah	60
Tabel 5.5 Postingan Highlight Menu Si Bocah	63
Tabel 5.6 Postingan Highlight #RamadhanBerbagi	63
Table 5.7 Partisipasi Peserta	89
Tabel 5.8 Kuisoner Khalayak	93
Tabel 5.9 Perbandingan Sebelum dan Sesudah Pendampingan	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Platform Media Sosial di Indonesia.....	4
Gambar 1.2 Perilaku Media Sosial di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Contoh Produk.....	9
Gambar 2.2 Contoh Produk.....	10
Gambar 2.3 Lokasi Rumah Produksi.....	11
Gambar 5.1 Media Sosial Instagram.....	47
Gambar 5.2 Kegiatan Posting Instagram Story pada Insatgram Bakul Bocah.....	55
Gambar 5.3 Tampilan Instagram Bakul Bocah.....	56
Gambar 5.4 Highlight Instagram Bakul Bocah.....	56
Gambar 5.5 Postingan Highlight Cara Order.....	61
Gambar 5.6 Postingan Highlight Promo.....	64
Gambar 5.7 Tampilan Facebook Bakul Bocah.....	65
Gambar 5.8 Flyer	67
Gambar 5.9 Pembagian Produk Bakul Bocah dan Flyer.....	68
Gambar 5.10 Logo.....	70
Gambar 5.11 Kemasan Sebelum Pendampingan.....	71

Gambar 5.12 Kemasan Sesudah Pendampingan.....	72
Gambar 5.13 Tampilan Awal Instagram Bakul Bocah.....	73
Gambar 5.14 Tampilan Akun Instagram.....	74
Gambar 5.15 Screenshot Lokasi Teratas Followers Bakul Bocah.....	76
Gambar 5.16 Screenshot Rentang Usia Followers Bakul Bocah.....	77
Gambar 5.17 Screenshot jenis kelamin pengikut Bakul Bocah.....	78
Gambar 5.18 Aktifitas Followers Instagram Bakul Bocah.....	78
Gambar 5.19 Akun Facebook Bakul Bocah.....	80
Gambar 5.20 Postingan Facebook Bakul Bocah.....	80
Gambar 5.21 Jenis Kelamin dan Usia dari Jangkauan Facebook Bakul Bocah.....	81
Gambar 5.22 Kuisoneer Mitra Kerjasama.....	95
Gambar 5.23 Gambar Hasil Evaluasi pada Sosial Media.....	96
Gambar 5.24 Screenshot Hasil Evaluasi Offline.....	97

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata Pribadi dan Dosen Pembimbing
- Lampiran 2 : Anggaran Kegiatan
- Lampiran 3 : Susunan Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas Tim TAPN
- Lampiran 4 : Surat Pernyataan Kesediaan 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
- Lampiran 10 : Dokumentasi Pelatihan kepada Mitra
- Lampiran 11 : Insight Instagram
- Lampiran 12 : Insight Facebook
- Lampiran 13 : Hasil Post