



**STRATEGI KONTEN PROMOSI UMKM MAKANAN RINGAN KHAS  
BETAWI MUHIBAH PADA MEDIA SOSIAL**

**TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI**

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

Oleh :

Marsha Alifia

44517010041

**PROGRAM STUDI *DIGITAL COMMUNICATION***

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

## LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marsha Alifia  
NIM : 44517010041  
Bidang Studi : Digital Communication  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **STRATEGI KONTEN PROMOSI UMKM MAKANAN RINGAN KHAS BETAWI MUHIBAH PADA MEDIA SOSIAL** 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, 27 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



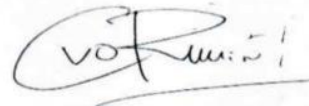
(Marsha Alifia)  
Mengetahui

Pembimbing I



(Siti Muslichatul Mahmudah., S.I.kom, M.Ikom)

Pembimbing II



(Vera Oktarini S.IP, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi



(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR TAPN**

Nama : Marsha Alifia  
NIM : 44517010041  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital Communication  
Judul : **STRATEGI KONTEN PROMOSI UMKM MAKANAN RINGAN  
KHAS BETAWI MUHIBAH PADA MEDIA SOSIAL**

Jakarta, 27 Juli 2021

Ketua Sidang : **Mardhiyyah, M.I.Kom**




(.....)

Penguji Ahli : **Dr. Ahmad Mulyana, M.Si**



(.....)

Pembimbing 1 : **Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom**



(.....)

Pembimbing 2 : **Vera Oktarini, M.Ikom**



(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR TAPN**

Judul : **STRATEGI KONTEN PROMOSI UMKM MAKANAN RINGAN  
KHAS BETAWI MUHIBAH PADA MEDIA SOSIAL**

Nama : Marsha Alifia

NIM : 44517010041

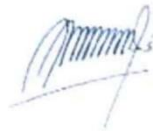
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 27 Juli 2021

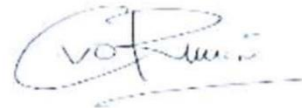
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I



**(Siti Muslichatul Mahmudah., S.I.kom, M.Ikom)**

Pembimbing II



**(Vera Oktarini S.IP, M.Ikom)**

Ketua Bidang Studi Digital Communication



**(Rika Yessica, M.Ikom )**

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



**( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



**( Dr. Farid Hamid, M.Si )**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR TAPN**

Nama : Marsha Alifia  
NIM : 44517010041  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital Communication  
Judul : **STRATEGI KONTEN PROMOSI UMKM MAKANAN RINGAN  
KHAS BETAWI MUHIBAH PADA MEDIA SOSIAL**

Jakarta, 27 Juli 2021

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II

(Siti Muslichatul Mahmudah., S.I.kom, M.Ikom) (Vera Oktarini S.IP, M.Ikom)

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Digital Communication  
Marsha Alifia  
44517010041

Strategi Konten Promosi UMKM Makanan Ringan Khas Betawi Muhibah Pada  
Media Sosial  
Bibliografi : 6 BAB 119 Hal + Lampiran + 14 buku + 5 Jurnal + 12 internet

### **ABSTRAK**

Promosi pada suatu bisnis merupakan hal yang penting. Seperti pada promosi di media sosial *Instagram* yang mana kegiatan promosi tidak perlu mengeluarkan biaya yang cukup mahal atau dapat dikatakan murah. Hanya dengan membuat konten yang kreatif lalu *upload* di akun media sosial, dengan begitu sesuatu yang ingin dipromosikan akan tersebar luas. Penelitian ini bertujuan untuk mendampingi salah satu pelaku UMKM Bir pletok Muhibah agar tidak kalah saing dalam segi strategi promosi dengan pelaku usaha lainnya.

Dengan menggunakan teori yang dikemukakan Kotler et al (2017) mengenai strategi perencanaan Content Marketing yang terdiri dari menyusun tujuan, pemetaan audiens, perancangan dan ideasi konten, pembuatan konten, distribusi konten, amplifikasi konten, evaluasi konten, dan pengembangan konten ini dapat membantu untuk meningkatkan promosi suatu usaha dengan membuat konten kreatif yang menarik. Memanfaatkan media sosial saja tidak cukup jika kita tidak tahu strategi yang tepat untuk usaha yang ingin kita kembangkan.

Penelitian ini menggunakan metode pendampingan kepada UMKM makanan ringan khas Betawi Muhibah yang dimana perancang merencanakan kegiatan pelatihan dan bimbingan untuk peningkatan pengetahuan terkait digital dan strategi perancangan konten. Hasil dari kegiatan pendampingan ini adalah UMKM Bir pletok Muhibah telah memiliki desain kemasan yang menarik serta memiliki akun media sosial *instagram* dengan 153 followers dan 22 postingan konten yang memiliki konsep variatif.

**Kata kunci** : Pendampingan dan pelatihan, Strategi konten, Media sosial, Promosi, *Instagram*

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Digital Communication  
Marsha Alifia  
44517010041

Strategi Konten Promosi UMKM Makanan Ringan Khas Betawi Muhibah Pada  
Media Sosial

Bibliography : 6 CHAPTER 119 Pages + Appendix + 14 books + 5 Journals + 12  
internet

## ABSTRACT

*Promotion of a business is very important. As in promotions on Instagram social media where promotional activities do not need to be expensive or can be said to be cheap. Only by creating creative content and then uploading it on social media accounts, then something you want to promote will be widely spread. This study aims to assist one of the MSME actors, Bir Pletok Muhibah so that they are not less competitive in terms of promotional strategies with other business actors.*

*By using the theory put forward by Kotler et al (2017) regarding the Content Marketing planning strategy which consists of setting goals, audience mapping, content design and ideation, content creation, content distribution, content amplification, content evaluation, and content development this can help to improve promotion of a business by creating interesting creative content. Just using social media is not enough if we don't know the right strategy for the business we want to develop.*

*This study uses a mentoring method for MSME typical of Betawi Muhibah snacks where the designer plans training and guidance activities to increase knowledge related to digital and content design strategies. The result of this mentoring activity is that the MSME Bir Pletok Muhibah has an attractive packaging design and has an Instagram social media account with 153 followers and 22 content posts that have varied concepts.*

**Keywords:** *Mentoring and training, Content strategy, Social media, Promotion, Instagram*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT, karena tidak hentinya melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada para hamba-Nya. Atas seijin-Nya pula penyusunan proposal Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang berjudul “STRATEGI KONTEN PROMOSI UMKM MAKANAN RINGAN KHAS BETAWI MUHIBAH PADA MEDIA SOSIAL” dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Digital Communication Universitas Mercu Buana.

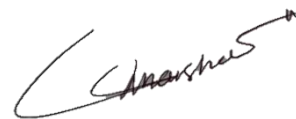
Tak lupa perancang juga mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada setiap pihak yang telah mendukung baik berupa kritik, hingga saran serta membantu perancang selama proses penyelesaian tugas akhir ini hingga selesainya proposal ini. Ucapan terima kasih perancang sampaikan pada :

1. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah., S.I.kom selaku dosen pembimbing I dan Ibu Vera Oktarini S.IP, M.Ikom selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan memberikan arahan selama penyusunan laporan tugas akhir peduli negeri.
2. Ibu Rika Yessica Rahma, M. Ikom selaku ketua bidang studi Digital Communication yang sudah memberikan nasihat, serta solusi pada setiap masalah.
3. Ibu Muthia Rahayu, S.Ikom, M.Ikom, Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom dan Ibu Hikmah Ubaidillah, M.IKom selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir yang sudah memberikan semangat, arahan, saran dan masukan selama kegiatan belajar mata kuliah Tugas Akhir berlangsung.
4. Ibu Hj. Muhibah dan kakak Ely selaku pemilik dan pengelola UMKM Bir pletok Muhibah, penulis dan tim sangat berterima kasih telah bersedia untuk bekerjasama dalam kegiatan pendampingan tugas akhir peduli negeri ini.



5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, terima kasih atas ilmu yang sangat berharga, terima kasih atas segala dukungan dan motivasi untuk perancang menuju sarjana.
6. Seluruh Staf Tata Usaha (TU) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak bantuan dan kerjasama dalam pemenuhan dokumen atau surat – surat yang diburuhkan perancang untuk laporan tugas akhir peduli negeri.
7. Teman-teman sekelompok tim TAPN yaitu Khairunissa dan Rustia Sari, terima kasih telah berjuang dan bertahan hingga akhir. Kalian luar biasa.
8. Keluarga perancang, terima kasih untuk Ibu, adik dan keluarga yang selalu sabar disaat penulis menyelesaikan tugas akhir dan selalu menjadi penyemangat.
9. Teman perancang TTS403, Foris06 dan Echa, Mega yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir.
10. Kepada Sbhaskarah, Ciko, Cobi, Beomgyu dan Tomorrow X Together yang telah menjadi *support system* dalam kehidupan penulis.
11. Sahabat – sahabat Digicomm 2017 yang tidak dapat perancang sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberik masukan, saran, dan nasihat kepada penulis dan tim dalam kegiatan ataupun laporan tugas akhir peduli negeri ini.

Tangerang, 18 Juni 2021



Perancang

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>II</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>III</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>V</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>XIV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Permasalahan Mitra.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3. Solusi Permasalahan .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4. Target Luaran.....</b>	<b>7</b>
<b>1.5. Signifikansi Proyek.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1. Demografis UMKM produk makanan khas Betawi Muhibah.....</b>	<b>8</b>
2.1.1 Kompetitor .....	11
<b>2.2. Permasalahan UMKM .....</b>	<b>13</b>
<b>2.3. Pendampingan Secara teknis.....</b>	<b>15</b>
<b>2.4. Khalayak Sasaran.....</b>	<b>15</b>
a. Target market .....	15

b. Target sasaran .....	16
c. Target Media .....	16
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP .....</b>	<b>17</b>
<b>3.1. Karya Terdahulu .....</b>	<b>17</b>
<b>3.2. Komunikasi .....</b>	<b>21</b>
3.2.1. Pengertian Komunikasi .....	21
3.2.2. Komunikasi Digital .....	22
<b>3.3. New Media.....</b>	<b>23</b>
<b>3.4. Media Sosial .....</b>	<b>24</b>
3.4.1. Instargam.....	25
3.4.2. Facebook .....	26
<b>3.5. Pemasaran Digital / <i>Digital Marketing</i>.....</b>	<b>27</b>
<b>3.6. Analisis SWOT.....</b>	<b>28</b>
<b>3.7. Konten Kreatif.....</b>	<b>30</b>
3.7.1. Jenis-jenis Konten .....	30
<b>3.8. <i>Copywriting</i> .....</b>	<b>31</b>
<b>3.9. Teori <i>Content Marketing</i> .....</b>	<b>32</b>
<b>3.10. Strategi Pembuatan Konten .....</b>	<b>32</b>
<b>BAB IV METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>34</b>
<b>4.1. Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah.....</b>	<b>35</b>
<b>4.2. Tata Cara Pelaksanaan .....</b>	<b>35</b>
4.2.1. Pelaksanaan Tahap 1 .....	36
4.2.2. Pelaksanaan Tahap 2 .....	36
4.2.3. Pelaksanaan Tahap 3 .....	42
4.2.4. Pelaksanaan Tahap 4.....	43
4.2.5. Pelaksanaan tahap 5 .....	46
<b>4.3. Tahapan Kegiatan .....</b>	<b>47</b>

<b>4.4. Teknik Komunikasi .....</b>	<b>48</b>
<b>4.5. Bentuk-bentuk Kegiatan.....</b>	<b>48</b>
<b>4.6. Jadwal Kegiatan .....</b>	<b>49</b>
4.6.1. Jadwal Konten dan publikasi serta kunjungan mitra.....	50
4.6.2. <i>Timeline</i> .....	52
4.6.3. Rancangan kegiatan pendampingan .....	53
4.6.4. Rancangan kegiatan evaluasi pengukuran .....	53
<b>4.7. Anggaran Dana .....</b>	<b>54</b>
<b>4.8. Rencana Publikasi Luaran .....</b>	<b>55</b>
<b>BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI BERKELANJUTAN .....</b>	<b>57</b>
<b>5.1. Teknik Komunikasi .....</b>	<b>57</b>
<b>5.2. Gambaran Tahap-Tahapan Pelaksanaa .....</b>	<b>59</b>
<b>5.3. Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta .....</b>	<b>65</b>
5.3.1. Hasil Kegiatan.....	68
5.3.2. Hasil Kuisisioner dari Mitra .....	73
5.3.3. Hasil Awareness Rate Instagram Bir Pletok Muhibah.....	78
5.3.4. Hasil engagement rate pada konten oleh Tim .....	85
<b>5.4. Analisis kegiatan, Kendala dan Potensi Berkelanjutan.....</b>	<b>90</b>
5.4.1. Analisis Kegiatan .....	90
5.4.2. Kendala yang Dihadapi .....	96
5.4.3. Potensi Keberlanjutan .....	96
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>98</b>
<b>6.1. Kesimpulan .....</b>	<b>98</b>
<b>6.2. Saran.....</b>	<b>99</b>
6.2.1. Saran Akademis .....	99
6.2.2. Saran Praktis.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 - Tempat pengelolaan makanan khas Betawi Muhibah .....	8
Gambar 2 - Produk bir pletok Muhibah .....	9
Gambar 3 - Tempat perebusan bir pletok.....	10
Gambar 4 - Materi yang disampaikan perancang .....	57
Gambar 5 - Foto kegiatan pemberian materi dari tim kepada mitra .....	60
Gambar 6 - Desain konten Bir pletok Muhibah .....	61
Gambar 7 - Ibu Muhibah sedang melakukan pelatihan bersama tim TAPN .....	62
Gambar 8 - Hasil foto yang Bu Muhibah edit dan dipublikasikan .....	63
Gambar 9 - Hasil foto yang Bu Muhibah edit dan dipublikasikan .....	64
Gambar 10- Label kemasan Bir pletok lama.....	68
Gambar 11 - Label kemasan Bir pletok baru .....	68
Gambar 12 - Foto produk yang terdapat pada aplikasi grabfood.....	69
Gambar 13 - Foto produk Muhibah .....	69
Gambar 14 - Video tutorial yang dibuat perancang.....	70
Gambar 15 - Konten pada Instagram @birpletok_muhibah .....	71
Gambar 16 - screeshot hasil penjualan pada aplikasi Grabfood .....	72
Gambar 17 - Ibu Muhibah pada saat mengikuti bazaar dan mempublikasikan konten ke Instagram .....	97

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 - Peran masing-masing Mahasiswa.....	34
Tabel 2 - Jadwal Kegiatan.....	49

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1 - Analisis SWOT .....	29
Bagan 2 - Strategi Konten .....	40
Bagan 3 - Tahap Pelaksanaan .....	45
Bagan 4 - Alur kegiatan .....	59