



**STRATEGI BRANDING PRODUK MAKANAN RINGAN KHAS BETAWI MELALUI
MEDIA SOSIAL PADA BRAND MUHIBAH**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi

Bidang Studi *Digital Communication*

Disusun oleh :

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI DIGITAL COMMUNICATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2021



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khairunissa
NIM : 44517010048
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **STRATEGI BRANDING PRODUK MAKANAN RINGAN KHAS BETAWI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA BRAND MUHIBAH** 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


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Khairunissa)

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 PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Khairunissa
NIM : 44517010048
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication
Judul : **STRATEGI BRANDING PRODUK MAKANAN RINGAN KHAS BETAWI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA BRAND MUHIBAH**

Jakarta, 27 Juli 2021

Mengetahui

Pembimbing I

 **UNIVERSITAS**
MERCU BUANA

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

Pembimbing II



(Vera Oktarini S.I.P, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Khairunissa
NIM : 44517010048
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication
Judul : **STRATEGI BRANDING PRODUK MAKANAN RINGAN KHAS BETAWI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA BRAND MUHIBAH**

Jakarta, 27 Juli 2021

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

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

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



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR TAPN

Judul : **STRATEGI BRANDING PRODUK MAKANAN RINGAN KHAS BETAWI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA BRAND MUHIBAH**

Nama : Khairunissa

NIM : 44517010048

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)

MERCU BUANA

Ketua Bidang Studi Digital Communication

(Rika Yessica, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

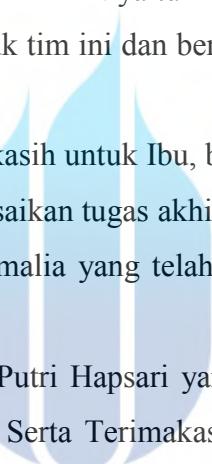
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

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 seizin-Nya pula penyusunan proposal Tugas Akhir Peduli Negri ini yang berjudul “STRATEGI BRANDING PRODUK MAKANAN RINGAN KHAS BETAWI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA BRAND MUHIBAH ” 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 selesaiya proposal ini. Ucapan terima kasih perancang sampaikan pada :

1. Allah SWT yang telah memberikan ridho kepada perancang untuk menyelesaikan tugas akhir peduli negeri ini.
2. 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.
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 Rika Yessica Rahma, M. Ikom selaku ketua bidang studi Digital Communication yang sudah memberikan arahan, nasihat, serta solusi pada setiap masalah.
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. 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.
 8. Teman-teman sekelompok tim TAPN yaitu Marsha Alifia dan Rustia Sari, terima kasih karena telah membentuk tim ini dan berjuag bersama serta bertahan hingga akhir. Kalian hebat!
 9. Keluarga perancang, terima kasih untuk Ibu, bapak adik dan keluarga yang selalu sabar disaat penulis menyelesaikan tugas akhir.
 10. Terimakasih untuk Dewi Amalia yang telah banyak membantu penulis selama penyusunan skripsi ini.
 11. Terimakasih untuk Amelia Putri Hapsari yang selalu membagikan konten lucu dan membuat saya terhibur. Serta Terimakasih untuk Hanifah, Mut, feby aufa, mega, dan Echa yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
 12. Sahabat – sahabat Digicomm 2017 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan masukan, saran, dan nasihat kepada penulis dan tim dalam kegiatan ataupun la poran tugas akhir peduli negeri ini.
 13. Terimakasih kepada NCT & WAYV, serta bias saya Mark Lee karena lagunya dan hiburnya telah menemani saya selama penyusunan skripsi ini dan sangat membuat saya semangat.
 14. Terimakasih untuk diri saya sendiri, yang sudah bertahan dan berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas perjuangannya karena telah sampai pada titik ini.

Tetaplah kuat untuk melanjutkan perjuangan selanjutnya yaitu perjalanan hidup yang mungkin akan lebih keras lagi dan temukan pengalaman-pengalaman baru di setiap langkahmu. *You deserve it!*

Tangerang, 18 Juni 2021



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Khairunissa".

Perancang



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 PERMASALAHAN MITRA	11
1.3 SOLUSI PERMASALAHAN	11
1.4 TARGET LUARAN.....	12
1.5 SIGNIFIKASI PROYEK.....	12
BAB II.....	14
GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	14
2.1 Demografis UMKM produk makanan khas Betawi Muhibah	14
2.1.1 Sejarah	14
2.1.2 Profil	15
2.1.3 Varian Produk	16
2.1.4 Cara pembuatan	17
2.1.5 Kompetitor	18
2.2 PERMASALAHAN UMKM	20
2.3 Khalayak Sasaran	21
a. Target market	21

b. Target sasaran	22
c. Target Media	22
BAB III.....	23
TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	23
3.1 Penelitian Terdahulu.....	23
a. Tugas Akhir.....	23
b. <i>Base Practice</i>	26
3.2 Komunikasi	28
3.2.1 Komunikasi Digital.....	28
3.3 Pemasaran Digital.....	30
3.3.1 Marketing mix.....	31
3.3.2 Promotion mix	31
3.4 Media Sosial	32
3.4.1 Instagram	32
3.4.2 Facebook	34
3.4.3 Youtube.....	36
3.4.4 Line	36
3.4.5 Whatsapp	37
3.5 Analisis SWOT.....	37
3.5.1 Matriks SWOT.....	39
3.6 Metode PASTA	40
3.7 SKKNI Periklanan no. 351.....	42
3.7.1 Account Planning Department.....	43
3.8 Strategi Branding.....	43
3.8.1 Brand positioning.....	45
3.8.2 Konsep Strategi Branding di Media Sosial.....	46
BAB IV	50
METODE PELAKSANAAN.....	50
4.1 TEKNIK PENGUKURAN IDENTIFIKASI MASALAH.....	51
4.2 TATA CARA PELAKSANAAN.....	51
4.2.1 Pelaksanaan Tahap 1.....	52
4.2.2 Pelaksanaan Tahap 2.....	53

4.2.3 Pelaksanaan Tahap 3.....	58
4.2.4 Tahap Pelaksanaan 4.....	59
4.2.5 Tahap Pelaksanaan 5	62
4.4 TEKNIK KOMUNIKASI	62
4.5 BENTUK KEGIATAN	64
4.6 JADWAL KEGIATAN	65
4.6.3 Rancangan kegiatan pendampingan.....	69
4.6.4 Rancangan kegiatan evaluasi pengukuran	70
4.3 TAHAPAN KEGIATAN	70
4.7 ANGGARAN DANA.....	71
4.8 Rancangan Publikasi Luaran	73
BAB V.....	75
5.1 TEKNIK KOMUNIKASI	77
5.2 Gambaran Tahap-Tahapan Pelaksanaan	78
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	83
5.3.1 Hasil Kegiatan	83
5.3.2 Hasil Evaluasi Akhir	91
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan.....	107
5.4.1 Analisis Kegiatan	107
5.4.2 Kendala yang Dihadapi	114
5.4.3 Potensi Berkelanjutan.....	115
BAB VI	117
KESIMPULAN & SARAN	117
6.1 Kesimpulan.....	117
6.2 Saran	118
Daftar Pustaka	119
LAMPIRAN.....	125
LAMPIRAN 1 : Biodata Ketua dan Anggota	125
LAMPIRAN 2. Anggaran Kegiatan.....	128
LAMPIRAN 3. Susunan Organisasi dan Pembagian Tugas.....	129
LAMPIRAN 4. Surat Pernyataan Kesediaan Dan Mitra	130
LAMPIRAN 5. Denah Lokasi Kegiatan	131

LAMPIRAN 6. Dokumentasi	132
LAMPIRAN 7. Bahan Presentasi	135
LAMPIRAN 8. Banner Digital	137
LAMPIRAN 9. Bukti Publikasi di Media.....	139



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah pengguna internet Indonesia 2020	2
Gambar 2 Tujuan akses internet dalam menjalankan usaha	4
Gambar 3 Tempat pengolahan UMKM produk makanan khas Betawi Muhibah.....	14
Gambar 4 Foto bersama dengan pemilik UMKM bir pletok Muhibah.....	15
Gambar 5 Tata cara pembuatan keripik dan tempat perebusan bir pletok	17
Gambar 6 Data pengguna instagram di Indonesia pariode Januari-Mei 2020	34
Gambar 7 Matriks SWOT	39
Gambar 8. Metode PASTA	40
Gambar 9 Board SKKNI Periklanan.....	43
Gambar 10 Hasil pelatihan-1 yang dilakukan oleh Ibu Muhibah.	80
Gambar 11 Pelatihan-2 dikediaman Ibu Muhibah.	81
Gambar 12 Label kemasan Bir pletok.....	85
Gambar 13 Label kemasan pada bir pletok kecil	85
Gambar 14 <i>promotion insight</i>	87
Gambar 15 partnership dengan akun @umkm.indonesia.id	88
Gambar 16 Hasil publikasi dan repon yang diberikan audiens.....	88
Gambar 17 Foto produk yang terdapat pada aplikasi grabfood	89
Gambar 18 Foto produk UMKM Bir pletok Muhibah.	90
Gambar 19 Sumber penghasilan gofood (<i>photo by mitra</i>).....	91
Gambar 20 Ibu Muhibah pada saat mengikuti bazaar dan mempublikasikan konten ke Instagram.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kompetitor	19
Tabel 2 Penelitian Terdahulu (Tugas Akhir)	26
Tabel 3 Penelitian Terdahulu (Base Practice).....	28
Tabel 4 Deskripsi Jobdesk	51
Tabel 5 Analisis SWOT	53
Tabel 6 Jadwal kegiatan	67
Tabel 7 Editorial plan untuk konten.....	68
Tabel 8 Rancangan kegiatan jadwal publikasi konten	68
Tabel 9 Kegiatan Pendampingan	69
Tabel 10 Evaluasi Pengukuran.....	70
Tabel 11 Pemasukan	71
Tabel 12 Pengeluaran.....	72
Tabel 13 Gambaran Tahapan Pelaksanaan	77
Tabel 14 Analisis Kegiatan	112



DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Alur Kerja Tim..... 61

