



**PERANCANGAN DAN PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UMKM ASINAN BUAH
SOURKING.ID ALA IBU NUR**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

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

Disusun Oleh:
Lulu Hidayati
44518010045

PROGRAM STUDI DIGITAL COMMUNICATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lulu Hidayati

NIM : 44518010045

Konsentrasi : Digital Communication

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul: **Perancangan Dan Pendampingan Pemasaran Digital Pada Media Sosial Instagram Umkm Asinan Buah Sourking.Id Ala Ibu Nur** merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi Pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya oleh pihak Universitas Mercu Buana. Tugas akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau publikasi dari karya yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Demikian pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 27 April 2022



Lulu Hidayati



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : Perancangan Dan Pendampingan Pemasaran Digital Pada Media
Sosial Instagram Umkm Asinan Buah Sourking.Id Ala Ibu Nur

Nama : Lulu Hidayati

NIM : 44518010045

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 27 April 2022

Mengetahui,

Pembimbing I

(Hikmah, M.Ikom)

Pembimbing II

(Rika Yessica Rahma, M.IKom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR LULUS TUGAS AKHIR

Nama : Lulu Hidayati

NIM : 11510010017

Bidang Studi : Digital Communication

Judul : Jurnal Media

dan Ibu Nur

Ke

Ma



Per

De

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing I,

Hikmah, M.Ikom

()

Pembimbing II

Rika Yessica Rahma, M.IKom

(_____)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Perancangan Dan Pendampingan Pemasaran Digital Pada Media Sosial Instagram Umkm Asinan Buah Sourking.Id Ala Ibu Nur

Nama : Lulu Hidayati

NIM : 44518010045

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 27 April 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


(Hikmah, M.Ikom)

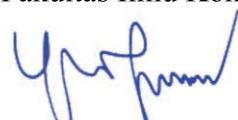

(Rika Yessica Rahma, M.IKom)

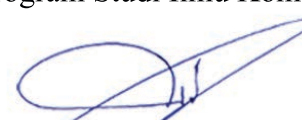
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Ketua Bidang Studi


(Rika Yessica Rahma, M.IKom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya telah memberikan kesehatan kepada pengabdian, sehingga bisa mampu menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) yang berjudul **“Perancangan Dan Pendampingan Pemasaran Digital Pada Media Sosial Instagram UMKM Asinan Buah Sourking.id Ala Ibu Nur”**. Sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan pada jurusan *Digital Communication*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Pada kesempatan ini juga pengabdian ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan semangat dan juga dukungan kepada pengabdian baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut memberikan semangat kepada pengabdian di saat mengalami kesulitan dan hambatan yang dialami dalam menyusun laporan tugas akhir ini, Yaitu kepada :

1. Kedua orang tua dan anggota keluarga lainnya yang memberikan dukungan dalam bentuk moril maupun materil yang sangat membantu pengabdian dalam menyelesaikan laporan tugas akhir.
2. Ibu Hikmah, M.IKom selaku pembimbing I dalam penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih atas ilmu, waktu, tenaga, pikiran serta kesabaran yang diberikan pada saat bimbingan dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.
3. Ibu Rika Yessica Rahma, M.IKom selaku pembimbing II dalam penyusunan tugas akhir ini dan Ketua Bidang Studi Digital Communication. Terima kasih atas ilmu, waktu, tenaga, pikiran, serta kesabaran yang

diberikan pada saat bimbingan dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.

4. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom selaku dosen mata kuliah riset penelitian saya. Terima kasih atas ilmu dan dukungan yang diberikan.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
7. Ibu Nurmaini, selaku pemilik dari UMKM Asinan Buah Sourking yang telah bersedia untuk bekerja sama dan telah banyak membantu kepada pengabdian untuk memenuhi tugas akhir ini.
8. Ibu Siti Khodijah, Ibu Herawati, Muzimatul dan warga Komplek Binong Permai Blok B12 karena telah bersedia bekerja sama dan membantu pengabdian untuk memenuhi tugas akhir ini.
9. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua dan keluarga besar yang memberikan dukungan moral maupun materil dan selalu mendoakan pengabdian. Terima kasih telah memberikan kepercayaan dan ekstra kesabaran penuh terhadap pengabdian.
10. Untuk tim Program TAPN ini, Amalia Andini dan Wulan Puji Astutik yang telah memberikan pengertian, semangat dan menemani pengabdian dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih karena telah melalui berbagai hambatan dan rintangan bersama-sama.
11. Terima kasih teman-teman Digital Communication angkatan 2018, khususnya kepada Elviera Fairuz Labibah, Chairriani Mega Safiyah, Raini Rahmi, Risa Aryani.

12. Terima kasih kak Mega Melia, salah satu alumnus *Digital Communication* yang dengan baik hati memberikan ilmunya di sela-sela kesibukannya.
13. Sahabatku, Meliana Rachim, Ananda Sirhindi, Kamalia Cahayani, Iin Agustin, Raden Roro Wiryani Cherry Saputri, Nabila Zahra Dezani, Fecilia Natali dan Aulia Retno Ekawati, terima kasih karena telah memberikan dukungan dan hiburan serta canda tawa yang tidak henti-hentinya dan membuat pengabdian selalu semangat.
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semuanya. Penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi para pembacanya.
15. Terakhir dan yang terpenting terima kasih kepada diri saya sendiri karena telah kuat dan bertahan dalam melakukan kegiatan TAPN.

Dalam kegiatan ini, pengabdian menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu pengabdian dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan tugas ini.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Maret 2022

Pengabdian

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR LULUS TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	11
1.3 Tujuan Kegiatan	11
1.4 Target Luaran.....	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Akademis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
1.5.3 Manfaat Sosial	12
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	13

2.1	Profil Usaha.....	13
2.2	Sumber Daya Manusia.....	14
2.3	Bahan Baku.....	15
2.4	Produksi.....	16
2.5	Pemesanan Dan Pengiriman.....	17
2.6	Khalayak Sasaran.....	18
2.7	Target Pasar.....	19
2.8	Peluang Untuk Berkembang.....	19
2.9	Profil Kompetitor.....	20
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERANCANGAN.....		22
3.1	Tinjauan Pustaka.....	22
3.2	Kajian Teoritis.....	30
3.2.1	Startegi Komunikasi Pemasaran Digital.....	30
3.2.2	Bauran Pemasaran.....	31
3.2.3	Media Sosial.....	34
3.2.4	Instagram.....	35
3.2.5	Bisnis Kuliner.....	38
3.2.6	Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	38
3.2.6	Pendampingan.....	40
3.2.7	Perencanaan Strategic Planner.....	41
3.2.8	Konsep Perancangan Pendampingan.....	43
BAB IV METODE PELAKSANAAN.....		47

4.1	Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah.....	48
4.1.1	Observasi	48
4.1.2	Wawancara	48
4.1.3	Diskusi.....	49
4.1.4	Konsultasi.....	50
4.1.5	Simulasi	51
4.2	Teknik Atau Tata Cara Pelaksanaan	51
4.2.1	Analisis SWOT.....	51
4.2.2	Pelatihan	54
4.2.3	Pendampingan	54
4.3	Tahapan Kegiatan Pendampingan.....	55
4.3.1	Perencanaan.....	55
4.3.2	Implementasi	55
4.4	Tahapan Kerja Strategic Planner	58
4.4.1	Membuat Visi Dan Misi	58
4.4.2	Menentukan Tujuan Dan Target Yang Tepat.....	58
4.4.3	Menyusun Kajian Dan Isu Strategis	59
4.4.4	Menyusun Strategi Pengembangan	59
4.5	Teknik Komunikasi	60
4.6	Konsep Perancangan.....	61
4.7	Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan	62
4.7.1	Produksi.....	62
4.7.2	Perencanaan Strategi.....	62

4.8	Rancangan Anggaran Kegiatan	63
4.9	Jadwal Kegiatan	65
4.10	Rencana Mitra Kerjasama	66
4.11	Rencana Publikasi Luaran	68
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....		70
5.1	Teknik Komunikasi	70
5.2	Gambaran Tahapan Pelaksanaan.....	71
5.2.1	Gambaran Tahapan Pelaksanaan Strategic Planner.....	73
5.3	Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	76
5.3.1	Kegiatan Mini Workshop dan Pelatihan.....	77
5.3.2	Variasi Konten Instagram.....	80
5.3.3	Teknik Komunikasi	86
5.4	Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan.....	93
5.4.1	Analisis Kegiatan.....	93
5.4.2	Analisis Hasil Pembahasan.....	102
5.4.3	Kendala Selama Kegiatan.....	109
5.4.4	Potensi Keberlanjutan.....	109
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		111
6.1	Kesimpulan.....	111
6.2	Saran	111
6.2.1	Saran Praktis Bagi UMKM Asinan Buah Sourking.id ala Ibu Nur.	111
6.2.2	Saran Akademis Bagi Mahasiswa Universitas Mercu Buana	112

DAFTAR PUSTAKA 113

LAMPIRAN 119



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tahun 2014-2019	2
Gambar 1. 2 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan	4
Gambar 1. 3 Jumlah waktu yang dihabiskan di media sosial.....	5
Gambar 1. 4 Kelompok usia pemasaran media sosial	5
Gambar 1. 5 Instagram Audience Overview	5
Gambar 3. 1 Model SOSTAC	45
Gambar 4. 1 Bagan Konsep Perancangan.....	61
Gambar 5. 1 Tahapan Pembuatan Konsep Media Sosial Instagram.....	74
Gambar 5. 2 Tahapan Pembuatan Konsep Logo dan Label Asinan Buah Sourking.id ala Ibu Nur	74
Gambar 5. 3 Tahapan Perubahan Kemasan Asinan Buah Sourking.id ala Ibu Nur	75
Gambar 5. 4 Konsep Konten Instagram	75
Gambar 5. 5 Tahapan Pemasangan Instagram Ads Asinan Buah Sourking.id ala Ibu Nur.....	75
Gambar 5. 6 Tahapan Pembuatan Salam Instagram Asinan Buah Sourking.id ala Ibu Nur.....	76
Gambar 5. 7 Tahapan Pemberian Informasi Hashtag.....	76
Gambar 5. 8 Kegiatan Mini Workshop Online.....	77
Gambar 5. 9 Praktik langsung Strategi Konten bersama Mitra	78
Gambar 5. 10 Hasil Konten Dari Mitra	79
Gambar 5. 11 Konten Feeds	80
Gambar 5. 12 Konten Reels dengan jumlah views terbanyak.....	82

Gambar 5. 13 Variasi Konten Reels	82
Gambar 5. 14 Konten Stories	83
Gambar 5. 15 Stories Hari Kemerdekaan Indonesia	84
Gambar 5. 16 Stories Citra Produk.....	84
Gambar 5. 17 Sorotan Cerita	85
Gambar 5. 18 Instagram Ads.....	86
Gambar 5.19 Konten Informatif.....	87
Gambar 5. 20 Konten Persuasif.....	88
Gambar 5. 21 Konten Persuasif.....	88
Gambar 5. 22 Konten Tanya – Jawab.....	89
Gambar 5. 23 Konten Pengalaman.....	90
Gambar 5. 24 Konten Peringatan Hari Besar	90
Gambar 5. 25 Hasil Konten Komunikasi Visual	91
Gambar 5. 26 Konten Produksi Asinan Buah Sourking.id.....	91
Gambar 5. 27 Umpan Balik Positif dan Interaktif.....	93
Gambar 5. 28 Akun Instagram Bisnis @sourking.id.....	95
Gambar 5. 29 Konten pada Instagram Bisnis @sourking.id	97
Gambar 5. 30 Konten Untuk Instagram Ads	98
Gambar 5. 31 Data Sebelum dan Sesudah Memasang Instagram Ads.....	99
Gambar 5. 32 Data Instagram Ads Kedua	100
Gambar 5. 33 Tagline Produk pada Instagram	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Profil Kompetitor Mitra.....	20
Tabel 3. 1 Tinjauan Pustaka.....	25
Tabel 3. 2 Bauran Pemasaran Mitra	33
Tabel 4. 1 Nama Anggota dan Deskripsi Pekerjaan.....	47
Tabel 4. 2 Analisis SWOT UMKM.....	51
Tabel 4. 3 Indikator Keberhasilan Strategic Planner	57
Tabel 4. 4 Jadwal Publikasi Instagram	62
Tabel 4. 5 Rancangan Anggaran Pemasukan	63
Tabel 4. 6 Rancangan Anggaran Pengeluaran.....	63
Tabel 4. 7 Pengeluaran Sekretariat	64
Tabel 4. 8 Pengeluaran Mini Workshop	64
Tabel 4. 9 Pengeluaran Promosi Instagram	64
Tabel 4. 10 Jadwal Kegiatan Strategic Planner	65
Tabel 4. 11 Rincian Jadwal Perminggu Strategic Planner.....	66
Tabel 4. 12 Rencana Publikasi	68
Tabel 5. 1 Tahapan Pelaksanaan.....	71
Tabel 5. 2 Analisis Hasil Pembahasan.....	102