



**PENDAMPINGAN PEMBUATAN *CONTENT* PADA MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM UMKM ASINAN BUAH SOURKING 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:

**Amalia Andini**

**44518010047**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI DIGITAL COMMUNICATION**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amalia Andini

NIM : 44518010047

Konsentrasi : Digital Communication

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul: **Pendampingan Pembuatan Content Pada Media Sosial Instagram UMKM Asinan Buah Sourking 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



Amalia Andini



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : Pendampingan Pembuatan Content Pada Media Sosial Instagram

UMKM Asinan Buah Sourking ala Ibu Nur

Nama : Amalia Andini

NIM : 44518010047

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 27 April 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Mengetahui,

Pembimbing I

(Hikmah, M.Ikom )

Pembimbing II

(Rika Yessica Rahma, M.IKom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR LULUS TUGAS AKHIR

Nama : Amalia Andini

NIM : 44518010047

Bidang Studi : Digital Communication

Judul : Pendampingan Pembuatan Content Pada Media Sosial Instagram

UMKM Asinan Buah Sourking ala Ibu Nur

Jakarta, 27 April 2022

Ketua Sidang,

Mardhiyyah S.Ikom, M. Ikom

Penguji Ahli,

Dewi Sad Tanti, M.Ikom

Pembimbing I,

Hikmah, M.Ikom

Pembimbing II

Rika Yessica Rahma, M.IKom



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : Perancangan Pembuatan Content Pada Media Sosial Instagram

UMKM Asinan Buah Sourking.Id Ala Ibu Nur

Nama : Amalia Andini

NIM : 44518010047

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)

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

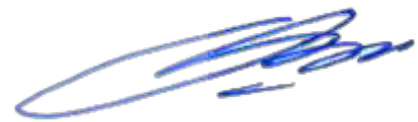
Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT karena tidak henti-hentinya melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, pengabdian dapat menyelesaikan proposal tugas akhir peduli negeri yang berjudul **“Pendampingan Pembuatan *Content* Pada Media Sosial Instagram UMKM Asinan Buah Sourking ala Ibu Nur”** guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan *Digital Communication* Universitas Mercu Buana.

Tak lupa pengabdian juga mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada setiap pihak yang telah mendukung serta membantu pengabdian selama proses penyelesaian tugas akhir ini hingga selesainya proposal ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini, pengabdian ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Hikmah, M.IKom selaku pembimbing I dalam pembuatan proposal tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ibu Rika Yessica Rahma, M.IKom selaku pembimbing II dalam pembuatan proposal tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Yuni Tresnawati, M.IKom selaku dosen mata kuliah tugas akhir yang telah meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kami selama menyusun tugas akhir ini.

4. Ibu Nurmaini selaku pemilik UMKM Asinan Buah Sourking yang telah bersedia bekerja sama dan memberikan banyak bantuan kepada pengabdian dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk tugas akhir ini.
5. Nida Millatina karena telah membagikan pengalamannya sehingga pengabdian mendapatkan inspirasi dari pengalaman tersebut.
6. Tim TAPN ini, Lulu Hidayati dan Wulan Puji Astutik yang telah berusaha bersama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Tangerang, 27 Maret 2022



Pengabdian



## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>              | <b>i</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....</b>           | <b>ii</b>  |
| <b>LEMBAR LULUS TUGAS AKHIR .....</b>                | <b>iii</b> |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>           | <b>iv</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                 | <b>v</b>   |
| <b>ABSTRACK .....</b>                                | <b>vi</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                           | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                               | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                            | <b>xiv</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                            | <b>xv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                        | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang .....                             | 1          |
| 1.2 Permasalahan.....                                | 9          |
| 1.3 Tujuan .....                                     | 10         |
| 1.4 Target Luaran .....                              | 10         |
| 1.5 Manfaat Kegiatan .....                           | 11         |
| 1.5.2 Manfaat Praktis .....                          | 11         |
| 1.5.3 Manfaat Sosial.....                            | 11         |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN .....</b> | <b>12</b>  |



|   |           |
|---|-----------|
| 2.1 Profil Usaha.....                                       | 12        |
| 2.2 Kompetitor .....  | 14        |
| 2.3 Sumber Daya Manusia .....                               | 16        |
| 2.4 Bahan Baku .....  | 17        |
| 2.5 Produksi .....  | 18        |
| 2.6 Pemesanan dan Pengiriman.....                           | 20        |
| 2.7 Khalayak Sasaran .....                                  | 20        |
| 2.8 Target Pasar.....                                       | 20        |
| 2.9 Peluang Usaha.....                                      | 21        |
| <b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERANCANGAN.....</b> | <b>22</b> |
| 3.1 Tinjauan Pustaka .....                                  | 22        |
| 3.2 Konsep Perancangan .....                                | 26        |
| 3.2.1 Komunikasi Digital.....                               | 26        |
| 3.2.2 <i>New Media</i> .....                                | 26        |
| 3.2.3 Media Sosial.....                                     | 29        |
| 3.2.4 Instagram.....  | 31        |
| 3.2.5 Pendampingan .....                                    | 34        |
| 3.2.6 <i>Content Creator</i> .....                          | 36        |
| 3.2.7 Konten.....   | 36        |
| 3.2.8 <i>Content Marketing</i> .....                        | 38        |
| 3.2.9 Desain Grafis.....                                    | 40        |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.2.10 Teori Brewster.....                      | 41        |
| 3.2.11 UMKM.....                                | 42        |
| 3.2.12 Bisnis Kuliner .....                     | 44        |
| 3.2.13 Analisis SWOT .....                      | 44        |
| <b>BAB IV METODE PELAKSANAAN .....</b>          | <b>46</b> |
| 4.1 Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah..... | 47        |
| 4.1.1 Observasi.....                            | 47        |
| 4.1.2 Wawancara.....                            | 47        |
| 4.1.3 Diskusi .....                             | 48        |
| 4.1.4 Konsultasi.....                           | 48        |
| 4.1.5 Simulasi.....                             | 49        |
| 4.2 Teknik Atau Tata Cara Pelaksanaan.....      | 49        |
| 4.2.1 Berdasarkan Analisis SWOT .....           | 49        |
| 4.2.2 Pelatihan.....                            | 51        |
| 4.2.3 Pendampingan .....                        | 51        |
| 4.2.4 Masa Lepas Pendampingan.....              | 51        |
| 4.3 Tahapan Kegiatan Pendampingan.....          | 52        |
| 4.3.1 Perencanaan.....                          | 52        |
| 4.3.2 Persiapan .....                           | 53        |
| 4.3.3 Pelaksanaan .....                         | 53        |
| 4.3.4 Evaluasi .....                            | 54        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.4 Tahapan Kerja <i>Content Creator</i> .....                      | 54        |
| 4.5 Teknik Komunikasi.....  | 56        |
| 4.6 Konsep Perancangan.....   | 56        |
| 4.7 Bentuk-Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....      | 57        |
| 4.6 Anggaran Kegiatan.....  | 58        |
| 4.7 Jadwal Kegiatan.....  | 59        |
| 4.8 Rencana Mitra Kerjasama.....                                    | 60        |
| 4.9 Rencana Publikasi Luaran.....                                   | 61        |
| <b>BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN .....</b>     | <b>63</b> |
| 5.1 Teknik Komunikasi.....  | 63        |
| 5.2 Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan.....                           | 63        |
| 5.2.1 Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan <i>Content Creator</i> ..... | 65        |
| 5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....                     | 66        |
| 5.3.1 Mini Workshop.....  | 66        |
| 5.3.2 Praktik Langsung.....   | 67        |
| 5.3.3 Promosi <i>Online</i> .....                                   | 68        |
| 5.3.4 Logo, Stiker Kemasan dan Tagline.....                         | 69        |
| 5.3.4 Akun Instagram Asinan Buah Sourking Ala Ibu Nur.....          | 70        |
| 5.4 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan.....       | 81        |
| 5.4.1 Analisis Kegiatan.....  | 81        |
| 5.4.2 Kendala.....  | 84        |

|  |           |
|--|-----------|
| 5.4.3 Potensi Keberlanjutan .....                                      | 84        |
| <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                | <b>86</b> |
| 6.1 Kesimpulan .....   | 86        |
| 6.2 Saran.....   | 86        |
| 6.2.1 Saran Praktis .....  | 86        |
| 6.2.2 Saran Akademis .....   | 87        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>88</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>91</b> |
| Lampiran 1 – CV Pengabdian.....  | 91        |
| Lampiran 2 – Anggaran Kegiatan.....                                    | 92        |
| Lampiran 3 – Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas ..... | 93        |
| Lampiran 4 – Surat Kesediaan Mitra .....                               | 95        |
| Lampiran 5 – Denah Lokasi.....   | 96        |
| Lampiran 6 – Dokumentasi.....  | 97        |
| Lampiran 7 – Bahan Presentasi.....                                     | 100       |
| Lampiran 8 – Desain Virtual Background, Logo, dan Label Kemasan .....  | 102       |
| Lampiran 9 – Bukti Publikasi Di Media Massa .....                      | 103       |
| Lampiran 10 – Hasil Kuesioner .....                                    | 104       |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Penilaian Efektivitas Penggunaan Content Marketing..... | 3  |
| Gambar 1. 2 Instagram Audience Overview .....                       | 4  |
| Gambar 1. 3 Jumlah Unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.....       | 8  |
| Gambar 3.1 Hubungan Antar Warna.....                                | 42 |
| Gambar 4. 1 Desain Logo Mitra .....                                 | 55 |
| Gambar 4. 2 Bagan Konsep Perancangan .....                          | 57 |
| Gambar 5. 1 Tahapan Pembuatan Desain.....                           | 65 |
| Gambar 5. 2 Kegiatan Mini Workshop .....                            | 66 |
| Gambar 5. 3 Praktik Langsung Bersama Mitra.....                     | 67 |
| Gambar 5. 4 Konten Hiburan.....                                     | 68 |
| Gambar 5. 5 Konten Giveaway.....                                    | 69 |
| Gambar 5. 6 Desain Label Kemasan.....                               | 69 |
| Gambar 5. 7 Profil Instagram Mitra.....                             | 70 |
| Gambar 5. 8 Desain Sorotan Instagram .....                          | 81 |
| Gambar 5. 9 Caption Content.....                                    | 81 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Kompetitor Mitra .....                    | 14 |
| Tabel 2. 2 Bahan Baku .....                          | 18 |
| Tabel 2. 3 Harga Produk .....                        | 19 |
| Tabel 3. 1 Tinjauan Pustaka.....                     | 24 |
| Tabel 4. 1 Nama Anggota dan Deskripsi Pekerjaan..... | 46 |
| Tabel 4. 2 Analisis SWOT .....                       | 50 |
| Tabel 4. 3 Indikator Keberhasilan .....              | 53 |
| Tabel 4. 4 Rancangan Anggaran Pemasukan .....        | 58 |
| Tabel 4. 5 Rancangan Anggaran Pengeluaran .....      | 58 |
| Tabel 4. 6 Pengeluaran Sekretariat .....             | 58 |
| Tabel 4. 7 Pengeluaran Mini Workshop .....           | 59 |
| Tabel 4. 8 Pengeluaran Promosi Instagram .....       | 59 |
| Tabel 4. 9 Jadwal Kegiatan Content Creator .....     | 59 |
| Tabel 4. 10 Jadwal Publikasi.....                    | 60 |
| Tabel 4. 11 Media Publikasi.....                     | 61 |
| Tabel 5. 1 Tahap Pelaksanaan.....                    | 64 |
| Tabel 5. 2 Konten Instagram.....                     | 71 |
| Tabel 5. 3 Analisis Kegiatan .....                   | 81 |