



**PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAN PENJUALAN PRODUK MAKANAN KOMUNITAS
USAHA PENDUDUK DISABILITAS DI BEKASI SELAMA BULAN
OKTOBER SAMPAI APRIL 2020**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

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

Disusun oleh :

LAZUARDI FAIRUZ FATIN

44317120047

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2021



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lazuardi Fairuz Fatih
NIM : 44317120047
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN PRODUK MAKANAN KOMUNITAS USAHA PENDUDUK DISABILITAS DI BEKASI SELAMA BULAN OKTOBER SAMPAI APRIL 2020**, 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 plagiarisme, 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, 24 Agustus 2021
Yang membuat pernyataan


(.....Lazuardi Fairuz.....)

Pembimbing I

Dewi Sad Tanti, M.Ikom

Pembimbing II

Berliani Ardha, M.Si.

Ketua Bidang Studi

Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Lazuardi Fairuz Fatin
NIM : 44317120047
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : **PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN PRODUK MAKANAN KOMUNITAS USAHA PENDUDUK DISABILITAS DI BEKASI SELAMA BULAN OKTOBER SAMPAI APRIL 2020**

Jakarta, 24 Agustus 2021

Mengetahui

Pembimbing I

Dewi Sad Tanti, M.Ikom

Pembimbing II

Berliani Ardha, M.Si.



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana


Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Lazuardi Fairuz Fatin
NIM : 44317120047
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : **PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN PRODUK MAKANAN KOMUNITAS USAHA PENDUDUK DISABILITAS DI BEKASI SELAMA BULAN OKTOBER SAMPAI APRIL 2020**

Jakarta, 24 Agustus 2021

Ketua Sidang: Yuni Tresnawati, M.Ikom

()

Penguji Ahli: Andribudi widodo, M.I.Kom

()

Pembimbing I: Dewi Sad Tanti, M.Ikom

()

Pembimbing II: Berliani Ardha, M.Si.

()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN PRODUK MAKANAN KOMUNITAS USAHA PENDUDUK DISABILITAS DI BEKASI SELAMA BULAN OKTOBER SAMPAI APRIL 2020**

Nama : Lazuardi Fairuz

NIM : 44317120047

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 24 Agustus 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I

Dewi Sad Tanti, M.Ikom

Pembimbing II

Berliani Ardha, M.Si.

Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing Communication

Eka Berwitasari Fauzi, M.Ed

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dr. Farid Hamid, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Elly Yuliatwati, M.Si

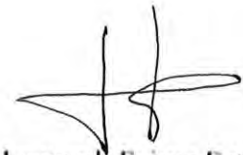
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkah rahmat serta ridho-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang mengambil judul "*Pendampingan Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Promosi dan Penjualan Produk Makanan Komunitas Usaha Penduduk Disabilitas Di Bekasi Selama Bulan Oktober Sampai April 2020*". Peneliti menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya, terutama kepada yang saya hormati:

1. Ibu Dewi Sad Tanti M.Ikom dan Ibu Berliani Ardha SE, Msi selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Peduli Negeri yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, memotivasi dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Yuni Tresnawati, M. Ikom selaku Ketua Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan.
3. Keluarga yang telah banyak memberikan dukungan semangat dan doa.
4. Seluruh dosen beserta staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Terimakasih saya ucapkan kepada Anggi dan Hegar yang telah menjadi partner luar biasa bagi saya.
6. Terimakasih kepada KUBE PENDA yang telah bersedia untuk berbagi ilmu dan pengalaman.

Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Jakarta, Mei 2020



Lazuardi Fairuz Fatin

NIM.

44317120047

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Kondisi Dan Potensi Wilayah	5
1.2.1 Sosial	5
1.2.2 Ekonomi.....	5
BAB II. GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	6
2.1 Kondisi Masyarakat Sasaran.....	6
2.2 Permasalahan yang Dihadapi Masyarakat	7
2.3 Tujuan Luaran	8
BAB III. TINJAUAN PUSTAKA & KONSEP	9
3.1 Tinjauan Pustaka	9
3.1.1 Komunikasi Pemasaran	9
3.1.2 Periklanan	10
3.1.3 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	11
3.1.4 Analisis Swot.....	12
3.1.5 Sosial Media sebagai Media Promosi	13
3.1.6 Instagram sebagai Media Promosi.....	15
3.1.7 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	17
3.1.8 Bauran Promosi	19
3.1.9 Media Planning.....	19
3.1.10 Media Sosial	23
3.1.11 Instagram Bisnis	24
3.2 Konsep	25
3.2.1 Deskripsi Kegiatan	25
3.2.2 Jenis Kegiatan.....	25
3.2.3 Tema Kegiatan.....	27
3.2.4 Sasaran Kegiatan	28
3.2.5 Lokasi dan Waktu Kegiatan.....	28

3.2.6 Fasilitas	28
3.2.7 Sumber Dana	28
3.2.8 Media Partner	29
BAB IV. METODE PELAKSANAAN.....	30
4.1 Pengukuran Identifikasi Masalah.....	30
4.2 Teknik/ Tata Cara Pelaksanaan.....	30
4.2.1 Kriteria Peserta	30
4.2.2 Penetapan Lokasi	30
4.2.3 Pelaksanaan Kegiatan	31
4.3 Tahap Kegiatan	31
4.4 Teknik Komunikasi.....	32
4.4.1 Isi	32
4.4.2 Media	32
4.4.3 Cara Komunikasi	32
4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	33
4.5.1 Praktek Membuat Akun Bisnis Intagram.....	33
4.5.2 Pengelolaan Konten di Media Instagram.....	34
4.6 Creative & Media Brief.....	35
4.6.1 Curent Situation	35
4.6.2 Profile Client.....	35
4.6.3 Product Knowledge	36
4.6.4 Where The Brand Is Now	37
4.6.5 Advertising Objective.....	37
4.6.6 Target Audience	37
4.6.7 Problem.....	37
4.6.8 Solutions	38
4.6.9 The Support & Reason Why.....	38
4.6.10 Big Idea.....	38
4.6.11 Brand Character	38
4.6.12 Creative Strategy	38
4.6.13 Biaya Media Promosi	39
4.6.14 Tone And Manner.....	39
4.6.15 Mandatory.....	39
4.7 Evaluasi & Keberlanjutan	39
BAB V. HASIL YANG DI CAPAI DAN POTENSI BERKELANJUTAN.....	41
5.1 Teknik Komunikasi.....	41
5.1.1 Kegiatan Pendampingan UMKM	41
5.1.2 Pendampingan Pengguna Instagram.....	43

5.1.3 Pendampingan Membuat Foto Instagram.....	45
5.1.4 Pendampingan Membuat Profil di <i>Instagram</i>	45
5.1.5 Pendampingan Membuat Link Whatsapp di <i>Instagram</i>	46
5.2 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	47
5.2.1 Pembuatan Akun Instagram MZISnack	47
5.2.2 Pengelolaan Akun Instagram @mzisnack	48
5.2.3 Implementasi Konsep Karya	49
5.2.4 Konten Instagram & Waktu Upload	56
5.2.5 <i>Instagram</i> Ads	60
5.3 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi	68
5.3.1 Analisis Kegiatan.....	68
5.3.2 Kendala.....	69
5.3.3 Potensi Keberlanjutan.....	69
5.3.4 Bagan Pendampingan yang Masih di Lakukan	70
5.4 Evaluasi Penggunaan Media Instagram	71
5.4.1 Engagement	71
5.4.2 Reach	71
5.4.3 Impressions.....	73
5.4.4 Evaluasi Kegiatan	73
BAB VI. PENUTUP.....	75
6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran	76
6.2.1 Mitra KUBE PENDA.....	76
6.2.2 Universitas Mercu Buana.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pendampingan Membuat Instagram.....	42
Gambar 2. Membuat Foto Instagram.....	42
Gambar 3. Pendampingan Penggunaan Instagram.....	43
Gambar 4. Hasil Pendampingan Foto.....	45
Gambar 5. Profile Intagram.....	46
Gambar 6. Link Whatsapp.....	47
Gambar 7. Akun Instagram MZI Snack.....	47
Gambar 8. Hari Disabilitas.....	51
Gambar 9. Informasi Produk.....	52
Gambar 10. Sejarah KUBE PENDA.....	52
Gambar 11. Konten Instagram.....	53
Gambar 12. Profile Instagram MZI Snack.....	54
Gambar 13. Audiens Instagram MZI Snack.....	55
Gambar 14. Rentang Usia Dan Gender.....	56
Gambar 15. Profil Instagram Bisnis.....	61
Gambar 16. Konten Instagram.....	62
Gambar 17. Destinasi Instagram.....	63
Gambar 18. Target Audiens Instagram.....	64
Gambar 19. Biaya Dan Durasi.....	66
Gambar 20. Review Dan Pembayaran.....	67
Gambar 21. Reach Instagram.....	72
Gambar 22. Impressions Intagram.....	73
Gambar 23. KUBE PENDA.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tahapan Pendampingan.....	44
Tabel 2. Konten Instagram Dan Waktu Upload.....	56
Tabel 3. Konten Instagram Dan Waktu Upload.....	57
Tabel 3. Konten Instagram Dan Waktu Upload.....	58
Tabel 3. Konten Instagram Dan Waktu Upload.....	59
Tabel 3. Biaya Promosi.....	65
Tabel 3. Pendampingan.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Flowchart Prosedur Kerja.....	79
Lampiran 2. Rancangan Anggaran Biaya.....	79
Lampiran 3. Susunan Organisasi Tim Kegiatan & Pembagian Tugas.....	80
Lampiran 4. Instagram.....	81
Lampiran 5. Insght Instagram.....	82
Lampiran 6. Curicullum Vitae.....	83

