



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM ANGKRINGAN OPPAH
DALAM MENENTUKAN MEDIA PLACEMENT UNTUK BRAND
AWARENESS.**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Ilmu Komunikasi bidang studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Disusun Oleh:

DEVI OKTAVIASARI

44318010004

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Devi Oktaviasari

NIM : 44318010004

KONSENTRASI : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Perencanaan Dan Pendampingan Umkm Angkringan Oppah Dalam Menentukan Media Placement Untuk Brand Awareness**. 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 sebagai mana mestinya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar.

Jakarta, 17 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



(Devi Oktaviasari)

Pembimbing 1

(Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom)

Pembimbing II

(Fauziyyah Sitanova, S.Ikom, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul Skripsi : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN
ANGKRINGAN OPPAH DALAM MENENTUKAN
MEDIA PLACEMENT UNTUK BRAND
AWARENESS.**

Nama : Devi Oktaviasari

NIM : 44318010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 17 Juni 2022

Mengetahui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Riki Arswensi, M.Ikom)

(Fauziyyah Sitanova, S.Ikom, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul Skripsi : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN
ANGKRINGAN OPPAH DALAM MENENTUKAN
MEDIA PLACEMENT UNTUK BRAND AWARENESS.**

Nama : Devi Oktaviasari

NIM : 44318010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 17 Juni 2022

Ketua Sidang

Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

Dosen Penguji Ahli

Andri Budiwidodo, M.Ikom

Dosen Pembimbing I

Riki Arswendi, M.Ikom

Dosen Pembimbing II

Fauziyyah Sitanova, S.Ikom, M.Ikom



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN
ANGKRINGAN OPPAH DALAM MENENTUKAN
MEDIA PLACEMENT UNTUK BRAND
AWARENESS.**

Nama : Devi Oktaviasari

NIM : 44318010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 17 Juni 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

 UNIVERSITAS
MERCU BUANA 

(Riki Arswendi, S.Sos, M. Ikom)

(Fuziyyah Sitanova, S.Ikom, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran



(Eka Perwitasari, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si.)



(Dr. Farid Hamid, M. Si)

KATA PENGANTAR

Assalamu‘alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, beserta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN ANGKRINGAN OPPAH DALAM MENENTUKAN MEDIA PLACEMENT UNTUK BRAND AWARENESS.**

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKom) pada Jurusan *Advertising & Marketing Communication* pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak **Riki Aswendi, S.Sos, M.Ikom** selaku pembimbing I dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberikan dukungan, tenaga, waktu pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.
2. Ibu **Fauziyyah Sitanova, S.Ikom, M.Ikom** selaku pembimbing II dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberikan dukungan, tenaga, waktu pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.
3. Saudara **Ahmad Sofyan dan Mia Adiah** selaku pemilik usaha “Angkringan Oppah” yang telah bersedia untuk bekerjasama dan memberikan banyak bantuan yang baik kepada penulis dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk laporan tugas akhir ini.

4. Ibu **Dr. Elly Yuliawati, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran.
5. Bapak **Farid Hamid Umarela, M.Si** selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan laporan tugas akhir.
6. Ibu **Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, MA** selaku Kepala Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
7. Kepada seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang studi *Advertising & Marketing Communication*, yang telah memberikan dukungan, tenaga, pikiran, waktu dan pengajaran yang begitu baik selama penulis menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
8. Kedua orang tua serta keluarga yang telah memberikan materi, dukungan, semangat, serta doa yang tiada henti diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir.
9. Dan para teman-temanku, Riski Risandi, Denalda Afifah, Fajar Akbar Pasya, Namira Adzani, Brigitta Magdalena dan semua teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan waktu selama berlangsungnya perkuliahan ini.

Akhirnya, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak dan apabila tidak disebutkan penulis minta maaf, dengan besar harapan semoga Skripsi yang ditulis penulis dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umum bagi pembaca. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini semoga amal dan kebaikannya dibalas oleh Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, Aamiin.

Penulis menyadari dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata Sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis .

Sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Jakarta, Juni 2022

Penulis



Devi Oktaviasari





Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Devi Oktaviasari

44318010004

Perencanaan dan Pendampingan UMKM Angkringan Oppah dalam menentukan Media Placement untuk Brand Awareness

Bibliografi : 6 Bab 147 hal + lampiran + 27 buku + 3 Lainnya

ABSTRAK

Umkm menjadi wadah bagi siapa yang ingin mengembangkan usahanya, menjadi salah satu sektor yang mndapat pukulan telak karena Pandemi Covid-19. Tidak sedikit usaha yang jatuh karena lesunya roda perekonomian selama berbulan-bulan. Namun di tengah kelesuan itu, masih ada di antara para pengusaha Umkm yang berusaha bertahan dan mencoba bangkit kembali. Seperti yang dilakukan oleh UMKM Angkringan Oppah. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu Umkm untuk meningkatkan Brand Awareness pada produk itu sendiri. Media Sosial memiliki artian sebagai alat atau sarana yang digunakan banyak orang untuk mengakses berbagai macam bentuk media digital baik secara online maupun offline.

Digital Marketing atau pemasaran digital pemasaran produk maupun jasa menggunakan internet dengan memanfaatkan pemasaran serta target konsumen. Media sosial sangat berperan dalam promosi dan penjualan suatu produk dimedia social karena fungsi dari media social itu sendiri adalah menjadi wadah sekaligus tempat dimana orang-orang melakukan proses penjualan dengan harapan mendapatkan keuntungan serta peningkatan penjualan melalui media social tersebut.

Kata Kunci : Digital Marketing, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Media Sosial.



Mercu Buana University
Faculty of Communication

Study Program Advertising & Marketing Communication

Devi Oktaviasari

44318010004

Planning and Assistance of Angkringan Oppah UMKM in determining Media Placement for Brand Awareness

Bibliography : 6 Chapter 147 Pages + Attachments + 27 Books + 3 More

ABSTRACT

Umkm is a forum for those who want to develop their business, becoming one of the sectors that has been hit hard due to the Covid-19 Pandemic. Not a few businesses have fallen due to the slowdown in the economy for months. However, in the midst of the slggishness, there are still some UMKM entrepreneurs who are trying to survive and try to get back up. As done by SME Angkringan Oppah. This assistance aims to help UMKM to increase Brand Awareness on the product itself. Social Media has the meaning as a tool or means used by many people to access various forms of digital media both online and offline.

Digital Marketing or digital marketing marketing of products and services using the internet by utilizing marketing and target consumers. Social media plays a very important role in the promotion and sale of a product on social media because the function of social media itself is to become a place as well as a place where people carry out the sales process in the hope of getting profits and increasing sales through social media.

Keywords: Digital Marketing, Micro, Small and Medium Enterprises, Social Media.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	5
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	6
BAB II	7
GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	7
2.1 UMKM “Angkringan Oppah”.....	7
2.2 Profil Usaha.....	11
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	11
2.4 Khalayak Sasaran	13
2.5 Peluang Usaha	15
2.6 Konsep yang dilakukan Media Planner.....	15
2.7 Refrensi Karya.....	16

BAB III.....	17
TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PEMASARAN	17
3.1 Komunikasi Pemasaran	17
3.2 Integared Marketing Communications (IMC)	17
3.3 Digital Marketing	19
3.4 Branding	19
3.5 Media.....	26
3.5.1 Media Iklan Cetak Luar Ruang	27
3.5.2 Media Sosial	27
3.5.2.1 Instagram	28
3.6 Media Departement	29
3.7 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	30
3.8 Creative Brief	33
3.9 Menentukan Big Idea	36
3.10 Perencanaan Strategi	37
3.11 Promosi.....	38
3.12 Perencanaan Media	38
3.13 Media Promosi	39
3.14 Tujuan Promosi	40
BAB IV	41
METODE PELAKSANAAN	41
4.1 Tekhnik atau Tata Cara Pelaksanaan	41
4.1.1 Pelatihan	43
4.1.2 Pendampingan	45
4.2 Tahapan Kegiatan.....	45
4.2.1 Perencanaan.....	45
4.2.2 Pelaksanaan	46
4.2.3 Evaluasi	46
4.3 Tahapan Komunikasi.....	46
4.4 Konsep Perancangan	47

4.5	Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	48
4.6	Produksi.....	49
4.7	Anggaran Kegiatan.....	50
BAB V	52
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	52
5.1	Media Branding dan Promosi Yang Dilakukan	52
5.1.1	Promosi Offline	52
5.1.2	Promosi Online.....	52
5.2	Gambaran tahap pelaksanaan	57
5.2.1	Pengaktifan Media Sosial “Angkringan Oppah”	57
5.3	Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	58
5.3.1	Banner Angkringan Oppah.....	58
5.3.2	Flyer Angkringan Oppah.....	60
5.3.3	Merchandise Angkringan Oppah	60
5.3.4	Media Sosial “Angkringan Oppah”.....	61
4.3.5	Data Penjualan.....	120
	Tabel 5.2 Data Penjualan	120
5.4	Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Berkelanjutan.....	120
5.4.1	Analisis Kegiatan	120
5.4.2	Kendala.....	121
5.4.3	Potensi Keberlanjutan	122
BAB VI	123
KESIMPULAN DAN SARAN	123
6.1	Kesimpulan.....	123
6.1.1	Media Cetak Luar Ruang (<i>offline</i>)	123
6.1.2	Media Sosial (<i>online</i>)	123
6.2	Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	128
	Lampiran 1 : Biodata (Dosen Pendamping dan Anggota)	128

Lampiran 2 : Struktur Tim	129
Lampiran 3 : Surat pernyataan kesediaan kerjasama dari mitra.....	129
Lampiran 4 : Denah Lokasi Kegiatan	131
Lampiran 5 : Anggaran Kegiatan	132
Lampiran 6 : Desain Banner, Flyer	133
Lampiran 7 : Publikasi Media Massa	134
Lampiran 8 : CV Penulis	135
Lampiran 9 : Dokumentasi Kegiatan	136



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matrix Swot	35
Tabel 3.2 SWOT Angkringan Oppah	36
Tabel 3.5 Creative Brief	45
Tabel 4.1 Tahapan Kerja Media Planner	54
Tabel 4.2 Anggaran Kegiatan Pendampingan	63
Tabel 4.3 Jadwal Kegiatan	63
Tabel 4.4 Kegiatan Saat Ini	64
Tabel 5.1 Semua Konten <i>Instagram</i>	96
Tabel 5.2 Tabel Data Penjualan	132



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Foto Produk	20
Gambar 2.2 Foto Tempat Usaha	22
Gambar 4.1 Foto Alamat Tempat Berjualan	60
Gambar 5.1 Contoh <i>Caption Instagram</i>	66
Gambar 5.2 Contoh <i>Hastag Instagram</i>	67
Gambar 5.3 Contoh Caption #rabuserubarengoppah	67
Gambar 5.4 Caption #sobatoppah	67
Gambar 5.5 Contoh Template Feeds, Story, Reels Instagram	68
Gambar 5.6 Endorsement	69
Gambar 5.7 Tahapan Kerja Media Plannr	70
Gambar 5.8 Profil Instagram Angkringan Oppah	71
Gambar 5.9 Gerobak Angkringan	72
Gambar 5.10 Banner yang Sudah Terpasang	72
Gambar 5.11 Flyer	73
Gambar 5.12 Merchandise	74
Gambar 5.13 Konten Media Sosial Sebelum Pendampingan.....	75
Gambar 5.14 Konten Setelah Pendampingan	76
Gambar 5.15 Konten #kataoppah	77
Gambar 5.16 Konten Giveaway dan Doorprize	78
Gambar 5.17 Semua Konten Instagram	79
Gambar 5.18 Konten Reels Instagram	93
Gambar 5.19 Insight Reels	94
Gambar 5.20 Konten Instagram Angkringan Oppah	127
Gambar 5.21 Analytic Insight Konten	128

Gambar 5.22 Interaksi Konten Instagram	129
Gambar 5.23 Interaksi Konten dan Jangkauan	130
Gambar 5.24 Jangkauan Instagram	131
Gambar 5.25 Instagram Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	132

