



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENDAMPINGAN PRODUKSI KONTEN PROMOSI
DALAM MEMAKSIMALKAN *ENGAGEMENT* TERHADAP
FOLLOWERS PADA AKUN INSTAGRAM UMKM CHIPS TOPZ**

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

Namira Anastasya

44518010048

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 : Namira Anastasya
NIM : 44518010048
Bidang Studi : *Digital Communication*
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: Pendampingan Produksi Konten Promosi Dalam Memaksimalkan *Engagement* Terhadap *Followers* Pada Akun Instagram UMKM Chips Topz adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Tugas akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari tugas akhir atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Apabila 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, 28 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



(Namira Anastasya)

Mengetahui,

Pembimbing I

A. Judhie Setiawan

(A. Judhie Setiawan, SE., M.Si)

Pembimbing II

(Siti Muslichatul Mahmudah, M. Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Namira Anastasya
NIM : 44518010048
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Digital Communication*
Judul : Pendampingan Produksi Konten Promosi Dalam Memaksimalkan
Engagement Terhadap Followers Pada Akun Instagram UMKM
Chips Topz

Jakarta, 28 Juli 2022

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II


A. Judhie Setiawan

(A. Judhie Setiawan, SE., M.Si)



(Siti Muslichatul Mahmudah, M. Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Namira Anastasya
NIM : 44518010048
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Digital Communication*
Judul : Pendampingan Produksi Konten Promosi Dalam Memaksimalkan
Engagement Terhadap Followers Pada Akun Instagram UMKM
Chips Topz

Jakarta, 28 Juli 2022

Ketua Sidang : Rika Yessica Rahma, M.Ikom (.....)

Penguji Ahli : Dewi Sad T, M.Ikom (.....)

Pembimbing I : A. Judhie Setiawan, SE.M.Si (.....)

Pembimbing II : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Nama : Namira Anastasya
NIM : 44518010048
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Digital Communication*
Judul : Pendampingan Produksi Konten Promosi Dalam Memaksimalkan
Engagement Terhadap Followers Pada Akun Instagram UMKM
Chips Topz

Jakarta, 28 Juli 2022
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I

A. Judhie Setiawan

(A. Judhie Setiawan, SE.,M.Si)

Pembimbing II

(Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi
Digital Communication

(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)

Dekan Fakultas
Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

(Dr, Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga pendamping dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Pendampingan Produksi Konten Promosi dalam Memaksimalkan *Engagement* Terhadap *Followers* Pada Akun Instagram UMKM Chips Topz”, Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Digital Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Pendamping menyadari bahwa tugas akhir ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, dengan tulus dan senang hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. **Bapak A. Judhie Setiawan, SE., M.Si**, selaku dosen pembimbing I dan juga **Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom** selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan serta solusi pada setiap masalah selama proses penyusunan tugas akhir ini,
2. **Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta,
3. **Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si** selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta,
4. **Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta,
5. **Ibu Rika Yessica Rahma, M.Ikom** selaku Ketua Bidang Studi *Digital Communication* Universitas Mercu Buana Jakarta,
6. **Ibu Mardhiyyah, M.Ikom** selaku Sekretaris Bidang Studi *Digital Communication* Universitas Mercu Buana Jakarta,
7. **Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom** selaku Dosen Mata Kuliah Tugas Akhir
8. **Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta** yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga selama masa perkuliahan kepada pendamping,

9. **Bapak Sukadi, SE, MM** selaku Kepala Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta,
10. **Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta** yang telah membantu pengurusan dokumen syarat tugas akhir,
11. **Bapak Bambang Purwanto M.Ikom** selaku Koordinator Laboratorium Universitas Mercu Buana Jakarta,
12. **Keluarga pendamping** yang telah memberikan dukungan penuh kepada pendamping selama pendamping menyusun laporan tugas akhir,
13. **Rendy Iskandar Chaniago dan Ratih Purnamasari** selaku pemilik UMKM Chips Topz yang telah bersedia menjadi mitra dan bersikap responsif selama pendampingan,
14. **Serena Putri Lutfiasih dan Moraina Aulia Mawarda** selaku anggota tim penyusun tugas akhir atas kerjasamanya dengan baik serta selalu memberikan dukungan dan semangat kepada satu sama lain selama proses penyusunan tugas akhir,
15. **Seluruh responden dari kuesioner** yang telah berpartisipasi secara tidak langsung sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu,
16. **Tengku Arrafi** yang selalu menemani dan tidak pernah berhenti memberikan dukungan serta motivasi,
17. **Seluruh sahabat, Sarah Azalia, Syifa Nur Fadhillah, Aisyah Azizah, Raini Rahmi, Ardiyasa Noviansah, dan lain-lainnya** yang turut memberikan semangat serta saran yang sangat membantu dan berguna selama proses penyusunan tugas akhir,
18. **Terimakasih kepada diri saya sendiri** karena telah melakukan semua kerja keras ini, tidak pernah berhenti berusaha dan tidak pernah menyerah sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

Dalam penulisan tugas akhir ini tentunya tidak luput dari kekurangan maupun kesalahan. Oleh karena itu, pendamping mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan tugas akhir ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi pendamping maupun pembacanya.

Namira Anastasya



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL... ..	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	11
1.3 Solusi Permasalahan Mitra	11
1.4 Tujuan	12
1.5 Target Luaran	12
1.6 Manfaat	13
1.6.1 Manfaat Akademis	13
1.6.2 Manfaat Praktis	13
1.6.3 Manfaat Sosial	13
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	14
2.1 Demografis UMKM.....	14
2.2 Profil Usaha	15
2.3 Brand Positioning.....	16
2.4 Sumber Daya dan Bahan Baku	17
2.5 Khalayak Sasaran.....	17
2.5.1 Mitra	17
2.5.2 Target Market.....	18
2.5.3 Target Audiens.....	18
2.5.4 Segmentasi Demografi dalam Menentukan Khalayak Sasaran	18
2.5.5 Segmentasi Geografi.....	19
2.6 Peluang Usaha	19
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	20
3.1 Komunikasi Digital.....	20

3.2	<i>Digital Marketing</i>	20
3.2.1	Pengertian <i>Digital Marketing</i>	20
3.2.2	Manfaat <i>Digital Marketing</i>	21
3.3	<i>Social Media Marketing</i>	22
3.3.1	Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	22
3.3.2	Manfaat <i>Social Media Marketing</i>	22
3.3.3	<i>Social Media Marketing</i> Untuk Produksi Konten	23
3.4	Konsep <i>Content Marketing</i>	24
3.5	Konten	26
3.5.1	Pengertian Konten.....	26
3.5.2	Produksi Konten.....	27
3.5.3	Elemen Desain dalam Konten	28
3.5.4	Tipe-Tipe Konten.....	30
3.5.5	Konten dalam Memaksimalkan <i>Engagement</i>	31
3.6	Peran <i>Content Creator</i>	32
3.7	<i>New Media</i>	33
3.8	Media Sosial.....	34
3.8.1	Pengertian Media Sosial.....	34
3.8.2	Karakteristik Media Sosial.....	34
3.9	Instagram.....	35
3.9.1	Pengertian Instagram.....	35
3.9.2	Fitur-fitur Instagram	36
3.9.3	Manfaat Instagram Bagi UMKM	40
3.10	<i>Engagement</i>	41
3.10.1	Pengertian <i>Engagement</i>	41
3.10.2	<i>Engagement Rate</i>	42
3.11	Evaluasi.....	43
3.11.1	Pengertian Evaluasi.....	43
3.11.2	Tujuan dan Fungsi Evaluasi.....	43
3.11.3	Metode Evaluasi.....	43
3.12	UMKM	47
BAB IV METODE PELAKSANAAN		49
4.1	Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan	50
4.1.1	Observasi.....	51

4.1.2	Wawancara	51
4.1.3	Diskusi	51
4.1.4	Konsultasi.....	52
4.1.5	Simulasi	52
4.2	Tahapan Kegiatan	52
4.2.1	Perencanaan.....	52
4.2.2	Pengelolaan	53
4.2.3	Pelatihan.....	53
4.2.4	Pendampingan	54
4.2.5	Masa Lepas Pendampingan.....	54
4.2.6	Evaluasi	54
4.3	Tahapan Kerja <i>Content Creator</i>	55
4.4	Teknik Komunikasi.....	57
4.5	Bentuk-Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	58
4.6	Anggaran Kegiatan	60
4.7	Jadwal Kegiatan	61
4.7.1	Rancangan Kegiatan Publikasi Konten.....	64
4.7.2	Rancangan Kegiatan <i>Workshop</i> dan Pelatihan.....	65
4.8	Rencana Publikasi Luaran	66
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....		69
5.1	Teknik Komunikasi.....	68
5.2	Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan	69
5.2.1	Tahap Perencanaan.....	69
5.2.2	Tahap Pengelolaan	70
5.2.3	Tahap Pelatihan.....	71
5.2.4	Tahap Pendampingan	72
5.2.5	Tahap Masa Lepas Pendampingan.....	73
5.2.6	Tahap Evaluasi	74
5.3	Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	75
5.3.1	Hasil Kegiatan TAPN.....	75
5.3.2	Hasil Pencapaian Produksi Konten Promosi Instagram Chips Topz	86
5.3.3	Hasil dari Evaluasi Akhir	88
5.4	Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan.....	100
5.4.1	Analisis Kegiatan	100

5.4.2	Kendala yang Dihadapi.....	107
5.4.3	Potensi Keberlanjutan.....	108
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		112
6.1	Kesimpulan	112
6.2	Saran.....	113
6.2.1	Saran Akademis	113
6.2.2	Saran Praktis.....	113
LAMPIRAN.....		119



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data tren internet dan media sosial tahun 2020 di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Data waktu mengakses media.....	2
Gambar 1.3 Tampilan Konten Instagram Chips Topz.....	8
Gambar 2.1 Logo Chips Topz.....	14
Gambar 2.2 Kemasan Chips Topz.....	14
Gambar 2.3 Proses Penggorengan Keripik Chips Topz.....	14
Gambar 3.1 Proses Produksi Konten.....	27
Gambar 4.1 <i>Social Media Marketing Process</i>	50
Gambar 4.2 Contoh Konten <i>Feeds</i>	57
Gambar 4.3 Contoh Konten <i>Story</i>	57
Gambar 5.1 Bukti <i>Screenshot Zoom Meeting</i>	70
Gambar 5.2 Tampilan <i>Feeds</i> Instagram @chips.topz pada Tahap Pengelolaan... ..	70
Gambar 5.3 Kegiatan <i>Mini Workshop</i> pada Tahap Pelatihan.....	71
Gambar 5.4 Kegiatan <i>Mini Workshop</i> pada Tahap Pelatihan.....	72
Gambar 5.5 Kegiatan <i>Mini Workshop</i> pada Tahap Pelatihan.....	72
Gambar 5.6 <i>Screenshot Chat Whatsapp</i> pada Tahap Pendampingan.....	73
Gambar 5.7 Tampilan <i>Feeds Instagram</i> @chips.topz pada Tahap Masa Lepas Pendampingan.....	74
Gambar 5.8 Proses Produksi Konten.....	76
Gambar 5.9 <i>Template Repost Instagram Story</i>	77
Gambar 5.10 Instagram <i>Highlights</i>	77
Gambar 5.11 Konten Informatif.....	78
Gambar 5.12 Konten Edukatif.....	78
Gambar 5.13 Konten Interaksi.....	78
Gambar 5.14 Konten Hiburan.....	78
Gambar 5.15 Konten Promosi.....	78
Gambar 5.16 Konten Testimoni.....	78
Gambar 5.17 <i>Colour Palette</i> pada akun @chips.topz.....	79
Gambar 5.18 <i>Font Palette</i> pada akun @chips.topz.....	80

Gambar 5.19 Hasil <i>Flat Lay Photography</i>	81
Gambar 5.20 Hasil <i>Flat Lay Photography</i>	81
Gambar 5.21 Hasil <i>Detail Shots</i>	81
Gambar 5.22 Hasil <i>Scale Shots</i>	82
Gambar 5.23 Bukti <i>Screenshot Paid Promote</i> di @umkm.tangsel.....	84
Gambar 5.24 Konten Publikasi di Instagram.....	86
Gambar 5.25 Konten pada Akun @chips.topz.....	87
Gambar 5.26 Konten pada Akun @chips.topz.....	87
Gambar 5.27 Konten pada Akun @chips.topz.....	88
Gambar 5.28 <i>Screenshot Wawancara Melalui Zoom Meeting</i>	89
Gambar 5.29 Konten <i>Instagram Story Influencer</i>	109
Gambar 5.30 Contoh Webinar.....	110
Gambar 5.31 Contoh Webinar.....	110
Gambar 5.32 Contoh <i>Workshop</i>	111
Gambar 5.33 Contoh <i>Workshop</i>	111
Gambar 5.34 Contoh Komunitas UMKM.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tahapan Kerja <i>Social Media Marketing</i>	50
Tabel 4.2 Tahapan Kerja <i>Content Creator</i>	55
Tabel 4.3 Indikator Keberhasilan UMKM Chips Topz.....	59
Tabel 4.4 Indikator Keberhasilan <i>Engagement</i>	59
Tabel 4.5 Anggaran Kegiatan.....	60
Tabel 4.6 Jadwal Kegiatan.....	61
Tabel 4.7 Rancangan Kegiatan Publikasi Konten.....	64
Tabel 4.8 Jadwal Kegiatan <i>Mini Workshop</i> dan Pelatihan.....	65
Tabel 4.9 Rencana Publikasi Luaran.....	66
Tabel 5.2 Analisis Kegiatan.....	100

