



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Digital Communication*  
Namira Anastasya  
44518010048

Pendampingan Produksi Konten Promosi dalam Memaksimalkan *Engagement*  
Terhadap *Followers* Pada Akun Instagram UMKM Chips Topz  
Bibliografi : 6 Bab 119 hal + Lampiran + 21 Buku + 8 Internet

### ABSTRAK

Media sosial saat ini digunakan sebagai sebuah sarana dalam melakukan kegiatan promosi di kalangan pelaku bisnis bahkan UMKM. Konten yang menarik akan menjadi sebuah landasan dalam melakukan pemasaran media sosial. Oleh karena itu, Melalui konten yang menarik maka akan mempengaruhi peningkatan *engagement* dengan pelanggan sehingga lebih dikenal bahkan melakukan tindakan pembelian produk. Salah satu UMKM yang aktif melakukan kegiatan promosi di media sosial adalah UMKM Chips Topz. Pendampingan ini bertujuan untuk memaksimalkan *engagement* terhadap *followers* pada akun Instagram UMKM Chips Topz.

Konsep yang digunakan dalam pendampingan ini adalah konsep *Content Marketing* yang dikemukakan oleh Kotler yang terdiri dari 8 tahapan pemasaran konten, yaitu penetapan tujuan, pemetaan audiens, perancangan dan ideasi konten, pembuatan konten, distribusi konten, amplifikasi konten, evaluasi konten dan pengembangan konten. Kemudian konsep *Social Media Marketing Process* Walter Lim yaitu *Social Media Marketing Channels* dan *Content Creation and Curation*.

Kegiatan ini menggunakan metode pendampingan kepada UMKM Chips Topz. Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan pemaparan materi melalui *mini workshop* dan pelatihan mengenai produksi konten.

Hasil dari kegiatan ini Instagram UMKM Chips Topz memiliki jumlah postingan sebanyak 81 *post*, tampilan *feeds* Instagram yang lebih rapih dan menarik serta jenis konten yang lebih bervariasi. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa jenis konten yang dapat memaksimalkan *engagement rate post* terhadap *followers* akun @chips.topz adalah jenis konten informatif berbentuk video dengan nilai *engagement rate post* tertinggi yaitu 124%. Sementara, jenis konten infomatif berbentuk foto dengan nilai *engagement rate post* terendah yaitu 12,4% saja.

**Kata kunci:** Pendampingan dan Pelatihan, *Social Media Marketing*, Produksi Konten, Instagram, *Engagement*.



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Digital Communication*  
Namira Anastasya  
44518010048

Pendampingan Produksi Konten Promosi dalam Memaksimalkan *Engagement*  
Terhadap *Followers* Pada Akun Instagram UMKM Chips Topz  
Bibliografi : 6 Bab 119 hal + Lampiran + 21 Buku + 8 Internet

### **ABSTRACT**

*Social media is currently used as a means of carrying out promotional activities among business people and even UMKM. Interesting content will be a foundation in doing social media marketing. Therefore, through interesting content, it will affect the increase in engagement with customers so that they are better known and even take product purchases. One of the UMKM actively conducting promotional activities on social media is UMKM Chips Topz. This assistance aims to maximize engagement with followers on the UMKM Chips Topz Instagram account.*

*The concept used in this mentoring is the concept of Content Marketing proposed by Kotler which consists of 8 stages of content marketing, namely goal setting, audience mapping, content design and ideation, content creation, content distribution, content amplification, content evaluation and content development. Then the concept of Walter Lim's Social Media Marketing Process, namely Social Media Marketing Channels and Content Creation and Curation.*

*This activity uses the mentoring method for UMKM Chips Topz. This activity is carried out by presenting material through mini workshops and training on content production.*

*As a result of this activity, UMKM Chips Topz's Instagram have a total of 81 posts, a neater and more attractive appearance of Instagram feeds and more varied types of content. This activity also shows that the type of content that can maximize post engagement rates for followers of the @chips.topz account is informative content in the form of videos with the highest post engagement rate of 124%. Meanwhile, the type of informative content is in the form of photos with the lowest post engagement rate, which is only 12.4%.*

**Keywords:** *Mentoring and Training, Social Media Marketing, Content Production, Instagram, Engagement*