

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Digital Communication*  
Serena Putri Lutfiasih  
4451801004

Pendampingan Perencanaan Media Sosial Dalam Memaksimalkan *Engagement*  
Terhadap *Followers* Pada Akun Instagram UMKM Chips Topz  
Bibliografi : 6 Bab 187 hal + Lampiran + 55 Buku + 23 Internet

## ABSTRAK

Dengan pesatnya perkembangan teknologi tentu memberikan dampak pada dunia pemasaran, sehingga memunculkan istilah pemasaran digital. Kemudian dampak yang ditimbulkan oleh media sosial sangat nyata terhadap peningkatan *engagement* penjualan. Salah satunya UMKM Chips Topz yang memiliki tujuan dalam memaksimalkan *engagement* instagramnya. Maka untuk dapat mencapai tujuan tersebut, diperlukan ketepatan perencanaan hingga strategi yang sesuai agar optimal dalam mencapai target.

Kegiatan ini menggunakan metode pendampingan kepada UMKM Chips Topz, dimana pendamping berperan sebagai *Social Media Planner* yang bertugas menyusun perencanaan strategi pemasaran digital sebagai solusi permasalahan mitra agar dapat memaksimalkan *engagement* Instagram.

Dalam kegiatan TAPN ini perencanaan yang digunakan yaitu menggunakan konsep Perencanaan OSA dan RACE Framework oleh Dave Chaffey. Konsep Perencanaan OSA terdiri dari *Opportunity - Strategy - Action*. Kemudian menggunakan konsep RACE Framework yang terdiri dari *Reach - Act - Convert - Engage*. Dalam pengelolaannya pendamping dan Tim TAPN juga menggunakan konsep *Social Media Marketing Process* oleh Walter Lim.

Hasil dari pendampingan ini adalah peningkatan *followers* sebanyak 100 *followers* berawal dari 135 *followers* menjadi 235 *followers*, kunjungan profil instagram sebanyak 171, *reach* sebanyak 672, dan *impression* sebanyak 10,309, lalu *engagement* sebanyak 2,48% dengan rata - rata 85 *likes* dan 1 *comment*. Selanjutnya peningkatan penjualan produk *online* sebanyak 450 produk dan *offline* sebanyak 175 produk, peningkatan pendapatan sebesar Rp.8.750.000, serta peningkatan rata - rata produk yang dibeli *customer* sebanyak 4-5 produk dan *reseller* 20 produk. Kemudian mendapatkan rata – rata *content shared* 2-4 *per post* dan *content saved* 1 *per post*. *Customer* Chips Topz juga cukup sering memberikan testimoni dan *review* produk yang cukup baik.

**Kata Kunci:** Pendampingan dan Pelatihan, *Social Media Marketing* Perencanaan Strategi Pemasaran Digital, Instagram, *Engagement*.



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Digital Communication*  
Serena Putri Lutfiasih  
4451801004

Pendampingan Perencanaan Media Sosial Dalam Memaksimalkan *Engagement*  
Terhadap *Followers* Pada Akun Instagram UMKM Chips Topz  
Bibliografi : 6 Bab 187 hal + Lampiran + 55 Buku + 23 Internet

## ***ABSTRACT***

*The rapid development of technology, it certainly has an impact on the world of marketing, thus giving rise to the term digital marketing. Then the impact caused by social media very significant increase in engagement sales. One of them is UMKM Chips Topz which has a goal of maximizing its engagement Instagram. So to be able to achieve these goals, it is necessary to plan accuracy to the appropriate strategy so that it is optimal in achieving the target.*

*This activity uses a mentoring method for UMKM Chips Topz, where the assistant acts as a Social Media Planner in charge of planning digital marketing strategies as a solution to partner problems in order to maximize engagement Instagram.*

*In this TAPN activity the planning used is using the OSA Planning concept and the RACE Framework by Dave Chaffey. The OSA Planning Concept consists of Opportunity - Strategy - Action. Then use the RACE Framework which consists of Reach - Act - Convert - Engage. In its management, the assistants and the TAPN Team also use the concept of Social Media Marketing Process by Walter Lim.*

*The results of this assistance are an increase in followers by 100 followers starting from 135 followers to 235 followers, 171 visits to Instagram profiles, reach 672 impressions 10,309 engagement with an average of 85 likes and 1 comment. product sales online by 450 products and offline products, an increase in income of Rp. 8,750,000, as well as an increase in the average product purchased customers as many as 4-5 products and resellers of 20 products. Then get the average content shared 2-4 per post and content saved 1 per post. customers Chips Topz testimonials product reviews that are quite good.*

**Keywords:** *Mentoring and Training, Social Media Marketing, Digital Marketing Strategy Planning, Instagram, Engagement.*