



**PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM ANGKRINGAN OPPAH
DALAM MENYUSUN STRATEGI DAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN
*BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1)
Ilmu Komunikasi Program Studi Advertising & Marketing Communication.

Disusun Oleh:

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
DENALDA AFIFAH
44318010008

**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 : Denalda Afifah

NIM : 44318010008

KONSENTRASI : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM ANGKRINGAN OPPAH DALAM MENYUSUN STRATEGI DAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN 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. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsidari awal.

Jakarta, 17 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



METRAL
TEMPEL
61F74AKX004640159

(Denalda Afifah)

Pembimbing I



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

Pembimbing II



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

Ketua Bidang Studi



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN
UMKM ANGKRINGAN OPPAH DALAM
MENYUSUN STRATEGI DAN PROMOSI
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND
AWARENESS***

Nama : Denalda Afifah

NIM 44318010008

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 17 Juni 2022

Disetujui dan diterima

oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



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



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

Ketua Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul Skripsi : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM
ANGKRINGAN OPPAH DALAM MENYUSUN STRATEGI DAN
PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Nama : Denalda Afifah

NIM : 44318010008

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta 13 Juli 2022

Mengetahui

Dosen Pembimbing I



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

Dosen Pembimbing II



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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul Skripsi : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM
ANGKRINGAN OPPAH DALAM MENYUSUN STRATEGI DAN
PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Nama : Denalda Afifah

NIM : 44318010008

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 13 Juli 2022

Ketua Sidang

Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

Dosen Penguji Ahli

Andri Budiwidodo, M.Ikom

Dosen Pembimbing I

Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom

Dosen Pembimbing II

Fauziyah Sitanova, S.Ikom, M.Ikom

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

()

()

()

()



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN

Judul Skripsi : PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM
ANGKRINGAN OPPAH DALAM MENYUSUN STRATEGI DAN PROMOSI
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Nama : Denalda Afifah

NIM : 44318010008

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 13 Juli 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

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

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

Ketua Bidang Studi

Ketua Program Studi Ilmu

Komunikasi Advertising & Marcomm

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, beserta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul: **PERANCANGAN DAN PENDAMPINGAN UMKM “ANGKRINGAN OPPAH” DALAM MENYUSUN STRATEGI DAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) 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 **Fauziah 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. Teman – teman digital *advertising and marketing communication* Angkatan 2018 yang telah memberikan semangat, dukungan, dan sudah menjadi teman baik selama masa perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah membantu penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per-satu.

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



(Denalda Afifah)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.4. Manfaat Sosial.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	8
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	8
2.2 Profil Usaha.....	11
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku	12
2.4 Khalayak Sasaran.....	13
2.5 Peluang Usaha.....	15
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERANCANGAN.....	16

3.1 Komunikasi Pemasaran.....	16
3.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	17
3.1.1 Digital Branding.....	22
3.2 Analisis SWOT.....	23
3.3 Analisis SWOT dari Angkringan Oppah.....	23
3.4 Analisis Pesaing.....	30
3.5 Identifikasi Pesaing.....	30
3.5.1.1 Pesaing Online.....	31
3.5.1.2 Pesaing Offline.....	33
3.6 Promosi.....	34
3.5.1.1 Bauran Promosi(Promotion Mix).....	35
3.7 Digital Marketing.....	36
3.6 Media.....	37
3.6.1 Media Cetak Luar Ruang.....	37
3.6.2 Media Sosial.....	38
3.6.2.1 Instagram.....	38
3.7 Usaha Mikro Kecil Menengah.....	39
3.7.1 Definisi UMKM.....	39
3.7.2 Kriteria UMKM.....	40
3.8 Konsep Perencanaan Pendampingan.....	41
3.8.1 Creative Brief.....	41
3.8.2 Menentukan Big Idea.....	43
3.8.1.1 Hashtag.....	43
3.8.2 Perencanaan Strategi.....	44
3.8.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	45
3.8.2.1 Segmentasi Pasar.....	46
3.8.2.2 Penargetan Pasar.....	46

3.8.2.3 Diferensiasi dan penempatan pasar	47
3.8.3 Konsep Perancangan Strategi.....	47
3.8.4 Alur kerja <i>Strategic Planner, Creative Director dan Media Planner</i>	49
BAB IV.	50
METODE PELAKSANAAN.....	50
4.1 Tahapan atau Tata Cara Pelaksanaan.....	50
4.1.1 Observasi.....	50
4.1.2 Wawancara.....	50
4.1.3 Diskusi	51
4.1.4 Konsultasi.....	53
4.1.5 Simulasi.....	53
4.2 Tahapan Kegiatan.....	53
4.2.1 Tahapan Pelatihan.....	54
4.2.2 Pendampingan.....	54
4.2.3 Perencanaan.....	55
4.2.4 Persiapan.....	55
4.2.5 Pelaksanaan.....	55
4.4 Teknik Komunikasi.....	60
4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	60
4.5.1 Produksi	61
4.6 Anggaran Kegiatan.....	62
4.7 Jadwal Kegiatan.....	62
BAB V.....	63
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI BERKELANJUTAN.....	63
5.1 Teknik Komunikasi.....	63
5.2 Gambaran Tahapan Pelaksanaan.....	68
5.3 Hasil Kegiatan.....	70

5.3.1 Pembuatan Lokasi di Google Maps	70
5.3.2 Membuat Tagline	70
5.3.3 Membuat Design Logo.....	71
5.3.4 Spanduk dan Banner.	72
5.3.5 Menu Angkringan Oppah.....	73
5.3.6 <i>Flyer</i>	74
5.3.7 Merchandise “Angkringan Oppah”.....	75
5.3.8 Packaging.....	75
5.3.9 Media Sosial “Angkringan Oppah”	76
5.3.10 Implementasi Konsep Karya	86
5.3.11 Data Penjualan.	117
5.4 Analisis Kegiatan,Potensi dan potensi keberlanjutan.	119
5.4.1 Analisis Kegiatan.	119
5.4.2 Kendala.	124
5.4.3 Potensi Keberlanjutan.	124
BAB VI	125
KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
6.1 Kesimpulan.	125
6.2.1 Promosi Offline.....	126
6.1.2 Promosi Online	126
6.2 Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN.....	131

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Analisis Swot Angkringan Oppah.....	23
Tabel 3.2 Tabel Matriks Swot.....	25
Tabel 3.3 IFAS.....	26
Tabel 3.4 EFAS.....	28
Tabel 4.1 Creative Brief.....	41
Tabel 4.2 Tahapan Kerja Strategic Planner.....	56
Tabel 4.3 Anggaran Kegiatan.....	62
Tabel 4.4 Jadwal Kegiatan.....	62
Tabel 5.1 Logo Sebelum dan Sesudah.....	71
Tabel 5.2 Spanduk dan Banner sebelum dan sesudah.....	72
Tabel 5.3 Packaging sebelum dan sesudah.....	76
Tabel 5.4 Konten Feeds Instagram @angkringan.oppah.....	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Produk Angkringan.....	8
Gambar 2.2 Foto Tempat Usaha.....	8
Gambar 2.3 Lokasi Usaha di Google	8
Gambar 3.1 Tabel Matriks Swot.	25
Gambar 3.2 Penentuan Matriks Grand Strategy.....	29
Gambar 3.3 Konsep Perancangan Strategi	48
Gambar 5.1 Tahapan Pelaksanaan.....	66
Gambar 5.2 poster menu angkringan oppah.....	72
Gambar 5.3 flyer angkringan oppah.....	73
Gambar 5.4 gantungan kunci angkringan oppah.....	73
Gambar 5.5 akun instagram sebelum pendampingan.....	75
Gambar 5.6 akun instagram setelah pendampingan	76
Gambar 5.7 konten foto produk	77
Gambar 5.8 konten kata oppah.....	78
Gambar 5.9 konten informasi buka tutup angkringan.....	79
Gambar 5.10 konten perayaan hari besar	80
Gambar 5.11 konten #RabuSeruBarengOppah	81
Gambar 5.12 konten Rmadhan.....	82
Gambar 5.13 konten giveaway & doorprize.....	83
Gambar 5.14 konten endorse.....	84
Gambar 5.15 konten lokasi angkringan oppah	84
Gambar 5.16 data omset penjualan sebelum	116
Gambar 5.17 data omset penjualan sesudah.....	117
Gambar 5.18 contoh konten buatan mitra	120