



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Periklanan dan Pemasaran Komunikasi

Meyli Nurhasanah

44318010054

Pendampingan dan Pembuatan Konten Kreatif untuk  
Meningkatkan *Engagement* Pada Media Sosial UMKM Frekuensi Kopi  
Jumlah Halaman: xv + 132 Halaman  
Bibliografi: 24 Acuan, Tahun 2011-2022

## ABSTRAK

UMKM Frekuensi Kopi merupakan kedai kopi sederhana yang berada di Meruya Utara. Pada masa pandemi Covid-19 UMKM Frekuensi Kopi mengalami penurunan penjualan, hal ini dikarenakan Pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk menghindari penyebaran virus Covid-19. Maka Penulis dan tim melakukan pendampingan terhadap UMKM Frekuensi Kopi dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan secara *online* dan *offline*.

*Content Marketing* merupakan teknik pemasaran untuk menciptakan dan mendistribusikan konten yang relevan dan berharga untuk menarik, memperoleh, dan melibatkan target audiens yang jelas dan dipahami dengan tujuan mendorong tindakan pelanggan dan menguntungkan (Meilyana, 2018).

Maka sebagai konten kreatif, Penulis melakukan pembuatan desain konten berupa tulisan, gambar, video dan suara dengan tujuan untuk meningkatkan *engagement* pada media sosial Frekuensi Kopi. Penulis mengelola pesan iklan dalam bentuk visualisasi ide-ide konten yang telah dirancang oleh *strategic planner* untuk diunggah di media sosial Frekuensi Kopi sesuai dengan *time table* dari strategi media. Sedangkan secara *offline* Penulis melakukan desain pada *loyalty card*, *x banner*, *merchandise* dan *flyer*.

Dan pada hasil pembuatan konten terdapat keberhasilan dalam meningkatkan *engagement* yaitu pada konten *reels*, *promo*, *games* dan hiburan dengan *insight* jangkauan dan *views* yang cukup tinggi. Oleh karena itu, dengan adanya proses kreatif yang tepat dapat membantu meningkatkan penjualan UMKM Frekuensi Kopi.

**Kata Kunci: UMKM, Engagement, Konten Kreatif**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

*Mercu Buana University*

*Faculty of Communication*

*Study Program Advertising and Marketing Communication*

*Meyli Nurhasanah*

*44318010054*

*Mentoring and Creative Content Creation for*

*Increasing Engagement on MSME Social Media Frekuensi Kopi*

*Number of Pages: xv + 132 Pages*

*Bibliography: 24 Reference, Year 2011-2022*

## **ABSTRACT**

*MSME Frekuensi Kopi is a simple coffee shop located in North Meruya. During the Covid-19 pandemic, Frekuensi Kopi SMEs experienced a decline in sales, this was because the Government issued a policy to avoid the spread of the Covid-19 virus. So the author and the team provide assistance to MSME Frekuensi Kopi with the aim of increasing online and offline sales.*

*Content Marketing is a marketing technique for creating and distributing relevant and valuable content to attract, acquire, and engage a clear and understandable target audience with the aim of driving customer action and profiting (Meilyana, 2018).*

*So as creative content, the author makes content designs in the form of writing, images, videos and sounds with the aim of increasing engagement on Frekuensi Kopi social media. The author manages advertising messages in the form of visualizing content ideas that have been designed by the strategic planner to be uploaded on Frequency Kopi social media according to the time table of the media strategy. While offline, the author designs loyalty cards, x banners, merchandise and flyers.*

*And in the results of content creation, there is success in increasing engagement, namely on reels, promos, games and entertainment content with fairly high reach and views insight. Therefore, having the right creative process can help increase the sales of MSME Frekuensi Kopi.*

***Keywords: MSME, Engagement, Creative Content***