



**PERANCANGAN & PENDAMPINGAN *MEDIA PLANNING* DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* “Nasi Kulit Brothers“**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Digital Advertsing & Marcomm***

Disusun Oleh:

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Galih Widyanto
44317010034

**BIDANG STUDI *DIGITAL ADVERTISING & MARCOMM*
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2021**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Galih Widyanto
NIM : 44317010034
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **PERANCANGAN & PENDAMPINGAN MEDIA PLANNING DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS “Nasi Kulit Brothers“** 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 sebagaimana 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 skripsi dari awal.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Desember 2021
Yang membuat pernyataan,



(Galih Widyanto)

Pembimbing I

(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

Mengetahui,
Pembimbing II

(Dudi Hartono, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Galih Widyanto
NIM : 44317010034
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : **PERANCANGAN & PENDAMPINGAN MEDIA PLANNING
DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS “Nasi Kulit
Brothers“**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Desember 2021

Mengetahui,

Pembimbing

Pembimbing

(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

(Dudi Hartono, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Galih Widyanto
NIM : 44317010034
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : **PERANCANGAN & PENDAMPINGAN MEDIA PLANNING
DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS “Nasi Kulit
Brothers“**

Jakarta, 25 Desember 2021

Ketua Sidang : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

(.....)

Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom

(.....)

Pembimbing I : Dewi Sad Tanti, M.Ikom

(.....)

Pembimbing II : Dudi Hartono, M.Ikom

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **PERANCANGAN & PENDAMPINGAN MEDIA PLANNING
DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS “Nasi Kulit
Brothers“**

Nama : Galih Widyanto
NIM : 44317010034
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 25 Desember 2021

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Pembimbing I

(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

Pembimbing II

(Dudi Hartono, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

Advertising & Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yulhawati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir peduli negeri yang berjudul “PERANCANGAN & PENDAMPINGAN MEDIA PLANNING DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan proposal tugas akhir ini adalah untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication.

Dalam menyusun proposal tugas akhir ini, penulis tidak mengalami kesulitan dan hambatan. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalamdalamnya berkat segala dukungan dan semangat dari berbagai pihak yang telah membantu, sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal ini. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom selaku dosen pembimbing 1, dalam menyusun proposal tugas akhir yang sudah memberikan bimbingan, dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyusun tugas akhir penulis
2. Bapak Dudi Hartono, M.Ikom selaku dosen pembimbing II dalam menyusun proposal tugas akhir ini yang sudah memberikan bimbingan, dukungan, tenaga, waktu, pikiran, serta pengajaran dalam menyelesaikan proposal tugas akhir penulis.
3. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication.
4. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku Sekertaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communication.
5. Kepada pemilik mitra usaha “Nasi Kulit Brothers” saudara Reza yang telah bersedia bekerjasama dan memberikan bantuan yang baik kepada penulis dan tim The Brothers dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk keperluan dalam menyusun proposal tugas akhir.

6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta pengajaranyang baik selama penulis menyelesaikan proposal tugas akhi.
7. Kepada seluruh keluarga besar dirumah yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi, secara moril dan materil hingga proposal tugas akhir ini dapatselesai.
8. Kepada teman-teman Aditya Noer Alfarisie & Eko Wahyu selaku dari tim TheBrothers yang telah bekerjasama, saling memberikan dukungan, bantuan, semangat, serta mampu berjuang bersama-sama dalam menyusun tugas akhir peduli negeri hingga proposal tugas akhir dapat selesai.
9. Kepada teman-teman penulis Shintadevi Larasati Adityaputri, Dela safira, TavniHarsenia, Bayu Kusuma, Jhodi Darmawan, Muhammad Marie, yang telah bersedia memberikan waktunya untuk menemani penulis dalam menyusun proposal tugas akhir dengan memberikan dukungan, semangat, motivasi, serta mendengar keluh kesah penulis.
10. Kepada Anna Permatasari yang telah memberikan semangat, membantu danmenemani penulis selama pengerjaan proposal tugas akhir ini dapat selesai.

Dalam penyusunan proposal tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa hasil proposal ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritikan dan saran akan membantu penulis, semoga proposal ini dapat memberikan manfaat untuk mahasiswa lainnya. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan bantuan dari semua pihak.

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
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 PERMASALAHAN	5
1.3 TUJUAN	6
1.4 MANFAAT	6
1.4.1 Manfaat Sosial.....	6
1.4.2 ManfaatPraktis	6
BAB II KERANGKA/DASAR PEMIKIRAN.....	7
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	7
2.2 Profil Usaha	7
2.2.1 Arti Merek.....	8
2.3 Khalayak Sasaran.....	8
2.3.1 Demografi.....	9
2.3.2 Geografi.....	9
2.3.3 Psikografi.....	9
2.4 Sumber daya dan bahan baku	9
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP.....	11
3.1 Refrensi Karya.....	11
3.2 Komunikasi Pemasaran	11
3.3 Integrated Marketing Communications (IMC).....	12
3.4 Bauran Pemasaran	13

3.5 Media Iklan.....	14
3.6 Media Sosial.....	15
3.6.1 Karakteristik Media Sosial	16
3.6.2 Jenis-Jenis Media Sosial.....	16
3.7 Media Digital (Instagram).....	17
3.7.1 Instagram Ads	18
3.8 Media Planning.....	19
3.9 Brand Awerness.....	19
3.10 Media Luar Ruang	21
BAB IV METODE PELAKSANAAN.....	23
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan	23
4.1.1 Sosialisasi.....	23
4.1.2 Pelatihan.....	24
4.1.3 Pedampingan.....	26
4.2 Tahap Kegiatan	26
4.2.1 Perencanaan	26
4.2.2 Pelaksanaan.....	26
4.2.3 Evaluasi	27
4.3 Teknik Komunikasi	27
4.4 Konsep Perancangan.....	27
4.5 Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan.....	28
4.6 Jadwal Kegiatan	29
4.7 Anggaran Kegiatan.....	30
4.8 Rencana Publikasi.....	31
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERHASILAN.....	32
5.1 Media Branding.....	32
5.1.1 Promosi Offline	32
5.1.2 Promosi Online.....	32
5.2 Gambaran Tahap-tahap Pelaksanaan	37
5.2.1 Banner	37
5.2.2 Content Pillars.....	37
5.2.3 Mengelola Media Sosial	37
5.2.4 Endorsment	38
5.2.5 Instagram ads.....	38

5.2.6 Giveaway	38
5.3 Hasil Kegiatan	39
5.3.1 Membuat Banner	39
5.3.2 Membuat Content Pillar	39
5.3.3 Promosi Endorsment.....	42
5.3.4 Promosi Instagram Ads	50
5.3.5 Melakukan Giveaway	51
5.3.6 Mengelola Media Sosial	52
5.4 Analisa Kegiatan, Kendala dan Potensi Berkeanjutan	64
5.4.1 Analisa Kegiatan	64
5.4.2 Kendala.....	67
5.4.3 Potensi Berkelanjutan.....	68
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
6.1 Kesimpulan	70
6.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	73

DAFTAR GAMBAR

3.1 Refrensi Karya.....	11
4.1.2.1 Instagram Nasi Kulit Brothers.....	25
4.1.2.2 Konten Instagram Nasi Kulit Brothers.....	25
5.1.1 Promosi Offline.....	32
5.1.2.1 Contoh <i>Caption</i> Instagram.....	33
5.1.2.2 <i>Content Pillar</i>	33
5.1.2.3 <i>Endorsement</i>	33
5.1.2.4 Instagram Ads.....	35
5.1.2.5 <i>Give Away</i>	35
5.1.2.6 Hastag Instagram.....	36
5.3.1 <i>Banner</i>	39
5.3.5 <i>Give Away</i>	51
5.3.6 Akun Instagram Sebelum dan Sesudah.....	52
5.4.1.1 Jangkauan.....	66
5.4.1.2 Interaksi.....	66
5.4.1.3 Pemirsa.....	67

DAFTAR TABEL

4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	23
4.5 Jadwal Kegiatan.....	30
4.6 Anggaran Kegiatan.....	30
5.3.2 Content Pillar.....	40
5.3.3 Promosi Endorsement.....	43
5.3.6 Pengelolaan Media Sosial.....	53

