



**ANALISIS MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN *BRAND*
AWARENESS DAN MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UMKM ASINAN BUAH SOURKING**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Digital Communication

MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Wulan Puji Astutik

44518010043

PROGAM STUDI DIGITAL COMMUNICATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wulan Puji Astutik

NIM : 44518010043

Konsentrasi : Digital Communication

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul: **Analisis Media Sosial Dalam Membangun Brand Awareness dan Meningkatkan Engagement Rate Pada Media Sosial Instagram UMKM Asinan Buah Sourking** merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi Pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya oleh pihak Universitas Mercu Buana. Tugas akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau publikasi dari karya yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Demikian pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 27 April 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Wulan Puji Astutik

Pembimbing I

(Hikmah, M.Ikom)

Pembimbing II

(Rika Yessica Rahma, M.IKom)

Ketua Bidang Studi

(Rika Yessica Rahma, M.IKom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : Analisis Media Sosial Dalam Membangun Brand Awareness dan
Meningkatkan Engagement Rate Pada Media Sosial Instagram
UMKM Asinan Buah Sourking

Nama : Wulan Puji Astutik

NIM 44518010043

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 27 April 2022

Mengetahui,

Pembimbing I

(Hikmah, M.Ikom)

Pembimbing II

(Rika Yessica Rahma, M.IKom)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR LULUS TUGAS AKHIR

Nama : Wulan Puji Astutik

NIM 44518010043

Bidang Studi : Digital Communication

Judul : Analisis Media Sosial Dalam Membangun Brand Awareness dan
Meningkatkan Engagement Rate Pada Media Sosial Instagram
UMKM Asinan Buah Sourking

Jakarta, 27 April 2022

Ketua Sidang,
Mardhiyyah S.Ikom, M. Ikom


(_____)

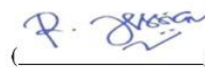
Penguji Ahli,
Dewi Sad Tanti, M.Ikom


(_____)

Pembimbing I,
Hikmah, M.Ikom


(_____)

Pembimbing II
Rika Yessica Rahma, M.IKom


(_____)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : Analisis Media Sosial Dalam Membangun *Brand Awareness* Dan Meningkatkan *Engagement Rate* Pada Media Sosial Instagram UMKM Asinan Buah Sourking
 Nama : Wulan Puji Astutik
 Nim : 445161010002
 Fakulta : Ilmu Komunikasi
 Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 27 April 2022
Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

(Hikmah, M.Ikom)

Dosen Pembimbing II

(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Bidang Studi Komunikasi Digital

(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada para Hamba-Nya sehingga penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang berjudul “**Analisis Media Sosial Dalam Membangun *Brand Awareness* Dan Meningkatkan *Engagement Rate* Pada Media Sosial Instagram UMKM Asinan Buah Sourking ala Ibu Nur**” dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada jurusan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan Tugas Akhir Peduli negeri ini, tentu tidak akan selesai tanpa arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pengabdian mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendoakan. Ucapan terima kasih pengabdian sampaikan kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut :

1. Ibu Hikmah, M.IKom selaku dosen pembimbing I atas bimbingan, serta telah memberikan referensi Tugas Akhir Peduli Negeri kepada pengabdian dan memberi saran dan kritik yang diberikan atas penulisan laporan tugas akhir ini, dan terima kasih selalu telah menyediakan waktu untuk bimbingan.
2. Ibu Rika Yessica Rahma, M.IKom selaku Kepala Bidang Studi Komunikasi Digital sekaligus dosen pembimbing II atas bimbingan, dan saran kepada pengabdian dan tim serta memberikan semangat dan arahan mengenai Tugas Akhir Peduli Negeri agar dapat terselesaikan dengan

baik dan benar. Terima kasih selalu telah menyediakan waktu untuk bimbingan.

3. Ibu Yuni Tresnawati, M.IKom selaku dosen mata kuliah Riset Komunikasi atas arahan, motivasi dan semangat dalam menjalankan Tugas Akhir Peduli Negeri ini, serta atas ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan berlangsung.
4. Ibu Nurmaini selaku pemilik UMKM Asinan Buah Sourking yang telah bersedia untuk bekerja sama dan membantu pengabdian dalam mengumpulkan data-data pendukung untuk Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
5. Ibu Siti Khodijah, Ibu Herawati dan Muzimatul selaku SDM Asinan Buah Sourking ala Ibu Nur yang telah bersedia bekerja sama dan membantu pengabdian dalam menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
6. Keluarga tercinta, Bapak Jadi dan Ibu Surati yang telah memberikan semangat moril dan materil serta doa yang tidak terhenti sehingga saya bisa menyelesaikan laporan tugas akhir ini, tak lupa kepada ketiga saudara saya Mas Erwin, Mas Bowo, dan Mas Jefri atas semangat dan dukungannya.
7. Lulu Hidayati dan Amalia Andini selaku tim TAPN atas kerja sama, semangat dan dukungan sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
8. Teman-teman saya di jurusan Komunikasi Digital terkhusus kepada Elviera Fairuz Labibah dan Chairriani Mega Syafiyah yang selalu

memberikan semangat moril dan materil agar menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

9. Anjali dan kak Hikmah selaku rekan kerja dan teman saya yang telah memberikan semangat kepada pengabdian dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

10. Dan kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Semoga kebaikan mereka mendapatkan balasan dari Allah dengan balasan yang berlipat ganda.

Pengabdian menyadari bahwa Tugas Akhir Peduli Negeri ini masih jauh dari kata sempurna. Sehingga kritik dan saran dari pembaca yang membangun sangat diharapkan. Pengabdian berharap Tugas Akhir Peduli Negeri ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 14 Juli 2021



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Wulan Puji Astuti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	8
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Target Luaran	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Akademis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.5.3 Manfaat Sosial.....	10
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	11

2.1	Profil Usaha	11
2.2	Sumber Daya Manusia dan Bahan Baku	12
2.2.1	Profil SDM	12
2.2.2	Bahan Baku dan Produksi	14
2.3	Pemesanan dan Pengiriman	15
2.4	Khalayak Sasaran	15
2.5	Target Pasar	16
2.6	Peluang Usaha	16
2.7	Kompetitor	17
BAB III TINJAUAN PUSTAKAN DAN KONSEP PERANCANGAN		19
3.1	Tinjauan Pustaka	19
3.2	Konsep Perancangan	1
3.2.1	Komunikasi Merek (Brand Communication)	1
3.2.2	<i>Branding</i>	2
3.2.3	Promosi	4
3.2.4	Kesadaran merek (<i>Brand awareness</i>)	5
3.2.5	Media	7
3.2.6	<i>Engagement</i>	11
3.2.7	<i>Engagement rate</i>	11
3.2.8	Pendampingan	13
3.2.9	Sosial Media Analisis	14

3.2.10	Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	15
3.2.11	Analisis SWOT	17
3.2.12	Bisnis Kuliner	18
BAB IV METODE PELAKSANAAN		20
4.1	Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah.....	21
4.1.1	Observasi.....	21
4.1.2	Wawancara.....	22
4.1.3	Diskusi	23
4.1.4	Konsultasi.....	23
4.1.5	Stimulasi.....	24
4.2	Teknik Atau Tata Cara Pelaksanaan	24
4.2.1	Berdasarkan Analisis SWOT	24
4.2.2	Pelatihan.....	26
4.2.3	Pendampingan.....	27
4.3	Tahapan Kegiatan.....	27
4.3.1.	Perencanaan.....	27
4.3.2.	Persiapan	28
4.3.3.	Pelaksanaan	29
4.3.4.	Evaluasi	30
4.4	Tahapan Kerja Media Sosial Analisis.....	30
4.5	Teknik Komunikasi	31

4.6	Konsep Perancangan	32
4.7	Bentuk-bentuk Kegiatan.....	32
4.8	Anggaran Kegiatan.....	33
4.9	Jadwal Kegiatan	34
4.10	Rencana mitra kerjasama.....	35
4.10.1	Rencana Pendampingan	35
4.10.2	Rencana Setelah Pendampingan	35
4.11	Rencana Publikasi Luaran	36
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANGSUNGAN		37
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANGSUNGAN		37
5.1	Teknik Komunikasi	37
5.2	Gambaran Tahap – Tahap Pelaksanaan.....	38
5.2.1	Gambaran Tahap - tahap Pelaksanaan <i>Social Media Analyst</i>	42
5.3	Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	46
5.3.1	Kegiatan <i>Mini Workshop</i>	46
5.3.2	Analisis Konten Instagram.....	49
5.3.3	Analisis Akun Instagram.....	73
5.4	Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan	82
5.4.1	Analisis Kegiatan	82
5.4.2	Kendala	87
5.4.3	Potensi Keberlanjutan	88

BAB VI SIMPULAN DAN SARAN.....	89
6.1 Simpulan.....	89
6.2 Saran.....	90
6.2.1 Saran Praktis Bagi UMKM.....	90
6.2.2 Saran Akademis Bagi Mahasiswa.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	98
Lampiran 1. CV.....	98
Lampiran 2. Anggaran Kegiatan Pendampingan.....	99
Lampiran 3. Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas	100
Lampiran 4. Surat Permohonan Kerja Sama dan Konsultasi	102
Lampiran 5. Denah Detail Lokasi Kegiatan.....	105
Lampiran 6. Dokumentasi Kegiatan.....	106
Lampiran 7. Kuesioner kegiatan	109
Lampiran 8. Materi Presentasi.....	111
Lampiran 8. Desain Virtual Background, Logo dan Kemasan	112
Lampiran 9. Publikasi Media	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Indonesia Digital Report 20	1
Gambar 1 2 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah 2014-2019.....	5
Gambar 3 1 Piramida Brand Awareness	6
Gambar 3 2 Contoh Tampilan Profil Instagram.....	9
Gambar 4 1 Bagan Konsep Perancangan	32
Gambar 5 1 Bagan Pembuatan Hashtag.....	43
Gambar 5 2 Bagan Pembuatan Pesan Salam (Greeting Message).....	43
Gambar 5 3 Bagan Pembuatan Balasan Komentar	44
Gambar 5 4 Bagan Pembuatan Format Order	44
Gambar 5 5 Bagan Pembuatan Pesan Siaran Giveaway	45
Gambar 5 6 Bagan Pembuatan Pesan Siaran Promosi	45
Gambar 5 7 Kegiatan Mini Workshop Online	46
Gambar 5 8 Pelatihan Kepada Mitra	47
Gambar 5 9 Hasil Report SDM.....	48
Gambar 5 10 Hasil Insight Postingan 12 Juli 2021	50
Gambar 5 11 Hasil Insight Postingan Tanggal 14 Juli 2021.....	50
Gambar 5 12 Hasil Insight Postingan Tanggal 20 Juli 2021	52
Gambar 5 13 Hasil Insight Postingan Tanggal 24 Juli 2021	53
Gambar 5 14 Insight Hasil Postingan 26 Juli 2021	55
Gambar 5 15 Hasil Insight Postingan 30 Juli 2021	56
Gambar 5 16 Hasil Insight Postingan 5 Agustus 2021	57
Gambar 5 17 Hasil Insight Postingan Tanggal 6 Agustus 2021	58
Gambar 5 18 Hasil Insight Postingan Tanggal 11 Agustus 2021	59

Gambar 5 19 Hasil Insight Postingan Tanggal 13 Agustus 2021	60
Gambar 5 20 Hasil Insight postingan 27 Agustus 2021	61
Gambar 5 21 Hasil Insight Postingan 1 September 2021	62
Gambar 5 22 Hasil Insight Konten Reel Bulan Juli - Agustus	63
Gambar 5 23 Insight Story Polling	67
Gambar 5 24 Insight Story Kotak Pertanyaan	67
Gambar 5 25 Insight Story Balasan Kotak Pertanyaan	68
Gambar 5 26 Hasil Insight Story Info Giveaway	69
Gambar 5 27 Hasil Insight Story Hitung Mundur (Countdown)	70
Gambar 5 28 Hasil Insight Story Pengumuman Giveaway	71
Gambar 5 29 Hasil Insight Story Kemerdekaan	72
Gambar 5 30 Hasil Insight Story Polling & Sharing	73
Gambar 5 31 Insight Akun @sourking.id Bulan Juli	74
Gambar 5 32 Insight Akun @sourking.id Bulan Agustus	75
Gambar 5 33 Tabel Perkembangan Followers	76
Gambar 5 34 Tabel Laporan Engagement Konten Bulan Juli	77
Gambar 5 35 Tabel Laporan Engagement Konten Bulan Agustus	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Profil Usaha.....	12
Tabel 2 2 Profil Kompetitor	17
Tabel 3 1 Tinjauan Pustaka	21
Tabel 4 1 Tabel Deskripsi Pekerjaan	20
Tabel 4 2 Analisis SWOT	25
Tabel 4 3 Indikator Keberhasilan	28
Tabel 4 4 Anggaran Pemasukan.....	33
Tabel 4 5 Anggaran Pengeluaran	33
Tabel 4 6 Anggaran Kereserikatan.....	34
Tabel 4 7 Anggaran Kegiatan Mini Workshop.....	34
Tabel 4 8 Anggaran Promosi.....	34
Tabel 4 9 Jadwal Kegiatan	34
Tabel 4 10 Rencana Publikasi Luaran.....	36
Tabel 5 1 Tahap Pelaksanaan	38
Tabel 5 2 Interaksi (engagement) akun @sourking.id	78
Tabel 5 3 Analisis Kegiatan	82