



**PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN KONTEN
KREATIF DALAM MELAKUKAN *BRANDING* DAN
PROMOSI UMKM MOMASTEL UNTUK MENCAPAI
BRAND AWARENESS PADA PERIODE APRIL 2021-
JANUARI 2022**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Ilmu Komunikasi bidang studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun Oleh:
DANNY AGUSTIANSYAH

44318010015

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Danny Agustiansyah
NIM : 44318010015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul **PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN KONTEN KREATIF DALAM MELAKUKAN *BRANDING* DAN PROMOSI UMKM MOMASTEL UNTUK MENCAPAI *BRAND AWARENESS* PADA PERIODE APRIL 2021-JANUARI 2022** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir 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 Tugas Akhir Peduli Negeri dari awal.

Jakarta, 10 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



(Danny Agustiansyah)

Mengetahui

Dosen Pembimbing I

(Suman Jaya, S.Sos, M.IKom)

Dosen Pembimbing II

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

Ketua Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : **PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN KONTEN
KREATIF DALAM MELAKUKAN *BRANDING* DAN
PROMOSI UMKM MOMASTEL UNTUK MENCAPAI
BRAND AWARENESS PADA PERIODE APRIL 2021 –
JANUARI 2022**

Nama : Danny Agustiansyah
NIM : 44318010015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Jakarta, 10 Juni 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(Suman Jaya, S.Sos, M.IKom)



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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : **PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN KONTEN
KREATIF DALAM MELAKUKAN *BRANDING* DAN
PROMOSI UMKM MOMASTEL UNTUK MENCAPAI
BRAND AWARENESS PADA PERIODE APRIL 2021 –
JANUARI 2022**

Nama : Danny Agustiansyah
NIM : 44318010015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan



Jakarta, 10 Juni 2022

Ketua Sidang
Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed



Penguji Ahli
Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom

()

Pembimbing I
Suman Jaya, S.Sos, M.IKom

()

Pembimbing II
Fauziyyah Sitanova, S.Ikom, M.Ikom

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN
TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : **PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN KONTEN
KREATIF DALAM MELAKUKAN *BRANDING* DAN
PROMOSI UMKM MOMASTEL UNTUK MENCAPAI
BRAND AWARENESS PADA PERIODE APRIL 2021 –
JANUARI 2022**

Nama : Danny Agustiansyah
NIM : 44318010015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Jakarta, 10 Juni 2022
Disetujui dan diterima oleh,

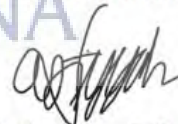
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing I



(Suman Jaya, S.Sos, M.IKom)

Dosen Pembimbing II



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

Ketua Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat – Nya yang telah diberikan kepada hamba nya dengan sangat luar biasa setiap harinya, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN KONTEN KREATIF DALAM MELAKUKAN *BRANDING* DAN PROMOSI UMKM MOMASTEL UNTUK MENCAPAI *BRAND AWARENESS* PADA PERIODE APRIL 2021-JANUARI 2022” Tujuan penulis membuat skripsi salah satu syarat dalam memperoleh studi Strata 1 Program Studi Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari terdapat banyaknya tantangan dan kendala dalam penelitian ini. Namun, semuanya dapat dilalui dengan baik bukan hanya karena kemampuan dari segala usaha penulis sendiri melainkan melalui pengajaran, dukungan dan doa dari banyak pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin berterima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam membantu dan memotivasi penulis selama proses penelitian berlangsung, yaitu kepada:

1. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed dan Bapak Kurniawan Prasetyo, M.IKom selaku Ketua Bidang Studi dan Sekretaris Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Suman Jaya S.Sos, M.Ikom dan Ibu Fauziyyah Sitanova S.Ikom, M.Ikom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, memberikan dukungan, motivasi, dan saran selama pelaksanaan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.

5. Ibu Lathifah Sayuti selaku pemilik UMKM “Momastel” yang telah bersedia menjadi mitra untuk didampingi dalam Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
6. Alm. Abdul Rony (ayah penulis), Mama Herlinda, kakak penulis Arlin Nursophiana dan adik penulis Mohammad Ardan yang telah memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
7. Muhammad Rasyid Ridho dan Fadia Ramadhanty teman seperjuangan yang telah menjadi salah satu pengingat selama pelaksanaan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
8. Hugo yang selalu mengingatkan peneliti untuk mengerjakan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini, memberikan support dan semangat untuk penulis.
9. Kak Dela Safira, Septiandini Rizky, Putri Selena, Regita Alfiana, Dimas Wardhana Barera, Raden Ayu Dian yang telah memberikan banyak dukungan dalam proses penyusunan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
10. Litania Farah, Syifa Fauziah, dan Sri Azizah yang selalu memberikan support dan menemani hari-hari penulis.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Mei 2022

Danny Agustiansyah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI ..	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	5
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Praktis.....	6
1.4.2 Manfaat Sosial.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	8
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	8
2.2 Profil Usaha	10
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	11
2.4 Khalayak Sasaran.....	12
2.5 Peluang Usaha.....	13
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERANCANGAN.....	16
3.1 Kegiatan Pendampingan Terdahulu dan <i>Best Practice</i>	16
3.1.1 Kegiatan Pendampingan Terdahulu.....	16
3.1.2 <i>Best Practice</i>	20
3.2 Komunikasi Pemasaran	23
3.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	24
3.3 Bauran Pemasaran	24
3.3.1 Definisi Bauran Pemasaran	24
3.3.2 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	25
3.4 <i>Branding</i>	27
3.4.1 Definisi <i>Branding</i>	27
3.4.2 <i>Digital Branding</i>	28
3.5 Promosi.....	29
3.5.1 Definisi Promosi	29
3.5.2 Bauran Promosi.....	29
3.6 <i>Brand Awareness</i>	31
3.6.1 Definisi <i>Brand Awareness</i>	31
3.6.2 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	32
3.7 <i>Integrated Marketing Communications (IMC)</i>	33

3.7.1 Ciri-ciri <i>Integrated Marketing Communications</i> (IMC)	34
3.8 <i>Digital Marketing</i>	35
3.9 Media	35
3.9.1 Media Sosial	36
3.9.2 Media Luar Ruang	42
3.10 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM	44
3.10.1 Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM	44
3.10.2 Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM	45
3.11 <i>Brand Equity</i>	46
3.12 <i>Creative Brief</i>	47
3.13 Desain Komunikasi Visual	47
3.13.1 Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual	47
3.14 Fotografi	49
3.14.1 <i>Food Photography</i>	50
3.15 <i>Content Marketing</i>	51
3.16 Konsep Perancangan	52
BAB IV METODE PELAKSANAAN	53
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan	53
4.1.1 Observasi	53
4.1.2 Wawancara	54
4.1.3 Diskusi	55
4.1.4 Konsultasi	56
4.1.5 Simulasi	56
4.2 Tahapan Kegiatan	56
4.2.1 Pelatihan	56
4.2.2 Pendampingan	57
4.2.3 Perencanaan	60
4.2.4 Persiapan	60
4.2.5 Pelaksanaan	61
4.3 Tahapan Kerja	61
4.4 Teknik Komunikasi	63
4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan	63
4.6 Indikator Keberhasilan Kegiatan	64
4.7 Anggaran Kegiatan	64
4.8 Jadwal Kegiatan	65
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	69
5.1 Tahapan-Tahapan Kegiatan	69
5.1.1 Tahapan Pembuatan Logo	69
5.1.2 Tahapan Pembuatan <i>Packaging</i>	69
5.1.3 Tahapan Pembuatan <i>Mascot</i>	70
5.1.4 Tahapan Pembuatan <i>Website</i>	70
5.1.5 Tahapan Pengambilan Foto Produk	70
5.1.6 Tahapan Pembuatan Konten pada Media Sosial Instagram Momastel	70
5.1.7 Tahapan Pembuatan <i>X-Banner</i>	71
5.1.8 Tahapan Pembuatan <i>Flyer</i>	71
5.1.9 Tahapan Pembuatan <i>Greeting Card</i>	71
5.2 Teknik Komunikasi yang Dilakukan	72
5.2.1 Pendampingan dalam segi <i>Branding</i>	72
5.2.2 Pendampingan dalam segi Promosi	75
5.3 Tahapan Pasca-Pendampingan	105
5.3.1 Proses Pendampingan Bersama Mitra	105

5.3.2 konten-konten yang dibuat oleh mitra pasca pendampingan	106
5.4 Pendapatan Perbulan Mitra Sebelum Pendampingan	108
5.5 Perbandingan Data Penjualan Perbulan Sebelum dan Saat Pendampingan	108
5.6 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan	110
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	115
6.1 Kesimpulan.....	115
6.2 Saran.....	116
6.2.1 Saran Akademis	116
6.2.2 Saran Praktis	116
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN	121
Lampiran 1. Panduan Wawancara.....	121
Lampiran 2. <i>Curriculum Vitae</i>	124
Lampiran 4. Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas	125
Lampiran 5. Surat Perjanjian Kerjasama Mitra	126
Lampiran 6. Dokumentasi Kegiatan	129
GLOSARIUM	140



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kriteria UMKM Berdasarkan Aset dan Omzet.....	2
Tabel 3. 1 Kegiatan Pendampingan Terdahulu	16
Tabel 3. 2 Konsep Perancangan.....	52
Tabel 4. 1 Kegiatan-kegiatan pendampingan yang dilakukan kepada mitra.....	57
Tabel 4. 2 Tahapan Kerja <i>Creative Director</i>	61
Tabel 4. 3 Indikator Keberhasilan Kegiatan	64
Tabel 4. 4 Anggaran Kegiatan	64
Tabel 4. 5 Jadwal Kegiatan.....	65
Tabel 5. 1 <i>Content Pillar</i> Instagram Momastel.....	81
Tabel 5. 2 Konten <i>feed</i> pada Instagram Momastel.....	81
Tabel 5. 3 Konten <i>story</i> pada Instagram Momastel.....	94
Tabel 5. 4 perbandingan Pra-Pendampingan dan Pasca-Pendampingan	107



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Alamat Mitra	8
Gambar 2. 2 Proses Menggoreng Pastel	9
Gambar 2. 3 Produk Momastel	11
Gambar 3. 1 Media Sosial Pasteler	20
Gambar 3. 2 Media Sosial Pastel Croissant	21
Gambar 3. 3 Media Sosial Pastel Pastry Mama Yam	22
Gambar 3. 4 Acuan Warna untuk Konten Momastel	48
Gambar 5. 1 Acuan Warna untuk Konten Momastel	72
Gambar 5. 2 <i>Packaging</i> Momastel	74
Gambar 5. 3 <i>Mascot</i> Momastel “Momo”	75
Gambar 5. 4 <i>X-Banner</i> Momastel	76
Gambar 5. 5 <i>Flyer</i> Momastel	77
Gambar 5. 6 <i>Greeting Card</i> Momastel	78
Gambar 5. 7 Foto Produk Momastel	79
Gambar 5. 8 <i>Website Carrd.co</i> Momastel	80
Gambar 5. 9 Konten <i>Mirroring</i> Pada Facebook Momastel	100
Gambar 5. 10 Konten-konten <i>Giveaway</i>	101
Gambar 5. 11 Konten <i>Campaign</i> #MerdekanyaMomastel	102
Gambar 5. 12 Konten <i>Campaign</i> #KehangatanSampaiAkhir	103
Gambar 5. 13 Konten <i>Endorsement Influencer</i> Momastel	104
Gambar 5. 14 Dokumentasi pendampingan bersama mitra	105
Gambar 5. 15 Konten-konten yang dibuat oleh mitra	106
Gambar 5. 16 Grafik Penjualan Sebelum Pendampingan	109
Gambar 5. 17 Grafik Penjualan Saat Pendampingan	109
Gambar 5. 18 Profil Media Sosial Instagram Momastel	112