



**PENDAMPINGAN & PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
UMKM KUNAKU DALAM MENINGKATKAN *BRAND*
AWARENESS PERIODE MARET – DESEMBER 2021**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Starata-1 (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi
Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun Oleh:

SEPTIANDINI RIZKY

44318010055

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Septiandini Rizky

NIM : 44318010055

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul

PENDAMPINGAN & PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL UMKM KUNAKU DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PERIODE MARET - DESEMBER 2021 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, 11 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



(Septiandini Rizky)

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

(Yuni Tresnawati, S.Sos., M.I.Kom)

Dosen Pembimbing II

(Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom., M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN
TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : **PENDAMPINGAN & PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL UMKM KUNAKU DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PERIODE MARET – DESEMBER 2021**

Nama : Septiandini Rizky

NIM : 44318010055

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

U N I Jakarta, 11 Februari 2022

MENGETAHUI,
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing I

(Yuni Tresnawati, S.Sos., M.I.Kom)

Dosen Pembimbing II

(Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom., M.Ikom)

LEMBAR TANDA LULUS
SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI
NEGERI

Judul : PENDAMPINGAN & PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL UMKMKUNAKU
DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PERIODE MARET –
DESEMBER 2021

Nama : Septiandini Rizky

NIM 44318010055

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Jakarta, 11 Februari 2022

Ketua Sidang

Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom



()

Penguji Ahli

Andri Budi Widodo, M.I.Kom



()

Pembimbing I

Yuni Tresnawati, S.Sos., M.I.Kom



Pembimbing II

Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom., M.Ikom



()



Fakultas Ilmu
Komunikasi Universitas
Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN
PERBAIKAN TUGAS
AKHIR PEDULINEGERI

Judul : **PENDAMPINGAN & PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL UMKM KUNAKU DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PERIODE MARET – DESEMBER 2021**

Nama : Septiandini Rizky

NIM 44318010055

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Jakarta, 11 Februari 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Yuni Tresnawati, S.Sos., M.I.Kom)

(Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom., M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri yang berjudul **PERENCANAAN DAN PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA UMKM KUNAKU BULAN MARET – OKTOBER.**

Tujuan penyusunan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication*.

Dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini, tidak sedikit kesulitan yang penulis alami tetapi berkan dukungan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan Terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Ibu **Yuni Tresnawati, S.Sos., M.IKom** selaku pembimbing I dalam membuat laporan tugas akhir ini yang mana sudah memberi waktu untuk membimbing, memberi dukungan, tenaga, pikiran, serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
2. Bapak **Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom, M.Ikom** selaku pembimbing II dalam membuat laporan tugas akhir ini yang mana sudah memberi waktu untuk membimbing, memberi dukungan, tenaga, pikiran, serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
3. **Reyghita Amelia Putri** sebagai pemilik usaha UMKM “Kunaku” yang telah bersedia dan mau bekerjasama serta memberikan banyak bantuan kepada Penulis dalam memberikan data-data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan laporan tugas akhir.

4. Ibu **Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed** selaku Ketua Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication*, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
5. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
6. Ibu **Dr. Elly Yuliawati, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubana, yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran.
7. Kepada Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication* yang telah memberikan waktu, tenaga, pikiran, dukungan, dan pengajaran sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik.
8. Mama, Papa, dan Caca yang telah memberikan dukungan secara mental agar dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik
9. Xena Ajie sang kekasih hati yang telah memberikan dukungan mental, menyediakan waktunya untuk selalu menemani serta doa agar dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
10. Amelya Huljannah yang selalu mendukung serta menemani Penulis dalam keadaan apapun, serta memotivasi agar selesainya laporan tugas akhir ini.
11. Gusti Qurrota Aini, Aisyah Azizah, Witri Villia, Septiantriansyah, Zeintar, yang telah menyediakan waktunya untuk mendengarkan keluh kesah Penulis serta menghibur saat membuat laporan tugas akhir ini.
12. Selena, Julio, Dani, Afkar, dan Helen yang selalu ada untuk Penulis baik dalam keadaan senang maupun susah, terimakasih karna sudah mau berbagi keluh dan kesah serta menjadi pendengar yang baik.

13. Nyai dan Marcomm 2018 yang telah berjuang bersama serta mewarnai dunia perkuliahan Penulis, sehingga banyak pengalaman dan pelajaran yang di dapat.

Ucapan Terima Kasih kepada seluruh pihak yang juga menyediakan waktu, mendukung, menghibur, dan juga berjuang bersama Penulis yang mana tidak bisa disebutkan satu persatu.

Dalam laporan tugas akhir ini Penulis menyadari bahwasannya banyak sekali kekurangan. Maka dari itu terimakasih atas kritik dan saran yang diberikan.

Jakarta, 31 Januari 2022

Penulis



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.iii	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	8
1.3 Tujuan Permasalahan	9
1.4 Manfaat	9
1.4.1 Manfaat Sosial	9
1.4.2 Manfaat UMKM.....	9
1.4.3 Manfaat Praktis	9
1.4.4 Manfaat Akademis	9
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT	10
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM	10
2.2 Profil Usaha	11
2.3 Kepemilikan Media Promosi	12
2.4 Sumber Daya Manusia dan Bahan Baku	13
2.5 Khalayak Sasaran	13
2.6 Peluang Usaha	15
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	18
3.1 Pendampingan Terdahulu dan Praktisi.....	18

3.2	Komunikasi Pemasaran	21
3.3	<i>Intergrated Marketing Communication</i>	21
3.4	<i>Digital Marketing</i>	22
3.5	Branding	23
3.5.1	Brand Awareness	23
3.6	Media Planning.....	24
3.7	Media Komunikasi	25
3.8	Media Sosial	25
3.8.1	Instagram.....	26
3.8.2	TikTok.....	28
3.9	E-commerce.....	30
3.9.1	Tokopedia.....	30
3.10	Media Departement	33
3.11	<i>Branding</i> Pada Media Sosial.....	33
3.11.1	Media Instagram sebagai Branding.....	33
3.11.2	Media TikTok sebagai Branding.....	34
3.11.3	Media <i>E-commerce</i> sebagai <i>Branding</i>	34
3.12	<i>Engagement</i> pada media sosial.....	35
3.13	Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	35
3.14	Bisnis Food and Beverage dan Content kreatif.....	36
BAB IV METODE PELAKSANAAN.....		38
4.1	Teknik Pelaksanaan atau Tata Cara Pelaksanaan	38
4.1.1	Observasi.....	38
4.1.2	Wawancara Mendalam.....	38
4.1.3	Diskusi	39
4.1.4	Konsultasi.....	39
4.1.5	Simulasi.....	40
4.2	Tahap Kegiatan.....	40
4.2.1	Tahap Perencanaan.....	41
4.2.2	Tahap Persiapan	41
4.2.3	Tahap Pelaksanaan	41

4.2.4	Tahap Pendampingan	42
4.2.5	Evaluasi	43
4.3	Tahapan Kerja Media Planner	43
4.4	Tabel <i>Planning Upload</i> Konten	44
4.5	Hal Yang Di Lakukan Bersama Mitra	46
4.6	Key Perfomance Indikator	47
4.8	Bentuk – Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan	47
4.9	Anggaran Media Sosial	49
4.10	Jadwal Kegiatan	49
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN		54
5.1	Hasil Yang Dicapai.....	54
5.1.1	Teknik Komunikasi Yang Dilakukan Selama Masa Pendampingan.....	56
5.1.1.2	Promosi Offline.....	65
5.1.2	Gambar Tahap-Tahapan Kegiatan	68
5.1.3	Hasil Kegiatan Dan Partisipasi Peserta	81
5.1.4	Implementasi Karya.....	96
5.1.5	Pendapatan Keuntungan Selama Sebulan	152
5.1.6	Data Penjualan.....	152
5.2	Kendala Dan Potensi Keberlanjutan	154
5.2.1	Kendala.....	154
5.2.2	Potensi Keberlanjutan.....	154
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		157
6.1	Kesimpulan	157
6.1.1	Media Sosial	157
6.1.2	Promosi.....	158
6.2	Saran	158
DAFTAR PUSTAKA		160
LAMPIRAN.....		163

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Karakteristik Media.....	17
Tabel 3. 1 Best Practice Food & Beverage	19
Tabel 3. 2 TAPN Terdahulu.....	20
Tabel 4. 1 Tahapan Kerja Media Planner.....	43
Tabel 4. 2 Planning Upload Konten.....	45
Tabel 4. 3 Kegiatan Bersama Mitra	46
Tabel 4. 4 Key Performance Indikator	47
Tabel 4. 5 Anggaran Media Sosial.....	49
Tabel 4. 6 Jadwal Kegiatan	53
Tabel 5. 1 Engagement Pada Konten Kunaku	91
Tabel 5. 2 Tabel Konten Feeds Instagram.....	101
Tabel 5. 3 Konten Instastory Kunaku	143
Tabel 5. 4 Konten Reels	148
Tabel 5. 5 Konten TikTok.....	150

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Stories Arcive Kunaku	3
Gambar 1. 2 Media Sosial Bittersweet by Najla	5
Gambar 1. 3 Diagram Penggunaan Media Sosial	6
Gambar 2. 1 Foto Produk Kunaku	10
Gambar 2. 2 Media Promosi Kunaku	12
Gambar 5. 1 Konten Sebelum Pendampingan	54
Gambar 5. 2 Konten Sesudah Pendampingan	54
Gambar 5. 3 Caption Promo Hari Besar	57
Gambar 5. 4 Insight Konten Promo Hari Besar	57
Gambar 5. 5 Insight Konten Giveaway	58
Gambar 5. 6 Undangan Giveaway	58
Gambar 5. 7 Caption Diskon	59
Gambar 5. 8 Insight Konten Diskon	59
Gambar 5. 9 Seasonal Product	60
Gambar 5. 10 Caption Mini Quiz	61
Gambar 5. 11 Insight Konten Mini Quiz	61
Gambar 5. 12 Konten Media Partner	62
Gambar 5. 13 Konten Instagram Kunaku	63
Gambar 5. 14 Konten Testimoni SETARA	65
Gambar 5. 15 Pemasangan Sign Board	66
Gambar 5. 16 Experiential Marketing	67
Gambar 5. 17 Konten Kunaku Sebelum dan Setelah Pendampingan	81
Gambar 5. 18 Instastory Promo Hari Merdeka	82
Gambar 5. 19 Direct Massage Kepada Followers	83
Gambar 5. 20 Koten Tutorial Tokopedia Pada Instastory	84
Gambar 5. 21 Konten Seasonal Product	85
Gambar 5. 22 Direct Massage Kepada Media Partner	86
Gambar 5. 23 Pemasangan Iklan Pada Media Sosial	93
Gambar 5. 24 Testimoni Event SETARA	94
Gambar 5. 25 Acrylic Sign Board Kunaku	95
Gambar 5. 26 Cake Decoration Challenge	95
Gambar 5. 27 Jadwal Konten	96
Gambar 5. 28 Penggunaan Caption Pada Konten	97
Gambar 5. 29 Penggunaan Hastag Pada Caption	97
Gambar 5. 30 Membalas Komentar Pada Konten	98
Gambar 5. 31 Report Insight Media Sosial	152
Gambar 5. 32 Grafik Penjualan Sesudah Pendampingan	153
Gambar 5. 33 Konten Tiktok Casacara Cookies	156
Gambar 5. 34 Konten Instagram Bittersweet By Najla	156

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara	163
Lampiran 2. <i>Curriculum Vitae</i>	169
Lampiran 3. Anggaran Kegiatan	170
Lampiran 4. Data Penjualan	171
Lampiran 5. Susunan Organisasi Tim dan Kegiatan.....	172
Lampiran 6. Surat Persetujuan Mitra	173
Lampiran 7. Lokasi Kegiatan	174
Lampiran 8. Dokumentasi	175
Lampiran 9. Bahan Presentasi.....	179
Lampiran 10. Desain <i>Acrylic Sign Board</i>	182
Lampiran 11. Bukti Publikasi di Media Massa.....	182

