



**PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA PROMOSI
PADA UMKM AYAM PENYET BAMBOO UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi

Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

MERCU BUANA

Disusun Oleh:

NABILA FEBRIYANTI

44318010061

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Febriyanti
NIM : 44318010061
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul: **PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA PROMOSI PADA UMKM AYAM PENYET BAMBOO UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS** 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 tugas akhir peduli negeri dari awal.

Jakarta, 20 Agustus 2022

Yang memberi pernyataan,



(Nabila Febriyanti)
Mengetahui,

Dosen Pembimbing 1

(Dr. Ira Purwitasari,

S.Sos, M.Ikom)

Dosen Pembimbing 2

(Yani Pratomo, M.Ikom)

Ketua Bidang Komunikasi
Pemasaran dan Periklanan

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

NAMA : Nabila Febriyanti
NIM : 44318010061
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul TAPN :PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA
PROMOSI PADA UMKM AYAM PENYET BAMBOO UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Jakarta, 20 Agustus 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing 1

(Dr. Ira Purwitasari, S.Sos, M.Ikom)

Dosen Pembimbing 2

(Yani Pratomo, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

NAMA : Nabila Febriyanti

NIM : 44318010061

Fakultas : Ilmu Komunikasi

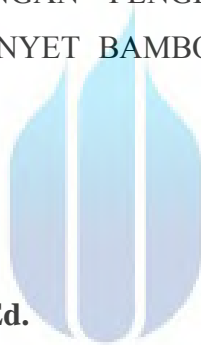
Jurusan : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Judul TAPN : **PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA PROMOSI
PADA UMKM AYAM PENYET BAMBOO UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS**

Jakarta, 20 Agustus 2022

Ketua Sidang :

Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed.



(.....)

Penguji Ahli :

Siti Muslichatul M, M.I.Kom.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(.....)

Dosen Pembimbing I :

Dr.Ira Purwitasari, S.Sos, M.I.Kom.

(.....)

Dosen Pembimbing II :

Yani Pratomo, M.I.Kom.

(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR PEDULI
NEGERI**

NAMA : Nabila Febriyanti
NIM : 44318010061
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul TAPN : *PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA PROMOSI
PADA UMKM AYAM PENYET BAMBOO UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS*

Jakarta, 20 Agustus 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing 1  Dosen Pembimbing 2

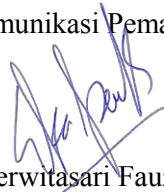


(Dr. Ira Purwitasari, S.Sos, M.Ikom)



(Yani Pratomo, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Periklanan dan
Komunikasi Pemasaran



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji 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 **PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA PROMOSI PADA UMKM AYAM PENYET BAMBOO UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**. 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 berkat dukungan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.Kom 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. Yani Pratomo, M.I.Kom 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. Susiyanto dan keluarga sebagai pemilik usaha UMKM “Ayam Penyet Bamboo” yang telah bersedia untuk bekerja sama dan memberikan banyak bantuan kepada penulis dalam memberikan data-data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan laporan tugas akhir.
4. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubana, yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran.

5. 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. 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.
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. Almarhum Mama, Ayah, Ibu, kak Mala, dan Difa yang telah memberikan dukungan secara moral agar dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik.
9. Ajeng Choiriyah selaku anggota tim trace yang sudah bekerja sama dan berusaha mencapai tujuan bersama dalam tim TAPN.
10. Dewi, Zel, Hamida, dan Khanifah yang telah bersedia untuk menghibur dan memberikan motivasi dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.
11. Marcommers 2018 yang sudah mewarnai kehidupan perkuliahan, berbagi canda, tawa pengalaman dan juga berjuang bersama-sama serta memberikan kenangan indah saat kuliah.

Jakarta, 20 Agustus 2022

Penulis

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
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	8
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.4.3 Manfaat Sosial.....	9
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	10
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	10
2.2 Profil Usaha.....	13
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	13
2.4. Khalayak Sasaran.....	14
2.4.1 Mitra.....	14

2.4.2 Audience	15
2.4.3 Segmentasi Pasar.....	15
2.5. Peluang Usaha.....	16
2.6 Analisis SWOT.....	16
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP.....	18
3.1 Komunikasi Pemasaran	18
3.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	18
3.3 Konsep AISAS.....	19
3.4 Digital Marketing	21
3.5 Branding.....	21
3.5.1 Brand Awareness	22
3.6 Media Planning	23
3.7 Media	23
3.7.1 Media Sosial.....	24
3.7.2 Instagram.....	25
3.7.3 Facebook.....	27
3.8 Social Media Marketing.....	27
3.9 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	28
BAB IV METODE PELAKSANAAN	32
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan	32
4.1.1 Observasi.....	32
4.1.2 Wawancara Mendalam.....	32
4.1.3 Negoisasi	33
4.1.4 Konsultasi	34
4.1.5 Simulasi.....	35
4.2 Tahapan Kegiatan	35

4.2.1 Tahapan Pelatihan	35
4.2.2 Pendampingan	35
4.2.3 Perencanaan	35
4.2.4 Persiapan	36
4.2.5 Pelaksanaan	36
4.2.6 Evaluasi	36
4.3 Tahapan Kerja Media Planner	37
4.4 Teknik Komunikasi	37
4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan	38
4.6 Anggaran Kegiatan.....	38
4.7 Jadwal Kegiatan	39
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	44
5.1 Teknik Komunikasi Yang Dilakukan	44
5.1.1 Kegiatan <i>Online</i>	44
5.1.2 Kegiatan <i>Offline</i>	46
5.2 Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan	47
5.2.1 Melakukan Branding di Media Sosial.....	47
5.2.2 Foto Produk Ayam Penyet Bamboo.....	47
5.2.3 Konten Media Sosial.....	47
5.2.4 Kegiatan Bersama <i>Media Partner</i>	48
5.2.5 Penggunaan Social Media Advertising.....	48
5.2.6 Pengembangan Produk.....	49
5.2.7 Menggunakan Media Luar Ruang.....	49
5.2.8 Mengadakan <i>Brand Activation</i> “Momen Bersama Yamboo”	49
5.2.9 Promo Sedekah Jum’at.....	50

5.2.10 Pembuatan Mini Website.....	50
5.3 Hasil Kegiatan dan Hasil Pasrtisipasi Peserta	50
5.3.1 Melakukan <i>Branding</i>	50
5.3.2 Foto Produk Ayam Penyet Bamboo.....	51
5.3.3 Menyajikan Konten Di Media Sosial.....	52
5.3.4 Kegiatan Bersama <i>Media Partner</i>	56
5.3.5 Penggunaan Social Media Advertising.....	57
5.3.6 Pengembangan Produk.....	58
5.3.7 Menggunakan Media Luar Ruang.....	59
5.3.8 Mengadakan <i>Brand Activation</i> “Momen Bersama Yamboo”.....	60
5.3.9 Promo Sedekah Jum’at.....	61
5.3.10 Mini Website.....	62
5.4 Implementasi Karya	63
5.5 Analisis Kegiatan, Kendala Dan Potensi Keberlanjutan	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
6.1 Kesimpulan.....	82
6.1.1 Media Sosial.....	82
6.2 Saran	83
6.2.1 UMKM Ayam Penyet Bamboo.....	83
6.2.2 Universitas Mercu Buana.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perkembangan UMKM.....	1
Gambar 1.2 Presentase Sektor Usaha Paling Terdampak saat Pandemi Covid 19..2	
Gambar 2.1 Produk Ayam Penyet Bamboo.....	9
Gambar 2.2 Tempat Usaha.....	10
Gambar 2.3 Lokasi Jualan.....	10
Gambar 2.4 Proses Pengolahan Produk.....	11
Gambar 5.1 Foto Produk Ayam Penyet Bamboo.....	51
Gambar 5.2 Unggahan Dengan <i>Media Partner</i>	56
Gambar 5.3 Laporan Hasil Iklan di Media Sosial.....	57
Gambar 5.4 Variasi Sambal Ngangenin.....	58
Gambar 5.5 Pemasangan <i>Sign Board</i>	59
Gambar 5.6 Kegiatan <i>Brand Activation</i> “Momen Bersama Yamboo”.....	60
Gambar 5.7 Promo Sedekah Jum“at.....	61
Gambar 5.8 Mini Website.....	62
Gambar 5.9 Jadwal Konten Ayam Penyet Bamboo.....	63
Gambar 5.10 <i>Caption</i> di Media Sosial Ayam Penyet Bamboo.....	63
Gambar 5.11 Komentar di Unggahan Media Sosial.....	64
Gambar 5.12 Data Usia dan Jenis Kelamin Pengikut di Media Sosial.....	78

Gambar 5.13 Data Demografi Pengikut Media Sosial.....79

Gambar 5.14 Data Pengguna Yang Mengunjungi Media Sosial... ..79



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Anggaran Kegiatan.	38
Tabel 4.2 Jadwal Kegiatan.	39
Tabel 5.1 Konten di Media Sosial.....	52
Tabel 5.2 Konten <i>Feeds</i> di Instagram.....	65
Tabel 5.3 Konten <i>Instastory</i> di Instagram.....	67
Tabel 5.4 Konten <i>Reels</i> di Instagram.....	74

