



**PENDAMPINGAN DIGITAL *DIRECT MARKETING* DALAM
PEMBUATAN KONTEN KREATIF PADA UMKM DAYANG HIJAU
RESTO 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 Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Disusun Oleh:

R.Deril Alamsyah

44318010018

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Nama : R. Deril Alamsyah
NIM : 44318010018
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul: **“PENDAMPINGAN *DIGITAL DIRECT MARKETING* DALAM PEMBUATAN KONTEN KREATIF PADA UMKM DAYANG HIJAU RESTO UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS”** adalah murni hasil karya yang telah saya lengkapi untuk memenuhi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Tugas akhir tersebut bukan tiruan ataupun 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 dari awal.

Jakarta, 21 Juli 2022



(R. Deril Alamsyah)

Mengetahui,

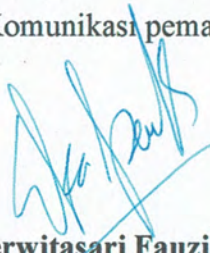
Pembimbing I



A. Judhie Setiawan

(A. Judhie Setiawan, SE., M.Si)

Ketua Bidang Studi Periklanan
dan Komunikasi pemasaran



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Pembimbing II



(Sugihantoro, S.Sos., M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : **PENDAMPINGAN *DIGITAL DIRECT MARKETING*
DALAM PEMBUATAN KONTEN KREATIF PADA
UMKM DAYANG HIJAU RESTO UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Nama : R.Deril Alamsyah
Nim : 44318010018
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 21 Juli 2022

Mengetahui,

Pembimbing I

(A.Judhie Setiawan, SE, M.Si)

Pembimbing II

(Sugihantoro, S.Sos, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Nama : R. Deril Alamsyah
NIM : 44318010018
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul : **PENDAMPINGAN *DIGITAL DIRECT MARKETING*
DALAM PEMBUATAN KONTEN KREATIF PADA
UMKM DAYANG HIJAU RESTO UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Jakarta, 29 Agustus 2022

Ketua Sidang
Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed (.....)

Penguji Ahli
Muthia Rahayu, M.Ikom (.....)

Pembimbing I
A.Judhie Setiawan, SE, M.Si (.....)

Pembimbing II
Sugihantoro, S.Sos, M.Ikom (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Nama : R. Deril Alamsyah
NIM : 44318010018
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul : **PENDAMPINGAN *DIGITAL DIRECT MARKETING*
DALAM PEMBUATAN KONTEN KREATIF PADA
UMKM DAYANG HIJAU RESTO UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Jakarta, 29 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing I

(A. Judhie Setiawan, SE., M.Si)

Pembimbing II

(Sugihantoro, S.Sos., 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 Yuliatwati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat serta karuania-Nya, Peneliti dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) yang berjudul “**Pendampingan *Digital Direct Marketing* Dalam Pembuatan Konten Kreatif Pada UMKM Dayang Hijau Resto Untuk Meningkatkan *Brand Awareness***”. Laporan ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication* Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan yang dialami, Namun berkat doa dan dukungan berbagai pihak, peneliti mampu menyelesaikan proposal ini. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Bapak A. Judhie Setiawan, SE., M.Si & Bapak Sugihantoro, S.Sos, M.Ikom** Selaku pembimbing dalam membuat laporan tugas akhir.
2. **Bapak Wahyu**, selaku pemilik Mitra “Dayang Hijau Resto”. Yang telah bersedia untuk bekerja sama dan memberikan banyak bantuan kepada peneliti.
3. **Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, MA & Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom** Selaku ketua bidang studi dan sekretaris bidang studi *advertising & marketing communication*.
4. **Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si** Selaku ketua program studi ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. **Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom** Selaku dosen pengampu mata kuliah riset komunikasi yang telah membantu dan mengedukasi peneliti untuk melanjutkan pengerjaan proposal Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN)
6. **Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom** Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing peneliti dari awal perkuliahan di Fakultas ilmu Komunikasi Prodi *Digital Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana.

7. **Brigitta Magdalena & Assyifa Destria Ningrum**, selaku tim dari peneliti yang telah menyediakan banyak waktunya untuk mau berjuang untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Orang tua dan keluarga yang sudah mendukung peneliti agar tidak malas mengerjakan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini
9. Teman-teman prodi *Advertising & Marketing Communication* yang sudah menemami masa perkuliahan peneliti di Universitas Mercu Buana
10. Teman-teman **UKM Radio Mercu Buana** yang sudah memberikan bantuan untuk menyemangati peneliti mengerjakan laporan ini serta pengalaman organisasi di dalam kampus Universitas Mercu Buana

Ucapan terima kasih yang berlimpah untuk semua orang yang terlibat dalam proses pembuatan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini, serta membantu peneliti baik dari doa, perhatian, dorongan serta bantuannya.

Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini masih banyak kekurangan dalam penulisannya. Oleh karena itu, peneliti sangat menampung segala kritik dan saran yang diberikan oleh mereka yang membaca laporan ini. Sekali lagi, terima kasih untuk semua yang terlibat.



Jakarta, 13 Juli 2022

Peneliti



R. Deril Alamsyah

44318010018

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI..	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASASAN	8
2.1 UMKM Dayang Hijau Resto.....	8
2.2 Profil Usaha	10
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	11
2.4 Khalayak Sasaran	11
2.4.1 Mitra.....	11
2.4.2 Target <i>Market</i>	12
2.4.3 Segmentasi demografi dalam menentukan khalayak sasaran	12
2.4.4 Segmentasi geografi	12
2.5 Peluang Usaha	13
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERANCANGAN.....	14
3.1 Karya Terdahulu.....	14
3.2 Komunikasi Pemasaran	16
3.2.1 Bauran Pemasaran.....	17

3.3	<i>Direct Marketing</i>	18
3.4	<i>Branding</i>	19
3.4.1	Strategi menciptakan <i>branding</i>	20
3.5	<i>Brand awareness</i>	20
3.6	Konten	21
3.7	Produksi Konten	22
3.7.1	Ide/Gagasan Kreatif	22
3.8	Kategori Konten	23
3.9	<i>Content marketing</i>	24
3.10	Proses Kreatif	25
3.11	<i>Creative Strategi</i>	25
3.12	<i>Creative Brief</i>	26
3.13	<i>Copy writing</i>	27
3.14	Desain Komunikasi Visual	27
3.14.1	Elemen – Elemen Desain komunikasi visual	29
3.15	Fotografi	30
3.15.1	Foto Produk	30
3.16	Media Sosial	31
3.17	Pemasaran Media Sosial.....	31
3.17.1	Pemasaran Media Sosial Untuk Perancangan Konten	32
3.18	Instagram	33
3.19	<i>Instagram Advertising</i>	35
3.20	Manfaat instagram bagi UMKM	35
3.21	UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).....	36
3.22	Analisa situasi.....	37
3.23	Analisis SWOT.....	38
BAB IV METODE PELAKSANAAN		40
4.1	Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	40
4.1.1	Wawancara	40
4.1.2	Diskusi	41
4.1.3	Konsultasi.....	42
4.1.4	Simulasi.....	42
4.2	Tahapan Kegiatan.....	43

4.2.1	Tahapan pelatihan	43
4.2.2	Pendampingan	43
4.2.3	Perencanaan	44
4.2.4	Persiapan	44
4.2.5	Pelaksanaan	44
4.2.6	Evaluasi	45
4.3	Perancangan Konten Kreatif	45
4.4	Teknik Komunikasi	47
4.5	Konsep perancangan	48
4.6	Bentuk-bentuk kegiatan dalam mencapai tujuan kegiatan	48
4.7	Anggaran Kegiatan	49
4.8	Jadwal kegiatan	49
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN		56
5.1	Teknik Komunikasi	56
5.1.1	Promosi <i>Online</i>	56
5.2	Gambaran tahap-tahap pelaksanaan	62
5.2.1	Konten Media Sosial Instagram	62
5.2.2	Stiker logo (keperluan endorsement)	63
5.3	Hasil Kegiatan dan Partisipasi <i>creative director</i>	64
5.4	Analisis kegiatan, kendala, potensi keberhasilan dan potensi keberlanjutan	92
5.4.1	Analisis Kegiatan	92
5.4.2	Kendala	95
5.4.3	Indikator Keberhasilan	95
5.4.4	Potensi Berkelanjutan	96
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		97
6.1	Kesimpulan	97
6.1.1	Media Sosial (<i>online</i>)	97
6.2	Saran	98
6.2.1	UMKM Dayang Hijau Resto	98
6.2.2	Universitas Mercu Buana	98
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN		102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet 2021	2
Gambar 1. 2 Data pengguna sosial media di Indonesia tahun 2021	2
Gambar 1. 3 Perkembangan data Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019.....	4
Gambar 1. 5 Tampilan media sosial Instagram Dayang Hijau Resto	5
Gambar 2. 1 Produk Dayang Hijau Resto.....	8
Gambar 2. 2 Logo UMKM Dayang Hijau Resto	9
Gambar 2. 3 Tempat Penjualan Dayang Hijau Resto.....	10
Gambar 5. 1 Konten Giveaway Puzzle	57
Gambar 5. 2 Konten Instagram Ads.....	58
Gambar 5. 3 Konten Interaksi	59
Gambar 5. 4 Konten Hiburan	59
Gambar 5. 5 Konten Promosi.....	60
Gambar 5. 6 Konten Games & Quiz	61
Gambar 5. 7 Stiker Kemasan Dayang Hijau Resto	64
Gambar 5. 8 Colour palette media sosial instagram Dayang Hijau Resto	91
Gambar 5. 9 Font pada media sosial instagram Dayang Hijau Resto	92
Gambar 5. 10 Tampilan Feeds Dayang Hijau Resto setelah pendampingan	94

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Karya Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) terdahulu	15
Tabel 3. 2 Proses produksi konten visual.....	22
Tabel 4. 1 Kendala Mitra UMKM Dayang Hijau Resto	41
Tabel 4. 2 Rencana Kegiatan Pendampingan UMKM Dayang Hijau Resto	42
Tabel 4. 3 Perancangan Konten Kreatif.....	47
Tabel 4. 4 Konsep Perancangan	48
Tabel 4. 5 Anggaran kegiatan	49
Tabel 4. 6 Jadwal Kegiatan	55
Tabel 5. 1 Peta konsep pembuatan konten media sosial instagram	62
Tabel 5. 2 Peta konsep tahap pembuatan stiker	63
Tabel 5. 3 Hasil pendampingan konten kreatif instagram Dayang Hijau Resto tampilan feeds	77
Tabel 5. 4 Konten Instastory @Dayang Hijau Resto	90

