



**PENDAMPINGAN DIGITAL *DIRECT MARKETING* MELALUI *MEDIA PLANNING AND BUYING* 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 Program Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun oleh:
Brigitta Magdalena

44318010041

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Brigitta Magdalena
NIM : 44318010041
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya Bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Pendampingan Digital *Direct Marketing* Melalui *Media Planning and Buying* pada UMKM Dayang Hijau Resto untuk Meningkatkan *Brand Awareness*** adalah murni hasil karya yang telah saya 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 dari awal.

Jakarta, 21 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



(Brigitta Magdalena)
Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II



A. Judhie Setiawan

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



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

Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : PENDAMPINGAN DIGITAL *DIRECT MARKETING* MELALUI
MEDIA PLANNING AND BUYING PADA UMKM DAYANG
HIJAU RESTO UNTUK MENINGKATKAN *BRAND*
AWARENESS

Nama : Brigitta Magdalena

NIM : 44318010041

Fakultas : Ilmu Komunikasi

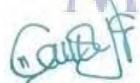
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 21 Juli 2022

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


A. Judhie Setiawan



(A. Judhie Setiawan, S.E., M.Si.)

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



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Brigitta Magdalena
NIM : 44318010041
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul : **PENDAMPINGAN DIGITAL *DIRECT MARKETING*
MELALUI *MEDIA PLANNING AND BUYING* 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

Nama : Brigitta Magdalena

NIM : 44318010041

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Judul : **PENDAMPINGAN DIGITAL *DIRECT* MARKETING
MELALUI *MEDIA PLANNING AND BUYING* PADA UMKM
DAYANG HIJAU RESTO UNTUK MENINGKATKAN
*BRAND AWARENESS***

Jakarta, 29 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I

Pembimbing II

A. Judhie Setiawan

(A. Judhie Setiawan, S.E., M.Si.)

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

Ketua Bidang Studi Periklanan dan
Komunikasi Pemasaran

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) yang berjudul **PENDAMPINGAN DIGITAL *DIRECT* MARKETING MELALUI MEDIA PLANNING AND BUYING 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 Periklanan dan Komunikasi Pemasaran 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 dosen pembimbing dalam membuat laporan Tugas Akhir.
2. **Bapak Binsar Halomoan Sinaga & Ibu Tatie Sunyoto** selaku orang tua yang sudah mendidik dan memberikan kasih sayang serta doa supaya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
3. **Bapak Wahyu & Tante Putri** selaku pemilik Mitra “Dayang Hijau resto” yang telah bersedia untuk bekerjasama dan memberikan bantuan untuk kelancaran Tugas Akhir.
4. **Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S. Sos, MA. & Bapak Kurniawan Prasetyo, M. Ikom.**, selaku Ketua Bidang Studi dan Sekretaris Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
5. **Dosen pemimbing Akademik Berliani Ardha, SE.M.Si.**, yang telah membimbing peneliti dari semester awal hingga sampai akhir ini.
6. **Keluarga besar Sinaga, Opung Boru Sinaga, Bou dan Uda serta sepupu dan adik Brian Rudolf Paulus Sinaga** yang telah mendukung dan memberikan semangat selama masa kuliah ini hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir.

7. **Bapak Dr. Farid Hamid, M. Si.,** Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. **Ibu Dewi Sad Tanti, S. Sos., M. Ikom & Ibu Yuni Tresnawati, M. Ikom.,** selaku Dosen Pengampu mata kuliah Riset Komunikasi yang telah membantu dan mendukung peneliti untuk melanjutkan pengerjaan Proposal Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN).
9. As Syifa Destria Ningrum & Raden Deril Alamsyah, selaku anggota tim yang sudah ikut dalam pelaksanaan dan menyelesaikan, memberikan semangat dan berjuang untuk penyelesaian Tugas Akhir.
10. Kania dan Gabby yang telah memberikan motivasi dan semangat di kala senang maupun sedih.
11. Denal, Namira, Devi, Alvina yang telah menjadi sahabat sejati selama masa perkuliahan berlangsung.
12. Kenny, Vania, Erna dan teman teman SD lainnya yang sudah memberikan semangat dan menjadi teman yang setia selama masa kuliah ini.
13. Teman teman kampus peneliti namun tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu telah menjadi teman selama masa kuliah yang tidak akan pernah terlupakan.

Dengan adanya kurang pengetahuan juga kemampuan yang dimiliki peneliti, peneliti sangat berterimakasih dengan semua pihak yang telah disebutkan dan memohon maaf apabila ada yang tidak disebutkan, dengan besar harapan semoga skripsi yang ditulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti sendiri dan bagi pembaca.

Jakarta, 21 Juli 2022

Peneliti

Brigitta Magdalena

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan	5
1.3. Solusi Permasalahan Mitra	6
1.4. Tujuan	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Akademis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.5.3. Manfaat Sosial.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM SASARAN MASYARAKAT	8
2.1. UMKM Dayang Hijau Resto	8

2.2. Profil Usaha	9
2.3. Sumber daya dan Bahan Baku	9
2.4. Khalayak Sasaran.....	10
2.5. Peluang Usaha	11
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERENCANAAN	12
3.1. Digital <i>Marketing</i>	12
3.3. <i>Integrated Marketing Communications (IMC)</i>	12
3.3.1. Perencanaan IMC	13
3.3.2. Jenis-jenis IMC	14
3.4. <i>Brand Awareness</i>	17
3.5. Media	18
3.5.1. Media Sosial.....	19
3.5.2 Jenis jenis Media Sosial	20
3.6. Instagram	21
3.6.1 Pengertian Instagram.....	21
3.6.2 Instagram Bisnis.....	23
3.6.3. Instagram <i>Insight</i>	24
3.6.4. Instagram <i>Engagement</i>	24
3.6.5 Instagram <i>Adsense</i>	25
3.7 Perencanaan Media	25
3.7.1. Keputusan Perencanaan Media Utama.....	26
3.7.2. Tujuan Media	26
3.7.3. Pemilihan Bauran Media.....	27
3.7.4. Pembelian Media.....	27
3.7.5. Pembelian Media <i>Online</i>	28
3.8. UMKM	28

BAB IV METODE PELAKSANAAN.....	32
4.1. Teknik Atau Tata Cara Pelaksanaan.....	32
4.1.1. Observasi.....	32
4.1.2. Wawancara.....	32
4.1.3. Diskusi	33
4.1.4. Konsultasi.....	34
4.1.5. Simulasi.....	34
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
4.3. Tahapan Kerja Media <i>Planner</i>	37
4.4. Teknik Komunikasi	38
4.5. Bentuk-bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan	38
4.6. Anggaran Kegiatan.....	38
4.7. Jadwal Kegiatan.....	38
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	44
5.1 Media <i>Branding</i> dan Proposal Yang Dilakukan.....	44
5.1.1 Promosi <i>Online</i>	44
5.2 Gambaran Tahap Tahap Pelaksanaan.....	47
5.2.1 Mengambil Alih Media Sosial Dayang Hijau Resto.....	47
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	48
5.3.1 Media Sosial “Dayang Hijau Resto”	48
5.3.2 Menjadikan Instagram <i>Business</i> atau akun bisnis.....	48

5.3.3 Data <i>Insight</i> dan Penjadwalan Konten	68
5.5 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi keberlanjutan	80
5.5.1 Analisis Kegiatan	80
5.5.2 Kegiatan <i>Online</i>	81
5.6 Kendala.....	83
5.7 Potensi Keberlanjutan.....	83
5.7.1 Indikator keberhasilan sebelum dan sesudah pendampingan.....	84
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
6.1 Kesimpulan	85
6.2 Saran	85
6.2.1. Saran kepada Universitas Mercu Buana	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Tahapan Kerja	37
Tabel 4. 2 Anggaran Kegiatan	38
Tabel 4. 3 Jadwal Kegiatan	39
Tabel 5. 1 Konten <i>Feeds</i> Instagram @dayanghijau.resto	49
Tabel 5. 2 Konten <i>Instastory</i> Instagram @dayanghijau.resto	59
Tabel 5. 3 Data <i>Insight</i> dan Penjadwalan Konten	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram Mitra	4
Gambar 1. 2 Feeds Instagram Mitra	4
Gambar 2. 1 Logo Mitra	8
Gambar 2. 2 Foto Produk	8
Gambar 2. 3 Tempat Berjualan	9
Gambar 3. 1 Instagram	22
Gambar 3. 2 Instagram Bisnis	24
Gambar 3. 3 UMKM	30
Gambar 5. 1 Instagram <i>Adsense</i>	46
Gambar 5. 2 <i>Giveaway</i>	47
Gambar 5. 3 <i>Screenshot</i> Instagram @dayanghijau.resto	47
Gambar 5. 4 Lokasi kota pengikut dan non pengikut yang paling terjangkau	73
Gambar 5. 5 Negara pengikut dan non pengikut yang paling terjangkau	74
Gambar 5. 6 Sinopsis <i>Insight</i>	74
Gambar 5. 7 Usia pengikut	75
Gambar 5. 8 Jenis kelamin yang mengikuti	75
Gambar 5. 9 Jangkauan Konten	76
Gambar 5. 10 Interaksi Konten	76
Gambar 5. 11 Waktu paling aktif	77
Gambar 5. 12 <i>Insight Advertising Ads</i>	78
Gambar 5. 13 Promosi dan Partisipasi Peserta	79
Gambar 5. 14 Hadiah Pemenang Pertama	79
Gambar 5. 15 Hadiah Pemenang Kedua	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: <i>Curriculum Vitae</i>	90
Lampiran 2: Anggaran Kegiatan	92
Lampiran 3: Susunan Organisasi dan Pembagian Tugas	93
Lampiran 4: Surat Persetujuan Kerjasama Mitra	94
Lampiran 5: Dokumentasi Pendampingan	95

