



**PENDAMPINGAN DIGITAL *DIRECT MARKETING* STRATEGI PADA
DAYANG HIJAU RESTO DALAM 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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun oleh:
AS SYIFA DESTRIA NINGRUM

44318010045

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : As Syifa Destria Ningrum
NIM : 44318010045
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya Bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Pendampingan Digital *Direct marketing* Strategi pada Dayang Hijau Resto dalam 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 plagiarisme, 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,



(As Syifa Destria Ningrum)

Mengetahui,

Pembimbing I



A. Judhie Setiawan

(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)

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : PENDAMPINGAN *DIGITAL DIRECT MARKETING*
STRATEGI PADA DAYANG HIJAU RESTO DALAM
MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS

Nama : As Syifa Destria Ningrum

NIM 44318010045

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 21 Juli 2022

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II



A. Judhie Setiawan

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



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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Nama : As Syifa Destria Ningrum

NIM 44318010045

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Judul : *PENDAMPINGAN DIGITAL DIRECT MARKETING STRATEGI
PADA DAYANG HIJAU RESTO DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS*

Jakarta, 29 Agustus 2022

Ketua Sidang

Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

(



)

Penguji Ahli

Muthia Rahayu, M.Ikom

UNIVERSITAS

(



)

MERCU BUANA

Pembimbing I

A.Judhie Setiawan, SE, M.Si

(



)

Pembimbing II

Sugihantoro, S.Sos, M.Ikom

(



**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR PEDULI
NEGERI**

Nama : As Syifa Destria Ningrum
NIM : 44318010045
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul : *PENDAMPINGAN DIGITAL DIRECT MARKETING STRATEGI
PADA DAYANG HIJAU RESTO DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS*

Mengetahui,
Jakarta, 29 Agustus 2022
Disetujui dan diterima oleh.

Pembimbing I



A. Judhie Setiawan

Pembimbing II



(**A. Judhie Setiawan, SE, M.Si**) **ERSI** (**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 Yuliawati, M.Si**)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur ke hadirat Allah SWT atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan Laporan TAPN yang berjudul “Pendampingan *Digital Directing Marketing* Strategi Pada Dayang Hijau Resto dalam Meningkatkan *Brand Awareness*”. Laporan TAPN ini bertujuan 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. Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan 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 Sugihantoro, S.Sos., M.Ikom & Bapak Agus Judhie Setiawan, SE., M.Si**, selaku pembimbing dalam membuat laporan tugas akhir.
2. **Bapak Wahyu Firmanda**, 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 & Marcomm.
4. **Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. **Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom** selaku Dosen Riset Penelitian yang telah banyak memberikan ilmu dan referensi.
6. Seluruh **Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi advertising & marketing Communication** yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta pengajaran yang baik selama peneliti menyelesaikan proposal tugas akhir.
7. **Bunda , Yanda , Gendis , Tristan** selaku Keluarga inti yang sangat Peneliti cintai, Terima kasih banyak atas dukungan dan doa selama ini yang selalu memberikan motivasi disaat masa masa sulit pengerjaan tugas akhir ini.

8. **Brigitta , Deryl , Maurice** Telah menyediakan waktunya untuk menemani menyelesaikan tugas akhir ini serta selalu memberikan motivasi dan masukan untuk kemajuan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
9. **Fachri** telah menemani selalu dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan telah menemani selama ini susah senang saat menjalankan perkuliahan, serta terima kasih banyak selalu memberikan semangat saat keadaan terpuruk dan menyerah dan setia mendengarkan keluh kesah yang pernah dialami selama perkuliahan maupun penyelesaian tugas akhir ini.
10. **Nisya, Naila, Jeje** yang telah menemani menjalani perkuliahan selama ini, yang sudah memotivasi satu sama lain selama hampir 3,5 tahun ini.

Ucapan terima kasih yang berlimpah disampaikan oleh peneliti kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan segala doa, perhatian, dorongan, dan bantuannya.

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini oleh karena itu segala kritikan dan saran yang membangun peneliti akan terima dengan baik. Terima kasih atas bantuan dari semua pihak. Semoga Allah SWT memberikan keberkahannya.



UNIVERSITAS **Jakarta, 21 Juli 2022**
MERCU BUANA **Peneliti**

As Syifa Destria Ningrum

44318010045

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
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan.....	6
1.3. Tujuan.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.1.1. Manfaat Praktis	7
1.1.2. Manfaat Sosial.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	8
2.1. Sasaran Kegiatan UMKM	8
2.2. Profil Usaha	11
2.3. Sumber Daya dan Bahan Baku.....	11
2.4. Khalayak Sasaran	11
2.5. Peluang Usaha	13
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERANCANGAN.....	14
3.1. Komunikasi Pemasaran	14

3.2.	Bauran Pemasaran	16
3.2.1.	Unsur Unsur Bauran Pemasaran	16
3.3.	<i>Branding</i>	17
3.3.1.	Definisi <i>Branding</i>	17
3.3.2.	Strategi <i>Branding</i>	18
3.4.	Promosi.....	18
3.4.1.	Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>).....	19
3.5.	<i>Brand Awareness</i>	20
3.6.	<i>Integrated Marketing Communication</i>	20
3.6.1.	Ciri – Ciri <i>Integrated Marketing Communication</i>	21
3.7.	Media.....	22
3.8.1.	Media Sosial.....	22
3.8.2.	<i>Instagram</i>	22
3.8.	<i>Brand</i> atau Merek.....	24
3.9.	Perencanaan Strategis.....	25
3.10.1.	Rencana Pemasaran.....	26
3.10.2.	Definisi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)	26
3.10.	Analisis SWOT	26
	Analisis SWOT	26
3.11.	<i>Social Media Marketing</i>	27
BAB IV METODE PELAKSANAAN		30
4.1.	Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	30
4.1.1.	Observasi.....	30
4.1.2.	Wawancara.....	30
4.1.3.	Diskusi	31
4.1.4.	Konsultasi.....	32

4.1.5.	Simulasi.....	32
4.2.	Tahapan Kegiatan.....	33
4.2.1.	Tahapan Pelatihan.....	33
4.2.2.	Pendampingan.....	33
4.2.3.	Perencanaan.....	33
4.2.4.	Persiapan.....	34
4.2.5.	Pelaksanaan.....	34
4.3.	Tahapan Kerja <i>Strategic planner</i>	35
4.4.	Teknik Komunikasi.....	35
4.5.	Bentuk-bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	36
4.5.1.	Produksi.....	36
4.5.2.	Perencana Strategi.....	36
4.6.	Anggaran Kegiatan.....	36
4.7.	Jadwal Kegiatan.....	37
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....		40
5.1.	Teknik Komunikasi.....	40
5.1.1.	Promosi <i>Online</i>	40
5.1.2.	Konten Edukatif.....	40
5.1.3.	Mengadakan Tanya Jawab di <i>Instastory</i>	40
5.1.4.	Mengadakan <i>Games</i> di <i>Instastory</i>	41
5.1.5.	Melakukan Strategi <i>Endorsement</i>	41
5.1.6.	Melakukan Strategi <i>Adsense</i> di <i>Instagram</i>	41
5.1.7.	Melakukan <i>Giveaway</i>	41
5.2.	Gambaran Tahapan Pelaksanaan.....	42
5.2.1.	Konten <i>Social Media</i> Dayang Hijau Resto.....	42
5.2.2.	Proses Jalannya Kegiatan Pendampingan.....	42

5.3.	Hasil kegiatan dan Partisipasi <i>Strategic planner</i>	43
5.3.1.	Merubah Tampilan <i>Social Media Instagram</i>	43
5.3.2.	Konten Peringatan Hari Nasional.....	44
5.3.3.	Strategi Promosi Melalui Endorsement	45
5.3.4.	Strategi Promosi <i>Adsense Instagram</i>	46
5.3.5.	<i>Giveaway</i>	47
5.3.6.	Hasil dari Strategi yang Dilaksanakan	47
5.3.7.	Hasil Dari <i>Insight Instagram</i>	48
5.4.	Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan.....	50
5.4.1.	Analisa kegiatan	50
5.4.2.	<i>Brand Awareness Social Media Instagram</i>	51
5.4.3.	Kendala	63
5.4.4.	Potensi keberlanjutan	63
5.4.5.	Indikator Keberhasilan.....	64
BAB VI KESIMPULAN.....		66
6.1.	Kesimpulan.....	66
6.2.	Saran.....	66
6.2.1.	UMKM Dayang Hijau Resto	66
6.2.2.	Universitas Mercu Buana.....	67
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN		71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Kompetitor Dayang Hijau Resto	5
Gambar 2. 1 Foto Produk	8
Gambar 2. 2 Foto Lokasi Jualan.....	9
Gambar 2. 3 Tempat Berjualan dan Logo Terbaru Mitra.....	10



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Tahapan Kerja	35
Tabel 4. 2 Anggaran Kegiatan.....	36
Tabel 4. 3 Jadwal Kegiatan.....	37

