



**PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN CONTENT CREATIVE "KOPI
JENDELA" DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN
PERIODE AGUSTUS 2021 – MEI 2022**

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:

Zeintar Dendah Karza Maghribie

44318010036

ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zeintar Dendah Karza Maghribie

NIM : 44318010036

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul: **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN CONTENT CREATIVE "KOPI JENDELA" DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN** 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 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 peduli negeri dari awal.

Jakarta, 25 Agustus 2022
Yang memberi pernyataan




(Zeintar Dendah Karza Maghribie)


Mengetahui


Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

Ketua Bidang Studi Periklanan
dan Komunikasi Pemasaran


(Dewi Sad Tanti, M.I.Kom)


(Engga Probi Endri, MA)


(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

NAMA : Zeintar Dendah Kaza Maghribie

NIM : 44318010036

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Judul TAPN : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN CONTENT
CREATIVE "KOPI JENDELA" DALAM PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS DAN PENJUALAN**

Jakarta, 25 Agustus 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

(Dewi Sad Tanti, M.I.Kom)

(Engga Probi Endri, MA)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR

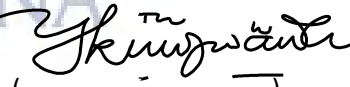
NAMA : Zeintar Dendah Karza Maghribie
NIM : 44318010036
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul TAPN : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN CONTENT CREATIVE "KOPI JENDELA" DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN**

Jakarta, 25 Agustus 2022


Ketua Sidang : Melly Ridaryanti, Ph.D

()

Penguji Ahli : Yuni Tresnawati, M.Ikom

()

Dosen Pembimbing I : Dewi Sad Tanti, M.I.Kom

()

Dosen Pembimbing II : Engga Probi Endri, MA

()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

NAMA : Zeintar Dendah Karza Maghribie
NIM : 44318010036
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul TAPN : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN CONTENT CREATIVE "KOPI JENDELA" DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN**

Jakarta, 25 Agustus 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing 1

(Dewi Sad Tanti, M.I.Kom)

Dosen Pembimbing 2

(Engga Probi Endri, MA)

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

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas rahmat dan hidayah-Nya, Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri yang berjudul **PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN** Tugas Akhir Peduli Negeri ini disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat perolehan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana. Disamping itu, penulisan Tugas Akhir ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca.

Tugas Akhir ini dapat diselesaikan semta karena penulis menerima banyak bantuan dan dukungan. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dorongan untuk semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.
2. Ibu **Dr. Elly Yuliawati, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang melaksanakan kewajibannya sebagai pemimpin yang amanah sehingga kami sebagai mahasiswa bisa belajar dengan nyaman.
3. Ibu **Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed** selaku Ketua Bidang Studi Advertising and Marketing Communication Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan rasa semangat berkarya dan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir.
4. Ibu **Dewi Sad Tanti, M.I.Kom** selaku pembimbing I dalam Tugas Akhir Peduli Negeri ini, yang telah meluangkan waktu, ilmu, dan tenaga untuk membimbing kami dalam menyelesaikan tugas akhir.
5. Bapak **Engga Probi Endri, MA** selaku pembimbing II dalam Tugas Akhir Peduli Negeri ini, yang telah meluangkan waktu, ilmu dan tenaga untuk membimbing kami dalam menyelesaikan tugas akhir.

6. Bapak Juan Akbar Indrasena dan keluarga sebagai pemilik usaha “Kopi Jendela” yang telah bersedia dan mau bekerja sama serta telah meluangkan waktunya untuk mendengarkan dan berdiskusi dengan kami dan memberikan data-data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas akhir.
7. Mama Endah Rismawati yang telah memberikan bantuan secara finansial berupa bayaran kuliah dan dukungan doa agar dapat menyelesaikan tugas akhir.
8. Septian Triansyah dan Diky Aprilianto sebagai anggota tim RBD yang sudah bekerja sama dan berusaha mencapai tujuan dalam tim TAPN
9. Bintang Permata sebagai teman dekat yang selalu membantu dalam proses pengerjaan tugas akhir.

Ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang juga telah menyediakan waktu untuk mendukung dan menghibur bersama penulis yang mana tidak bisa disebutkan satu per satu. Dalam laporan tugas akhir ini penulis menyadari bahwasanya banyak sekali kekurangan. Maka dari itu, terima kasih atas kritik dan saran yang diberikan.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	7
1.3 Tujuan Pendampingan	8
1.4 Manfaat Perancangan.....	8
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 Mitra “Kopi jendela Bintaro”	10
2.2 Profil Usaha.....	13
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku	13
2.4 Khalayak Sasaran	14
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	17
3.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
3.2 Brand Awareness	24
3.3 Creative Brief	25
3.4 Strategi Kreatif	30
3.5 Desain komunikasi visual.....	32
3.6 Copy Writing	39
3.7 Content Marketing	39
BAB IV METODE PELAKSANAAN	41
4.1 Teknik Tata Cara Pelaksanaan	41
4.2 Tahapan Kegiatan	47
4.3 Tahap Komunikasi.....	53
4.4 Konsep Perancangan.....	54
4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan	55
4.6 Key Performance Indicator	56
4.7 Tabel kegiatan	57

4.8	Anggaran.....	62
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....		63
5.1	Hasil yang dicapai	63
5.1.1	Teknik Komunikasi.....	64
5.1.2	Promosi Online.....	65
5.1.3	Hasil Yang Dicapai Setelah Pendampingan	70
5.1.3	Pembuatan Konten Video Reels Keperluan Aktivitas Promosi.....	74
5.2	Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan.....	80
5.3	Proses Tahapan Pelaksanaan.....	81
5.3.1	Tahapan Pembuatan Konten Instagram.....	81
5.3.2	Tahapan Pembuatan Reels.....	84
5.3.3	Tahapan Foto Produk	86
5.4	Hasil Kegiatan dan Hasil Partisipasi.....	86
5.4.1	Memfokuskan untuk <i>Branding</i> produk Kopi.....	86
5.4.2	Membuat Konten di Media Sosial.....	87
5.5	Implementasi Karya.....	89
5.5.1	Big Idea	89
5.5.2	Laporan Media Sosial.....	90
5.6	Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan	90
5.7	Laporan Media Sosial	93
5.8	Key Perfomance Indicator.....	94
5.8.1	Brand Awareness	94
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		96
6.1	Kesimpulan	96
6.2	Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN		100

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Pelaksanaan	41
Tabel 4. 2 Big Idea	48
Tabel 4. 3 Perancangan	54
Tabel 4. 4 Keseluruhan Kegiatan	58
Tabel 4. 5 Anggaran	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Media Sosial Tahun 2020	3
Gambar 1. 2 Profil Instagram Kopi Jendela	6
Gambar 3. 1 Jenis Garis	33
Gambar 3. 2 Jenis Bentuk	34
Gambar 3. 3 Tekstur	35
Gambar 3. 4 Ruang	36
Gambar 3. 5 Ukuran	37
Gambar 3. 6 Warna	38
Gambar 5. 1 Konten Hari Kemerdekaan 17 Agustus	67
Gambar 5. 2 Konten Hari Raya Idul Fitri	69
Gambar 5. 3 Konten Instagram Kopi Jendela	74
Gambar 5. 4 Konten Reels Instagram Kopi jendela	75
Gambar 5. 5 Konten Reels Instagram Kopi Jendela	76
Gambar 5. 6 Konten Reels Instagram Kopi Jendela	76
Gambar 5. 7 Foto Interior dan Eksterior	78
Gambar 5. 8 Konten Reels	79
Gambar 5. 9 Konten Reels Instagram	80
Gambar 5. 10 Konten Foto Produk Instagram	81
Gambar 5. 11 Proses Ilustrasi Konten	82
Gambar 5. 12 Proses Editing Photoshop	83
Gambar 5. 13 Produksi Capcut	85
Gambar 5. 14 Pendampingan Pengambilan Video	88
Gambar 5. 15 Konten Reels Instagram	88
Gambar 5. 16 Konten Reels Instagram	89
Gambar 5. 17 Perbandingan Profil Kopi Jendela	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara	100
Lampiran 2. Curriculum Vitae	103
Lampiran 3. Anggaran Kegiatan	104
Lampiran 4. Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas.....	105

