



**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM**

**SEVENDOR.ID**

TUGAS AKHIR APLIKATIF

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Digital Communication

Disusun oleh:

**MERCU BUANA**

Muhammad Shidqi Raihan

445518010039

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Shidqi Raihan  
NIM : 44518010039  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA UMKM SEVENDOR.ID** 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 penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasi 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 skripsi dari awal.

Jakarta, 30 Agustus 2022



(Muhammad Shidqi Raihan)

Mengetahui,

Pembimbing I



(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)

Pembimbing II



(Sandy Permata, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi



(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Muhammad Shidqi Raihan  
NIM : 44518010039  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul : **PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK  
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM SEVENDOR.ID**



Jakarta, 30 Agustus 2022

Mengetahui,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Pembimbing I

(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)

Pembimbing II

(Sandy Permata, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR

Nama : Muhammad Shidqi Raihan  
NIM : 44518010039  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul : **PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK  
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM SEVENDOR.ID**

Jakarta, 30 Agustus 2022

Ketua Sidang : Rika Yessica Rahma, M.Ikom (.....)

Penguji Ahli : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom (.....)

Pembimbing I : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom (.....)

Pembimbing II: Sandy Permata, M.Ikom (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM SEVENDOR.ID**

Nama : Muhammad Shidqi Raihan

NIM : 44518010039

Fakultas : Ilmu Komunikasi Bidang Studi  
: Digital Communication

Jakarta, 30 Agustus 2022 Disetujui  
dan diterima oleh,

Pembimbing I

(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)

Pembimbing II

(Sandy Permata, M.Ikom) Ketua

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Bidang Studi  
Digital Communication

(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

iv

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah Perancang panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, Perancang dapat menyelesaikan Tugas Akhir Aplikatif ini sesuai dengan harapan dan kemampuan Perancang. Di mana dalam penyusunan Tugas Akhir Aplikatif ini Perancang mengangkat judul: **“Perancangan Konten Media Sosial Instagram Untuk Membangun *Brand Awareness* Pada UMKM Sevendor.Id”** Tugas Akhir Aplikatif ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana strata-1 (S1) Komunikasi bidang studi Digital Communication.

Ucapan terimakasih sebesar-besarnya Perancang sampaikan kepada:

1. Bapak Kurniawan Prasetyo M.Ikom selaku dosen pembimbing pertama.
2. Ibu Sandy Permata, M.Ikom selaku dosen pembimbing kedua.
3. Ibu Rika Yessica M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Digital Communication.
4. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi; Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi; Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, khususnya dosen Bidang Studi Digital Communication.
7. Yang teristimewa untuk kedua orang tua saya, Mohamad Taufik dan Sofiyah atas doa, bimbingan serta kasih sayang selalu tercurah selama ini.
8. Untuk Adisa Putri Pratiwi yang selama ini telah memberikan dukungan, semangat sehingga Perancang bisa menyelesaikan tugas akhir ini ini.
9. Teruntuk tim Tugas Akhir Aplikatif saya Fahmi Akbar, Leanera Yola, terima kasih atas semangat, serta kerjasamanya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

10. Teruntuk teman-teman Rawrus dan Sunflower terima kasih atas semua dukungan dan semangatnya.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Perancang telah berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan tugas akhir aplikatif ini. Perancang menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir aplikatif ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini tidak terlepas dari kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman Perancang yang masih terbatas, sehingga Perancang senantiasa mengharapkan kepada pembaca untuk memberikan saran dan kritiknya.

Jakarta, 27 Agustus 2022

Perancang



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG AKHIR .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR BAGAN .....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan .....	9
1.3 Tujuan Perancangan .....	9
1.4 Alasan Pemilihan Judul.....	9
1.5 Manfaat Perancangan .....	10
1.5.1 Manfaat Akademis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II.....	11
KERANGKA PEMIKIRAN .....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Komunikasi Digital .....	11
2.1.2 AISAS.....	12
2.1.3 Content Creation for Small Business .....	13



2.1.4	Media Baru .....	14
2.1.5	Media Sosial.....	15
2.1.6	Konten.....	18
2.1.7	Instagram.....	18
2.1.8	Multimedia.....	20
2.1.9	<i>Brand Awareness</i> .....	21
2.1.10	<i>Content Creator</i> .....	22
2.1.11	UMKM.....	23
2.2	Referensi Karya .....	24
<b>BAB III.....</b>		<b>25</b>
<b>KONSEP PERANCANGAN.....</b>		<b>25</b>
3.1	Tujuan Komunikasi .....	25
3.2	Strategi Komunikasi .....	25
3.3	Analisa Spesifikasi Program .....	26
3.4	Konsep Perancangan .....	30
3.4.1	Rencana Pra-Produksi.....	30
3.4.2	Rencana Produksi .....	31
3.4.3	Rencana Pasca Produksi.....	33
<b>BAB IV.....</b>		<b>34</b>
<b>ANALISIS PROSES.....</b>		<b>34</b>
4.1	Profil Instagram Sevendor.Id .....	34
4.2	Analisis Proses Produksi .....	37
4.3	Analisis Hasil Produksi.....	54
<b>BAB V .....</b>		<b>80</b>
<b>PENUTUP.....</b>		<b>83</b>
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran .....	84
5.2.1	Saran Akademis .....	84
5.2.2	Saran Praktis .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>86</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna internet di Indonesia .....	2
Gambar 1. 2 Data penggunaan media sosial di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 Data media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia .....	5
Gambar 1. 4 Data penggunaan media sosial Instagram di Indonesia.....	6
Gambar 2. 1 Piramida kesadaran merek.....	21
Gambar 2. 2 Referensi karya Instagram @vendorin_.....	23
Gambar 3. 1 Konsep “ <i>Content Creation for Small Business</i> ” .....	27
Gambar 4. 1 Logo Sevendor .....	34
Gambar 4. 2 Profil Instagram Sevendor 7 April 2021 .....	35
Gambar 4. 3 Profil Instagram Sevendor 25 Maret 2022 .....	36
Gambar 4. 4 Akun Instagram @vendorin_.....	38
Gambar 4. 5 Akun Instagram @vendorkampus.....	38
Gambar 4. 6 <i>Content Pillar</i> Instagram Sevendor.Id.....	41
Gambar 4. 7 Konten edukatif Sevendor.Id.....	42
Gambar 4. 8 Konten edukatif Sevendor.Id.....	43
Gambar 4. 9 Konten Informatif Sevendor.Id .....	45
Gambar 4. 10 Konten Portofolio Sevendor.Id .....	46
Gambar 4. 11 Konten Portofolio Sevendor.Id .....	47
Gambar 4. 12 Konten How To Order Sevendor.Id .....	48
Gambar 4. 13 Konten <i>How To Order</i> Sevendor.Id .....	49
Gambar 4. 14 Konten Proses Produksi Sevendor.Id.....	49
Gambar 4. 15 Konten Proses Produksi Sevendor.Id.....	50
Gambar 4. 16 Konten <i>Benefits</i> Sevendor.Id.....	51
Gambar 4. 17 Konten <i>Benefits</i> Sevendor.Id.....	52
Gambar 4. 18 Konten Testimoni Sevendor.Id.....	52
Gambar 4. 19 Konten <i>what we produce</i> .....	55

Gambar 4. 20 Konten pengetahuan bahan .....	56
Gambar 4. 21 Konten portofolio .....	57
Gambar 4. 22 Konten portofolio .....	58
Gambar 4. 23 Konten testimoni .....	59
Gambar 4. 24 Konten tips bisnis .....	60
Gambar 4. 25 Konten <i>Benefits</i> .....	61
Gambar 4. 26 Konten <i>Benefits</i> .....	61
Gambar 4. 27 Konten <i>How To Order</i> .....	62
Gambar 4. 28 Konten <i>How To Order</i> .....	62
Gambar 4. 29 Konten Proses Produksi .....	63
Gambar 4. 30 Konten Proses Produksi .....	64
Gambar 4. 31 Konten edukatif Sevendor.Id.....	65
Gambar 4. 32 Hasil <i>insight</i> tertinggi konten <i>what we produce</i> .....	66
Gambar 4. 33 Hasil <i>insight</i> terendah konten <i>what we produce</i> .....	66
Gambar 4. 34 Hasil <i>insight</i> tertinggi konten pengetahuan bahan .....	67
Gambar 4. 35 Hasil <i>insight</i> terendah konten pengetahuan bahan .....	67
Gambar 4. 36 Hasil <i>insight</i> tertinggi konten portofolio desain pertama .....	68
Gambar 4. 37 Hasil <i>insight</i> terendah konten portofolio desain pertama.....	69
Gambar 4. 38 Hasil <i>insight</i> tertinggi konten portofolio desain kedua .....	69
Gambar 4. 39 Hasil <i>insight</i> terendah konten portofolio desain kedua .....	70
Gambar 4. 40 Hasil <i>insight</i> tertinggi konten testimoni .....	71
Gambar 4. 41 Hasil <i>insight</i> terendah konten testimoni .....	71
Gambar 4. 42 Hasil <i>insight</i> konten video tips bisnis.....	72
Gambar 4. 43 Hasil <i>insight</i> konten <i>benefits</i> .....	73
Gambar 4. 44 Hasil <i>insight</i> konten <i>how to order</i> .....	73
Gambar 4. 45 Hasil <i>insight</i> konten proses produksi .....	74
Gambar 4. 46 Hasil <i>insight</i> konten video motivasi .....	74
Gambar 4. 47 Hasil survei pernyataan pertama .....	75
Gambar 4. 48 Hasil survei pernyataan kedua.....	76

Gambar 4. 49 Hasil survei pernyataan ketiga .....	76
Gambar 4. 50 Hasil survei pernyataan keempat.....	77
Gambar 4. 51 Hasil survei pernyataan kelima .....	77
Gambar 4. 52 Hasil survei pernyataan keenam.....	78



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 <i>Creative brief</i> Sevendor.Id.....	27
Tabel 3. 2 <i>Timeline dan schedule</i> .....	31
Tabel 3. 3 Anggaran.....	31
Tabel 4. 1 Tabel <i>content calendar</i> .....	53



## DAFTAR BAGAN

Bagan 3. 1 Konsep perancangan konten .....	27
--	----

