



**PERANCANGAN DAN PENDAMPINGAN KONSEP IKLAN
KREATIF PADA UMKM KEBAB KIBOBS DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERIODE MARET 2021
– JUNI 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:
Muhammad Rakha Pratama Firman

44318010029

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rakha Pratama Firman
NIM : 44318010029
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Tugas Akhir yang telah saya buat dengan Judul : **Perancangan Dan Pendampingan Konsep Iklan Kreatif Pada UMKM Kebab Kibobs Dalam Membangun Brand Awareness Periode Maret 2021 – Juni 2022** merupakan hasil karya sendiri dengan benar keasliannya dan merupakan hasil dari studi Pustaka yang di damping oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana, penulisan skripsi ini bukan merupakan hasil dari plagiarism atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data, dan hasil yang digunakan didapatkan dengan jelas sumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperiksa akan kebenarannya. Demikianlah pernyataan yang saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 6 September 2022



(Muhammad Rakha Pratama Firman)

Dosen Pembimbing I

(Wulansari Budiastuti, ST, M.Si)

Dosen Pembimbing II

(Gadis Octory, S.I.Kom., M.I.Kom)

Ketua Bidang Studi

Advetising & Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : **PERANCANGAN DAN PENDAMPINGAN KONSEP IKLAN KREATIF PADA UMKM KEBAB KIBOBS DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERIODE MARET 2021 – JUNI 2022**

Nama : Muhammad Rakha Pratama Firman

NIM : 44318010029

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, 6 September 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(Wulansari Budiastuti, ST, M.Si)

(Gadis Octory, S.I.Kom., M.I.Kom)

LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Nama : Muhammad Rakha Pratama Firman
NIM : 44318010029
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*
Judul : Perancangan Dan Pendampingan Konsep Iklan Kreatif
Pada UMKM Kebab Kibobs Dalam Membangun Brand
Awarness Periode Maret 2021 – Juni 2022

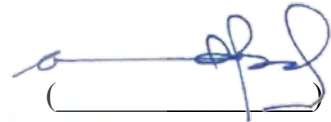
Jakarta, 6 September 2022

Ketua Sidang,
Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed



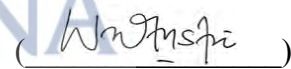
(_____)

Dosen Penguji Ahli,
Andri Budiwidodo, M.I.Kom



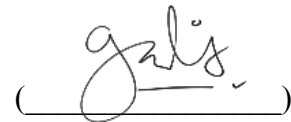
(_____)

Pembimbing I,
Wulansari Budiastuti, ST, M.Si



(_____)

Pembimbing II,
Gadis Octory, S.I.Kom., M.I.Kom



(_____)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : Perancangan Dan Pendampingan Konsep Iklan Kreatif Pada UMKM Kebab Kibobs Dalam Membangun Brand Awarness Periode Maret 2021 – Juni 2022

Nama : Muhammad Rakha Pratama Firman

NIM : 44318010029

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, 6 September 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(Wulansari Budiastuti, ST, M.Si)

(Gadis Octory, S.I.Kom., M.I.Kom)

UNIVERSITAS

MERCUBUANA

Ketua Bidang Studi

Advetising & Marketing Communication



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, dan karunianya yang tiada ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir peduli negeri ini.

Dengan laporan tugas akhir ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communication.

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu **Gadis Octory, S.Ikom., M.Ikom** selaku pembimbing I dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.
2. Ibu **Wulansari Budiastuti, ST, M.Si** selaku pembimbing II dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.
3. **Vicky Farhansyah pemilik usaha UMKM “Kebab Kibobs”** yang telah bersedia bekerjasama dan memberikan banyak bantuan kepada penulis dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk laporan tugas akhir.
4. Bapak **Kurniawan Prasetyo, M.Ikom** selaku Sekretaris Bidang Studi Advertising and Marketing Communication, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan tenaga, waktu, motivasi, dukungan, membimbing serta pengajaran selama penulis menyelesaikan tugas akhir.

5. Ibu **Eka Perwitasari Fauzi, M. Ed** selaku Ketua Bidang Studi Advertising and Marketing Communication, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
6. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
7. Ibu **Dr. Elly Yuliawati, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran.
8. Seluruh Bapak dan Ibu **Dosen Bidang Studi Advertising and Marketing Communication** yang telah memberikan dukungan, tenaga, pikiran, waktu, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
9. Ibu, tante lilis, tante lita, ka fahmi, yang selalu menyemangati, menghibur, memberikan materil maupun moral, menjadi tempat berkeluh kesah, menguat mental dan kepercayaan diri sendiri, serta mendoakan agar dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik.
10. Bagas, Zellucy dan Angga, yang menghibur, serta mendoakan agar dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik.
11. Raden, Adit, Tegar, Bintang, Jihad, Marshall, Deril, Sesep, Selena, Septiyan, Diky, Zeintar, dan kawan Marcommers lainnya yang telah menyediakan waktunya untuk menemani, menghibur, dan mendengarkan keresahan saat penulisan tugas akhir ini.
12. HIMA Pariwara dan Marcommers 2018 yang sudah sudah mewarnai kehidupan kampus selama 4 tahun, berbagi canda tawa dan juga berjuang bersama-sama memberikan yang terbaik semasa kuliah untuk diri sendiri dan kampus.

13. Terima kasih kepada diri sendiri yang selalu berjuang selama perkuliahan, percaya bahwa bisa melewati dan tidak menyerah.

Ucapan terima kasih yang berlimpah tentunya penulis sampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala doa dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu segala kritikan dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Terima kasih atas bantuan dari semua pihak, semoga Allah memberikan berkah-Nya.



Jakarta, 08 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be the name 'Purni' or similar, written in a cursive style.

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	ii
LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Praktis	10
1.4.2 Manfaat Sosial	10
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	11
2.1. Sasaran Kegiatan UMKM	11
2.2. Profil Usaha	14
2.3. Gambaran Konten Promosi	14
2.4. Sumber Daya dan Bahan Baku.....	16
2.5. Khalayak Sasaran	16
2.6. Analisis SWOT.....	17
2.7. STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	18
2.8. Peluang Usaha	19
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	20
3.1 Promosi Penjualan	20

3.2 Promosi Kreatif	21
3.3 Elemen dan Unsur Iklan Promosi Kebab Kibobs.....	22
3.4 Praktisi Pelaku Usaha	24
3.5 Strategi Creative	26
3.6 Creative Brief	27
3.7 Kampanye Marketing	28
3.8 Kreatif Departement	28
3.8.1 Copy Writing.....	28
3.8.2 Fotografi	29
3.9 Content Marketing.....	30
3.10 Digital Marketing	31
3.11 Media.....	32
3.11.1 Instagram	34
3.12 E-Payment	36
3.14 Konsep Perencanaan Creative	38
3.14.1 Creative Brief	38
3.14.2 Menentukan Big Idea	40
BAB IV METODE PELAKSANAAN.....	41
4.1 Teknik Pengukuran Identifikasi masalah	41
4.1.1 Wawancara	41
4.1.2 observasi	42
4.1.3 Diskusi.....	42
4.1.4 Konsultasi	43
4.1.5 Simulasi	43
4.2 Tahapan Kegiatan.....	44
4.2.1 Tahapan Pelatihan	44
4.2.2 Pendampingan	44
4.2.3 Perencanaan.....	45
4.2.4 Persiapan	45
4.2.5 Pelaksanaan	45
4.3 Program Design Kreatif.....	46

4.4 Kriteria Keberhasilan	46
4.4.1 Key Performance Indicator (KPI)	48
4.5 Proses Pendampingan Mitra	49
4.5.1 Konten Kreatif Instagram	49
4.6 Tahapan Kerja Creative Director	52
4.7 Teknik Komunikasi	55
4.8 Bentuk-bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	56
4.9 Anggaran Kegiatan	56
4.10. Jadwal Kegiatan	57
BAB V HASIL YANG DI CAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	61
5.1 Hasil Yang Dicapai	61
5.2 Teknik Komunikasi	62
5.2.1 Promosi Online.....	62
5.3 Gambaran tahap – tahap pelaksanaan.....	64
5.3.1 Gambaran tahap-tahap pelaksanaan pendampingan mitra	65
5.4 Hasil kegiatan dan partisipasi peserta	66
5.4.1 Media Sosial “Kebab Kibobs”	66
5.5 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Berkelanjutan	82
5.5.1 Analisis Kegiatan	82
5.5.1.2 Data Penjualan.....	83
5.5.1.3 Kegiatan Online.....	84
5.5.1.4 Kendala.....	84
5.5.1.5 Potensi Keberlanjutan.....	85
5.5.1.6 Pra-Pendampingan dan Pasca Pendampingan	87
BAB VI PENUTUP	88
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Saran	89
6.2.1 Saran Praktisi.....	89
6.2.2 Saran Akademis.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Digital Internet Indonesia	3
Gambar 1. 2 Data Pengguna Digital Internet Indonesia	3
Gambar 1. 3 Social Media Paling Banyak Di Gunakan.....	3
Gambar 2. 1 Offline Store Kebab Kibobs.....	11
Gambar 2. 2 Daftar Menu Kebab Kibobs	12
Gambar 2. 3 Packaging Produk.....	13
Gambar 2. 4 Konten Promosi Kebab Kibobs.....	14
Gambar 2. 5 Konten Peringatan Isra Mi'raj	15
Gambar 2. 6 Logo Kebab Kibobs	23
Gambar 2. 7 Visual Produk Konten Instagram	23
Gambar 2. 8 Contoh Caption	24
Gambar 4. 1 Konten 3 Kebab Yang Bikin Ketagihan.....	50
Gambar 4. 2 Konten Penjelasan Produk	51
Gambar 4. 3 Penjelasan Ingredients.....	52
Gambar 5.1 Pembuatan Konten Interaktif	62
Gambar 5. 2 Contoh Konten Interaktif	63
Gambar 5. 3 Konten Cinematic.....	63
Gambar 5. 4 Pendapatan Sesudah Pendampingan	83
Gambar 5. 5.1.5 Sebelum dan Sesudah Pendampingan	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data UMKM Tahun 2017 - 2018.....	5
Tabel 3. 1 Praktisi Pelaku Usaha.....	25
Tabel 3. 2 Perencanaan Creative Director.....	37
Tabel 3. 3 Creative Brief.....	39
Tabel 3. 4 Rancangan Program Bersama Mitra	47
Tabel 3. 5 Key Performance Indicator	48
Tabel 4. 1 Tahapan Kerja Creative Director	52
Tabel 4. 2 Anggaran Kegiatan	56
Tabel 4. 3 Jadwal Kegiatan	57
Tabel 5. 1 Tahapan Pelaksanaan.....	64
Tabel 5. 2 Visual Brief & Konten.....	67
Tabel 5. 3 Insight Feeds Instagram @kebab.kibobs	80
Tabel 5. 4 Perbandingan Pra & Pasca Pendampingan	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - CV Penulis.....	93
Lampiran 2 - Anggaran Kegiatan.....	94
Lampiran 3 - Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas.....	94
Lampiran 4 - Surat Kesediaan Mitra.....	95
Lampiran 5 - Denah Lokasi.....	96
Lampiran 6 - Dokumentasi	96
Lampiran 7 – Lokasi Kegiatan.....	97
Lampiran 8 - Bukti Publikasi di Media Massa	97

