



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENDAMPINGAN PEMBUATAN DAN PRODUKSI PESAN
PROMOSI UMKM, MEMBANGUN DIGITAL MARKETING
DALAM DIVISI KONTEN CREATOR PADA NASI BEBEK
MADURA BINTARO SEKTOR 2**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGRI SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata satu
(S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Digital Advertising dan
Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

TARAS ADITYA

44315010042

**PROGRAM STUDI DIGITAL ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : TARAS ADITYA

Nim : 44315010042

Jurusan : Digital Advertising & Marketing Communication

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **PENDAMPINGAN PEMBUATAN DAN PRODUKSI PESAN PROMOSI UMKM, MEMBANGUN DIGITAL MARKETING DALAM DIVISI KONTEN CREATOR PADA NASI BEBEK MADURA BINTARO SEKTOR 2**

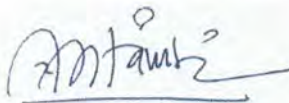
Dengan ini adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi sarjana ilmu komunikasi pada fakultas ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau peneliti yang sudah ada, baik yang dipublikasikan 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 skripsi dari awal.

Jakarta, 06 Agustus 2020

(TARAS ADITYA)

Pembimbing I



(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

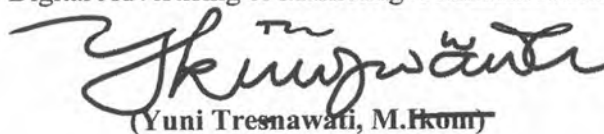


Pembimbing II



(Riki Arswendi, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi
Digital Advertising & Marketing Communication



(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENDAMPINGAN UMKM NASI BEBEK MADURA
BANG UDIN DALAM MENGEMBANGKAN PROMOSI DAN
PEMASARAN *AWARENESS* KONSUMEN**

Nama : Mohamad Dioyulianto

NIM : 44315010040

Fakultas : Ilmu Komunikasi

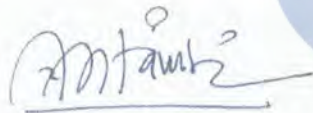
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 17 Februari 2020

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si)

(Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **PENDAMPINGAN PEMBUATAN DAN PRODUKSI PESAN PROMOSI
UMKM, MEMBANGUN DIGITAL MARKETING DALAM DIVISI KONTEN
CREATOR PADA NASI BEBEK MADURA BINTARO SEKTOR 2**

Nama : TARAS ADITYA
NIM : 44315010042
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 06 Agustus 2020

Ketua Sidang

Mardhiyyah, M.I.Kom



(...)

Penguji Ahli

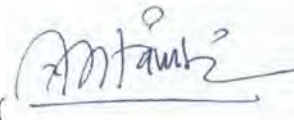
Wiyanto Hidayatullah, M.I.Kom



(.....)

Pembimbing I

Dewi Sad Tanti, M.I.kom



(.....)

Pembimbing II

Riki Arswendi S.Sos, M.Ikom



(.....)

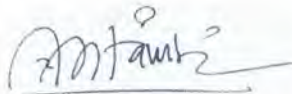
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **PENDAMPINGAN PEMBUATAN DAN PRODUKSI PESAN PROMOSI
UMKM, MEMBANGUN DIGITAL MARKETING DALAM DIVISI KONTEN
CREATOR PADA NASI BEBEK MADURA BINTARO SEKTOR 2**

Nama : TARAS ADITYA
NIM : 44315010042
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 06 Agustus 2020
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I



(Dewi Sad Tanti, M.I.kom)

Pembimbing II



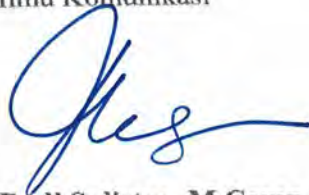
(Riki Arswendi S.Sos, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Digital
Advertising & Marcomm

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

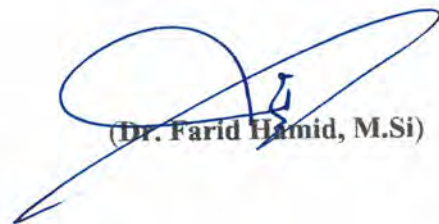
(Yuni Tresnawati, M.I.Kom)

Dekan Fakultas
Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn., Ph.D.)

Ketua Program Studi
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

ABSTRACT

The purpose of this research is to apply digital marketing knowledge to a SME Nasi Bebek Madura, which sells a menu of fried duck with black seasoning special characteristic of Madura. This MSME is located in Bintaro Sector 2 which is open daily from 3 pm until 12 pm, to increase sales, aka the digital sales are required where this MSME has not at all had the strategy. By creating logos and social media, and registering on onlinefood such as GOFOOD and GRABFOOD, then updating packaging and banners to be more attractive, doing interesting promotions on social media.

To touch digital marketing, it is beneficial for SMES to increase sales, and make it easier for consumers to buy. To increase the sales of this mentoring is done by observation methods, in-depth interviews, discussion, consultation, and simulation. With that method we get clear and complete information to run everything, how to segment it and how the properties and criteria of consumers. Researchers as creator content are easier to design and content because they understand how SMES consumers are. The result is the response and interest of consumers gained and walked according to plan.

Tujuan penelitian ini adalah mengaplikasikan ilmu digital marketing pada sebuah UMKM Nasi Bebek Madura, yang menjual sebuah menu bebek goreng dengan bumbu hitam yang khas special dari madura. UMKM ini terletak di Bintaro sector 2 yang buka setiap hari mulai jam 3 sore sampai 12 malam, untuk meningkatkan penjualan, aka diperlukannya penjualan melalui digital yang dimana UMKM ini belum sama sekali memiliki strategi tersebut. Dengan membuat logo dan sosial media, serta mendaftarkan pada onlinefood seperti GOFOOD dan GRABFOOD, lalu memperbaharui packaging dan spanduk agar lebih menarik, melakukan promosi-promosi menarik pada sosial media.

Guna menyentuh digital marketing, sangat bermanfaat bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan, dan memudahkan konsumen untuk membeli. Guna meningkatkan penjualan pendampingan ini dilakukan dengan metode observasi, wawancara mendalam, diskusi, konsultasi, dan simulasi. Dengan metode tersebut kita mendapat informasi yang jelas dan lengkap untuk menjalankan semuanya, bagaimana segmentasi nya dan bagaimana sifat dan kriteria konsumennya. Peneliti sebagai konten creator lebih mudah dalam melakukan desain dan konten karena sudah memahami bagaimana konsumen UMKM tersebut. Hasilnya adalah respon dan ketertarikan konsumen didapatkan dan berjalan sesuai rencana.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Content Creator, Social Media*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamiin, Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri ini. Adapun Tugas Akhir Peduli Negeri ini diajukan sebagai syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1) Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir Peduli Negeri ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Dewi Sad Tanti, M.Ikom dan Riki Arswendi, S.Sos., M.Ikom.** Selaku dosen pembimbing I dan Pembimbing II yang telah membimbing peneliti sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
2. **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.
3. **Yuni Tresnawati, M.Ikom.** Selaku ketua bidang studi Digital Advertising & Marcomm.
4. Bapak Udin selaku pemilik dari UMKM “Nasi Bebek Madura” yang telah bersedia bekerjasama dan memberikan banyak bantuan yang baik kepada penulis dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk laporan tugas akhir.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi *Digital Advertising & Marketing Communication* yang telah memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
6. Staff Tata Usaha Universitas Mecu Buana yang telah membantu sistematika dalam penyusunan Tugas Akhir.

7. Bapak (Saiful Bahri), Ibu (Sri Mulyati) dan Adik (Kayla Rosantya Dewi) tercinta yang selalu memanjatkan doa dan memberikan support kepada penulis secara moril dan materi hingga skripsi ini dapat selesai.
8. Dewi Priyatna, figur yang selalu memberikan motivasi dikala semangat mulai menurun.
9. Miftah Antaries dan Dyo Prasetyo kawan TAPN yang selalu bersama sampai Tugas Akhir ini selesai.

Ucapan terimakasih yang berlimpah tentunya penulis sampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan segala doa, perhatian, dorongan, dan bantuannya. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir Peduli Negeri ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir Peduli Negeri ini akan berguna bagi semua kalangan.

Jakarta,



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Taras Aditya

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Permasalahan penelitian	5
1.3 Tujuan penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian	6
1.4.1 Manfaat bagi UMKM	6
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	7
2.1 Profil UMKM	7
2.2 Khalayak sasaran	7
2.3 Product	7
2.4 Price	8
2.5 Place	8
2.6 Promotion	8
2.6.1 Segmentation	8
2.6.1.1 Demografi	8
2.6.1.2 Geografi	8
2.6.2 Targeting	9
2.6.3 Positioning	9

2.6.3.1	VISI	9
2.6.3.2	MISI	9
2.7	Sumber Daya Dan Bahan Baku.....	9
2.8	Peluang pasar	10
2.9	Strategi konten yang diharapkan.....	10
2.9.1	Membuat sosial media (instagram).....	10
2.9.2	Membuat update menu makanan di sosial media (instagram).....	10
2.9.4	Melakukan planning konten ciri khas Nasi Bebek Madura	11
BAB III	TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	12
3.1	Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	12
3.1.1	Definisi UMKM.....	12
3.2	Kriteria UMKM	13
3.2.1	Usaha Mikro	13
3.2.2	Usaha Kecil.....	13
3.2.3	Usaha menengah.....	13
3.3	Ciri-ciri dan karakteristik UMKM	14
3.3.1	Sumber daya manusia (SDM).....	14
3.3.2	Menejemen keuangan	14
3.3.3	Perbankan	14
3.3.4	Izin usaha.....	14
3.3.5	Tenaga kerja.....	15
3.3.6	Sifat pelaku umkm.....	15
3.4	UMKM <i>go digital</i>	15
3.5	Rujukan penelitian	16
3.5.1	Menu Kaleyo	17
3.5.1.1	Harga Menu Bebek Kaleyo – Menu Bebek	17
3.5.1.2	Harga Menu Bebek Kaleyo- Menu Ayam	18
3.5.1.3	Harga Menu Bebek Kaleyo – Menu Tambahan	18
3.5.1.4	Harga Menu Bebek Kaleyo – Menu Paket	19
3.5.2	Delievery.....	19

3.6	Komunikasi pemasaran	19
3.7	Media.....	23
3.7.1	Media Visual.....	24
3.7.2	Media Audio	24
3.7.3	Media Audio Visual.....	24
3.8	Media sosial	25
3.9	Media digital (Instagram).....	26
3.9.1	Home Page.....	28
3.9.2	Comments	28
3.9.3	Explore.....	29
3.9.4	Profil	29
3.9.5	News Feed	29
3.9.5.1	Judul.....	30
3.9.5.2	Hashtag	30
3.9.5.3	Lokasi.....	30
3.9.5.4	Follow	30
3.9.5.5	Like	30
3.9.5.6	Komentar	31
3.9.5.7	Mentions	31
BAB IV	METODE PELAKSANAAN.....	32
4.1	Teknik Dan Tata Cara Pelaksanaan	32
4.1.1	Observasi	32
4.1.2	Wawancara mendalam.....	32
4.1.3	Diskusi	33
4.1.3.1	Logo	34
4.1.3.2	Promosi	34
4.1.3.2	Akun media sosial.....	34
4.1.3.3	Pendampingan pengelolaan	34
4.1.3.4	Packaging.....	34
4.1.3.5	Spanduk	34
4.1.4	Flayer dan brosur	34

4.1.5	Konsultasi	35
4.1.6	Simulasi	35
4.1.7	Praktik.....	36
4.2	Tahap kegiatan	36
4.2.1	Tahap perencanaan	36
4.2.2	Persiapan Konten	36
4.2.3	Tahap pelaksanaan.....	37
4.3	Konten Instagram	38
4.3.1	Merencanakan kreatif konten	38
4.3.2	Lakukan perencanaan yang jelas	38
4.3.2.1	Memahami karakteristik pelanggan	39
4.3.2.2	Pelajari permasalahan secara mendalam.....	39
4.3.2.3	Menyesuaikan SEO dan media sosial.....	39
4.3.2.4	Pendekatan konten “customer journey”	40
4.3.2.5	Jangan memaksakan konten promosi	40
4.3.2.6	Uji format konten yang kembangkan.....	40
4.3.3	Promosi “give away”	41
4.4	Promosi flayer	41
4.5	Promo udeng ikat kepala budaya Madura.....	42
4.6	Anggaran biaya	42
4.7	Timeline kegiatan.....	42
BAB V	HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	44
5.1	Teknik komunikasi.....	44
5.2	Wawancara.....	44
5.2.1	Hasil wawancara.....	45
5.3	Hasil diskusi	45
5.4	Kegiatan <i>offline</i>	46
5.4.1	Desain logo	46
5.4.2	Desain plastic.....	47
5.4.3	Desain spanduk nasi bebek.....	49
5.4.4	Desain stempel untuk packaging	50

5.4.5	Desain flyer kupon.....	50
5.4.6	Desain poster promo	52
5.5	Kegiatan <i>online</i>	52
5.5.1	Pembuatan akun Instagram.....	53
5.5.2	Mendesain Instagram.....	53
5.5.3	Promosi <i>give away</i> di Instagram.....	54
5.6	Gambaran tahap pelaksanaan.....	55
5.6.1	Membuat logo	55
5.6.2	Pembuatan spanduk baru	56
5.6.3	Pembuatan flyer	57
5.6.4	Pembuatan konten Instagram.....	57
5.7	Hasil kegiatan.....	62
5.7.1	Logo dan tagline	63
5.7.2	<i>Packaging</i> kertas dan plastic	64
5.7.3	Pembuatan banner atau spanduk.....	66
5.8	Partisipasi peserta atau konsumen.....	68
5.9	Analisa kegiatan, kendala dan potensi	71
5.9.1	Analisa kegiatan.....	71
5.9.2	Kendala.....	72
5.9.3	Potensi.....	73
BAB VI	PENUTUP	78
6.1	Kesimpulan	78
6.2	Saran.....	79
6.2.1	UMKM Nasi Bebek Madura	79
6.2.2	Universitas Mercu Buana	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Anggaran.....	42
Tabel 4. 2 Timeline	43
Tabel 5. 1 Wawancara Dengan Mitra	45
Tabel 5. 2 konten Instagram.....	58
Tabel 5. 3 proses packaging	66
Tabel 5. 4 partisipasi konsumen.....	68
Tabel 5. 5 Pendampingan Yang Berlanjut	73
Tabel 5. 6 Publikasi Kegiatan	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 5. 1 Desain Logo	46
Gambar 5. 2 Desain Lama.....	47
Gambar 5. 3 Plastik Desain Baru	48
Gambar 5. 4 desain spanduk lama.....	49
Gambar 5. 5 Desain Spanduk Baru	49
Gambar 5. 6 desain packaging	50
Gambar 5. 7 Desain Flayer Kupon.....	51
Gambar 5. 8 Kupon	51
Gambar 5. 9 poster promo udeng.....	52
Gambar 5. 10 akun Instagram baru.....	53
Gambar 5. 11 Desain Instagram.....	54
Gambar 5. 12 Konten Give Away.....	55
Gambar 5. 13 logo.....	62
Gambar 5. 14 Packaging Sebelumnya	64
Gambar 5. 15 Packaging Setelahnya.....	64
Gambar 5. 16 plastic	65
Gambar 5. 17 Spanduk Baru	66
Gambar 5. 18 Pemasangan Spanduk Baru.....	67
Bagan 5. 1 proses logo	56
Bagan 5. 2 proses spanduk.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Curriculum Vitae	83
Lampiran 2 Anggaran Kegiatan	84
Lampiran 3 Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas	84
Lampiran 4 Surat Persetujuan Kerjasama Mitra	85
Lampiran 5 Denah Detail Lokasi Kegiatan (Indoor atau Outdoor)	86
Lampiran 6 Data Modal dan Penjualan.....	87
Lampiran 7 Dokumentasi (Atribut Booth Nasi Bebek Madura).....	89

