



**PENYUSUNAN PROGRAM PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN  
PENDAMPINGAN 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:  
**Raden Muhammad Fadli Ilham Ichsani**

**44318010056**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2022**

## LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Raden Muhammad Fadli Ilham Ichsani  
NIM : 44318010056  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Tugas Akhir yang telah saya buat dengan Judul : **Penyusunan Program Promosi Media Sosial dan Pendampingan 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



(Raden Muhammad Fadli Ilham Ichsani)

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 : **PENYUSUNAN PROGRAM PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN  
PENDAMPINGAN PADA UMKM KEBAB KIBOBS DALAM  
MEMBANGUN BRAND AWARENESS PERIODE MARET 2021 –  
JUNI 2022**

Nama : Raden Muhammad Fadli Ilham Ichsani

NIM : 44318010056

Fakultas : Ilmu Komunikasi

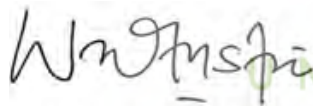
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

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 : Raden Muhammad Fadli Ilham Ichsani  
NIM : 44318010056  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*  
Judul : Penyusunan Program Promosi Media Sosial dan Pendampingan Pada UMKM Kebab Kibobs Dalam Membangun Brand Awareness Periode Maret 2021 – Juni 2022

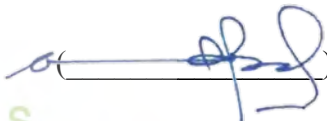
Jakarta, 6 September 2022

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



(\_\_\_\_\_)

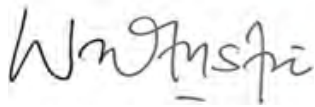
## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : Penyusunan Program Promosi Media Sosial dan Pendampingan UMKM Kebab Kibobs Dalam Membangun Brand Awareness Periode Maret 2021 – Juni 2022  
Nama : Raden Muhammad Fadli Ilham Ichsani  
NIM : 44318010056  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, 6 September 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I



(Wulansari Budiastuti, ST, M.Si)

Dosen Pembimbing II



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

Ketua Bidang Studi

Advertising & Marketing Communication

MERCU BUANA



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri yang berjudul **PENYUSUNAN PROGRAM PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN PENDAMPINGAN PADA UMKM KEBAB KIBOBS DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS**. Tujuan penyusunan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 (S-1).

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan yang peneliti alami tetapi berkat dukungan dan semangat dari berbagai pihak peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu **Gadis Octory, S.Ikom., M.Ikom** selaku pembimbing I dalam membuat laporan tugas akhir ini yang mana sudah membimbing, memberi dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir peneliti.
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 peneliti.
3. **Vicky Farhansyah** sebagai pemilik usaha UMKM “Kebab Kibobs” yang telah bersedia bekerjasama dan memberikan banyak bantuan kepada peneliti 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 peneliti 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 peneliti 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 peneliti 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 peneliti menyelesaikan tugas akhir.
9. Mama, Papa dan Rifqy yang telah memberikan dukungan mental, doa dan motivasi agar peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik.
10. Adit dan Rakha sesama tim Fidenka yang sudah bekerja sama, menghibur, saling memberi dukungan semangat dan berusaha mencapai tujuan tim TAPN.
11. Zeintar, Septian, Seseq, Izkar, Koso, Mara, Fidi, Ifdal dan Opang yang selalu menyediakan waktunya dalam keadaan senang maupun susah untuk mendengarkan keluh kesah peneliti serta menghibur dalam membuat laporan tugas akhir.
12. Mahasiswa Marcomm 2018 yang sudah berjuang bersama serta mewarnai dunia perkuliahan peneliti hingga banyak pengalaman yang di dapat.
13. Terima kasih kepada diri sendiri yang sudah melewati banyak hal sejauh ini, semangat dalam menjalani perkuliahan, tidak berhenti belajar dan menjadi pribadi yang mandiri.

Ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang juga menyediakan waktu, menghibur dan juga memberi dukungan yang mana tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari banyaknya kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini, karena itu terima kasih atas kritik dan saran yang diberikan.

Jakarta, 04 April 2021

Peneliti





## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>THESIS ASSEMBLY APPROVAL SHEET.....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Praktis .....	9
1.4.2 Manfaat Sosial .....	9
<b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN .....</b>	<b>10</b>
2.1. Sasaran Kegiatan UMKM .....	10
2.2 Profil Usaha.....	13
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	13
2.4 Kepemilikan Media Promosi.....	14

2.5 Khalayak Sasaran .....	15
2.5. Analisis SWOT.....	15
2.6 STP (Segmenting Targeting Positioning).....	16
2.7 Peluang Usaha .....	17
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERANCANGAN.....</b>	<b>19</b>
3.1 Praktisi Pelaku Usaha .....	19
3.2 Komunikasi Pemasaran .....	21
3.3 Bauran Pemasaran .....	23
3.4 Digital Marketing .....	25
3.5.1 Manfaat Digital Marketing .....	26
3.6 Branding .....	27
3.6.1 Brand Awareness .....	27
3.6.2 Digital Branding .....	29
3.7 Media.....	30
3.7.1 Media Sosial .....	31
3.8 Engagement Pada Media Sosial .....	35
3.9 Branding Pada Media Sosial .....	36
3.10 Media Sosial Instagram sebagai Media Branding.....	36
3.11 Influencer.....	37
3.12 E-Commerce.....	38
3.12.1 Shopee.....	38
3.13 Media Department ( Departemen Media ).....	39
3.14 UMKM .....	39
<b>BAB IV METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>41</b>
4.1. Teknik Identifikasi Masalah .....	41

4.1.1 Analisa UMKM Kebab Kibobs .....	41
4.1.2 Analisa Media Promosi.....	41
4.2 Teknik Pelaksanaan .....	41
4.2.1 Observasi .....	42
4.2.2 Wawancara.....	42
4.2.3 Diskusi .....	42
4.2.4 Konsultasi .....	43
4.2.5 Simulasi .....	44
4.3 Tahapan Kegiatan.....	44
4.3.1 Tahap Perencanaan .....	44
4.3.2 Pendampingan.....	44
4.3.3 Tahap Perencanaan .....	45
4.3.4 Tahap Persiapan.....	45
4.3.5 Tahap Pelaksanaan.....	46
4.4 Tahapan Kerja <i>Media Planner</i> .....	46
4.5 Teknik Komunikasi .....	47
4.6 Bentuk – Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Komunikasi .....	48
4.7 Tabel Perencanaan Unggah Konten .....	48
4.8 Kegiatan Bersama Mitra.....	50
4.9 Key Performance Indikator .....	51
4.10. Anggaran Kegiatan.....	52
4.11 Jadwal Kegiatan .....	52
<b>BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN .....</b>	<b>57</b>
5.1 Hasil Yang Dicapai .....	57
5.1.1 Teknik Komunikasi yang Dilakukan Selama Masa Pendampingan .....	58

5.1.2 Gambar Tahapan-Tahapan Kegiatan .....	62
5.1.3 Hasil Kegiatan Dan Partisipasi Peserta.....	70
5.1.4 Implementasi Karya .....	77
5.1.5 Pendapatan Keuntungan Selama Sebulan .....	92
5.1.6 Data Penjualan .....	92
5.2 Kendala dan Potensi Keberlanjutan.....	93
5.2.1 Kendala .....	93
5.2.2 Pontensi Keberlanjutan .....	94
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>95</b>
6.1 Kesimpulan.....	95
6.2 Saran .....	97
6.2.1 Saran Praktis .....	97
6.2.2 Saran Akademis .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>102</b>

  
 UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data UMKM Tahun 2017 - 2018.....	1
Tabel 3. 1 Praktisi Pelaku Usaha.....	19
Tabel 4. 1 Tahapan Kerja Media Planner.....	46
Tabel 4. 2 Perencanaan Unggah Konten.....	48
Tabel 4. 3 Anggaran Kegiatan.....	52
Tabel 4. 4 Jadwal Kegiatan.....	52
Tabel 5. 1 Sajian Variasi Konten Kebab Kibobs.....	72
Tabel 5. 2 Engagement Rates Pada Konten Kebab Kibobs.....	81
Tabel 5. 3 Konten Instagram Kebab Kibobs.....	83



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2022.....	3
Gambar 1. 2 Media Sosial Paling Banyak Digunakan Tahun 2022.....	3
Gambar 1. 3 Pengguna Instagram Tahun 2022.....	6
Gambar 1. 4 Media Sosial Instagram Kabobs.....	8
Gambar 2. 1 Offline Store Kebab Kibobs.....	10
Gambar 2. 2 Daftar Menu Kebab Kibobs.....	11
Gambar 2. 3 Packaging Produk Kebab Kibobs.....	12
Gambar 5. 1 Konten Sebelum Pendampingan.....	57
Gambar 5. 2 Konten Sesudah Pendampingan.....	57
Gambar 5. 3 Caption Promo Hari Besar.....	59
Gambar 5. 4 Insight Promo Hari Besar.....	59
Gambar 5. 5 Giveaway & Mini Quiz.....	60
Gambar 5. 6 Caption Konten Promosi Diskon.....	60
Gambar 5. 7 Insight Konten Promosi Diskon.....	61
Gambar 5. 8 Konten Instagram Kebab Kibobs.....	61
Gambar 5. 9 Konten Promo Ramadhan.....	70
Gambar 5. 10 Undangan Pemenang Quiz SKS.....	71
Gambar 5. 11 Pemenang Quiz SKS.....	71
Gambar 5. 12 Pemasangan Iklan Pada Instagram Kebab Kibobs.....	75
Gambar 5. 13 Ad Insight.....	75
Gambar 5. 14 Key Opinion Leader.....	76
Gambar 5. 15 Jadwal Konten.....	77
Gambar 5. 16 Pembuatan Caption Untuk Konten.....	78
Gambar 5. 17 Penggunaan Hashtag Pada Caption.....	78
Gambar 5. 18 Interaksi Komentar Dengan Audience.....	79
Gambar 5. 19 Grafik Penjualan Sesudah Pendampingan.....	93

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - CV Peneliti .....	102
Lampiran 2 - Anggaran Kegiatan.....	103
Lampiran 3 - Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas.....	103
Lampiran 4 - Surat Kesediaan Mitra .....	104
Lampiran 5 - Denah Lokasi.....	105
Lampiran 6 - Dokumentasi .....	105
Lampiran 7 – Lokasi Kegiatan.....	106
Lampiran 8 - Bukti Publikasi di Media Massa .....	107

