



**PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM
ANGKRINGAN OPPAH DALAM MEMBANGUN
CONTENT CREATIVE UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR PEDULI NEGRI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata(S-1)
Ilmu Komunikasi Program Studi Advertising & Marketing Communication.

Disusun oleh:

**FAJAR AKBAR PASYA
44318010031**

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



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Fajar Akbar Pasya

NIM : 4431801031

KONSENTRASI : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **PERENCAAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM ANGRINGAN OPPAH DALAM MEMBANGUN CONTENT CREATIVE UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS.** 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 sebagai mana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sajana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 17 Juni 2022
Yang membuat pernyataan,

(Fajar Akbar Pasya)

Pembimbing I

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

Pembimbing II

(Fauziyyah Sitanova, S.Ikom, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM
ANGKRINGAN OPPAH DALAM MEMBANGUN
CONTENT CREATIVE UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS.**

Nama : Fajar Akbar Pasya
NIM : 44318010031
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 17 Juni 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

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

(Fauziyah Sitanova, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran

(Eka Perwitasari, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si.)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul Skripsi : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM
ANGKRINGAN OPPAH DALAM MEMBANGUN CONTENT
CREATIVE UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS.**

Nama : Fajar Akbar Pasya

NIM : 44318010031

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta 13 Juli 2022

Mengetahui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

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



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul Skripsi : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM
ANGKRINGAN OPPAH DALAM MEMBANGUN CONTENT CREATIVE
UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS.**

Nama : Fajar Akbar Pasya

NIM : 44318010031

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 13 Juli 2022

Ketua Sidang

Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

()

Dosen Penguji Ahli

Andri Budiwidodo, M.Ikom

()

Dosen Pembimbing I

Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom

()

Dosen Pembimbing II

Fauziah Sitanova, S.Ikom, M.Ikom

()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN

Judul Skripsi : **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM
ANGKRINGAN OPPAH DALAM MEMBANGUN CONTENT
CREATIVE UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS.**

Nama : Fajar Akbar Pasya

NIM: 44318010031

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 13 Juli 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

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

Dosen Pembimbing II

(Fauziyah Sitanova, S.Ikom, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi
Advertising & Marcomm

(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

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, beserta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul: **PERENCANAAN DAN PENDAMPINGAN UMKM ANGKRINGAN OPPAH DALAM MEMBANGUN CONTENT CREATIVE UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS.**

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Jurusan *Advertising & Marketing Communication* pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

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 terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak **Riki Aswendi, S.Sos, M.Ikom** selaku pembimbing I dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberikan dukungan, tenaga, waktu pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.

2. Ibu **Fauziyah Sitanova, S.Ikom, M.Ikom** selaku pembimbing II dalam membuat laporan tugas akhir ini yang

sudah membimbing, memberikan dukungan, tenaga, waktu pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.

3. Saudara **Ahmad Sofiyan** selaku pemilik usaha “Angkringan” yang telah bersedia untuk bekerjasama dan memberikan banyak bantuan yang baik kepada penulis dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk laporan tugas akhir ini.
4. Bapak **Dr. Elly Yuliawati, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran.
5. Bapak **Farid Hamid Umarela, M.Si** selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan laporan tugas akhir.
6. Ibu **Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, MA** selaku Kepala Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
7. Kepada seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang studi *Advertising & Marketing Communication*, yang telah memberikan dukungan, tenaga, pikiran, waktu dan

pengajaran yang begitu baik selama penulis menyelesaikan laporan tugas akhir ini

8. Kedua orang tua serta keluarga yang telah memberikan materi, dukungan, semangat, serta doa yang tiada henti diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir.
9. Teman – teman digital advertising and marketing communication Angkatan 2018 yang telah memberikan semangat, dukungan, dan sudah menjadi teman baik selama masa perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah membantu penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per-satu.

Akhirnya, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak dan apabila tidak disebutkan penulis minta maaf, dengan besar harapan semoga Skripsi yang ditulis penulis dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umum bagi pembaca. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini semoga amal dan kebaikannya dibalas oleh Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, Aamiin.

Penulis menyadari dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata Sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis.

Sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Jakarta, Juni 2022

Fajar Akbar Pasya



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	6
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
-Manfaat Sosial	8
BAB II.....	9
GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	9
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM	9
2.2 Profil Usaha.....	14
2.3 Khalayak Sasaran.....	16
2.4 Peluang Usaha.....	18
BAB III	19
TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	19
3.1 Komunikasi Pemasaran	19
3.2 3I Bauran Pemasaran	19
3.2.1 Definisi Bauran Pemasaran	19
3.2.2 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	20
3.3 Branding.....	21

3.3.1	<i>Definisi Branding</i>	21
3.4	Promosi	22
3.4.1	Definisi Promosi	22
3.5	Brand Awareness	22
3.6	Digital Marketing	25
3.7	Media	26
3.7.1	Media Sosial	27
3.8.1.1	Karakteristik Media Sosial	28
3.7.2	Media Luar Ruang	30
3.8	Brand Equity	31
3.9	Creative Brief	32
3.10	Desain Komunikasi Visual	33
3.10.1	Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual	33
3.11	Fotografi	35
3.12	Content Marketing	36
4.1	Teknik Tata Cara Pelaksanaan	39
4.1.1	Obeservasi	39
4.1.2	Wawancara	40
4.1.3	Diskusi	41
1.1.1	Konsultasi	42
1.1.2	Simulasi	43
1.1.3	Praktek	44
1.2	Tahapan Kegiatan	45
4.2.1	Tahapan Perencanaan	46
4.2.2	Tahapan Persiapan	47
4.2.3	Tahapan Pendampingan	48
4.2.4	Teknik Pelaksanaan	49
4.3	Tahap Komunikasi	51
1.3	Tahapan Kegiatan	51
4.5	Anggaran	52
4.6	Timeline Kegiatan	53
5.1	Teknik Komunikasi	55
5.1.1	Persuasif Sebagai Teknik Komunikasi	55
5.2	Promosi Offline	55

5.2.1 Event Marcomm	55
5.3 Promosi Online	56
5.4 Gambaran tahap-tahap pelaksanaan	57
5.4.1 Packaging	57
5.4.2 Spanduk	59
5.4.2 Flayer	59
5.5.1 Banner Angkringan Oppah	60
5.5.2 Flayer Angkringan Oppah	61
5.5.3 Merchandise “Angkringan Oppah”	63
5.5.4 Media Sosial “Angkringan Oppah”	65
5.6 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Berkelanjutan	84
5.6.1 Analisis Kegiatan.....	84
5.6.1.1 Kegiatan Online.....	86
5.6.1.2 Kegiatan Offline	88
5.6.1.3 Kendala.....	89
5.6.1.4 Potensi Keberlanjutan.....	90
BAB VI	93
KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
6.1 Kesimpulan	93
6.2.1 Promosi Offline	93
6.1.2 Promosi Online.....	94
6.2 Saran.....	94
Lampiran 1 : Biodata (Dosen Pendamping dan Anggota).....	96
Lampiran 2 : Struktur Tim	97
Lampiran 3 : Surat pernyataan kesediaan kerjasama dari mitra.....	97
Lampiran 4 : Denah Lokasi Kegiatan	99
Lampiran 5 : Anggaran Kegiatan.....	100
Lampiran 6 : Desain Banner, Flyer	100
Lampiran 7 : Publikasi Media Massa.....	101
Lampiran 8 : CV Penulis	103
Lampiran 9 : Dokumentasi Kegiatan	103
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 “Produk Angkringan Oppah”	12
Gambar 2. 2 “Foto tempat usaha”	13
Gambar 2. 3 “Lokasi Usaha di Google”	13
Gambar 3. 1 “Referensi Konten Instagram”	35
Gambar 5. 1 Contoh Kuis di Instagram @angkringan.oppah Dokumentasi Pribadi 56	
Gambar 5. 2 Contoh giveaway di Instagram @angkringan.oppah Dokumentasi Pribadi 57	
Gambar 5. 3 Proses pembuatan banner @angkringan.oppah.....	60
Gambar 5. 4 Lokasi usaha “Angkringan Oppah” sesudah dipasang Banner Dokumentasi Pribadi.....	61
Gambar 5. 5 Proses pembuatan Flayer “Angkringan Oppah” Dokumentasi Pribadi 62	
Gambar 5. 6 Flayer “Angkringan Oppah” Dokumentasi Pribadi	63
Gambar 5. 7 Proses Pembuatan <i>Merchandise</i> “Angkringan Oppah” Dokumentasi Pribadi 63	
Gambar 5. 8 <i>Merchandise</i> “Angkringan Oppah” Dokumentasi Pribadi.....	64
Gambar 5. 9 Sosial Media “Angkringan Oppah” Sebelum Pendampingan....	65
Gambar 5. 10 Sosial Media “Angkringan Oppah” Setelah Pendampingan	66
Gambar 5. 11 Foto Produk “Angkringan Oppah” Dokumentasi Pribadi.....	67
Gambar 5. 12 Foto Perayaan Hari-Hari Besar “Angkringan Oppah” Dokumentasi Pribadi 68	
Gambar 5. 13 Foto Konten Games dan Kata Oppah “Angkringan Oppah” Dokumentasi Pribadi.....	68
Gambar 5. 14 Foto Konten Giveaway “Angkringan Oppah” Dokumentasi Pribadi 69	
Gambar 5. 15 Foto Konten Menu Makanan dan Minuman “Angkringan Oppah” Dokumentasi Pribadi.....	70
Gambar 5. 16 Data Omset Penjualan Sebelum Pendampingan	83
Gambar 5. 17 Data Omset Penjualan Setelah Pendampingan.....	84
Gambar 5. 18 Screenshot Instagram “Angkringan Oppah”	86
Gambar 5. 19 Screenshot Instagram “ Live Music	89
Gambar 5. 20 Screenshot Instagram	91
Gambar 5. 21 Screenshot Instagram	92

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Anggaran Kegiatan Pendampingan.....	51
Tabel 4.2 Jadwal Kegiatan Selama Pendampingan.....	53
Tabel 5.1 Tahap Pembuatan Packaging.....	56
Tabel 5.2 Tahap Pembuatan Spanduk.....	58
Tabel 5.3 Tahap Pembuatan Flyer	58
Tabel 5.4 Konten Feeds Instagram Angkringan Oppah.....	70

