



**PENGELOLAAN E-COMMERCE DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS UMKM SEVENDOR.ID**

**(Pengelolaan E-Commerce UMKM SEVENDOR.ID
Menggunakan Aplikasi Shopee)**

TUGAS AKHIR APLIKATIF

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Digital Communication

Disusun oleh:

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Leanera Yola Annisa

44518010014

**BIDANG STUDI DIGITAL COMMUNICATION
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Leanera Yola Annisa
NIM : 44518010014
Fakultas : Ilmu Komunikasi Bidang
Studi : Digital Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **PENGELOLAAN E-COMMERCE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS 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



(Leanera Yola Annisa)

Mengetahui,

Pembimbing I



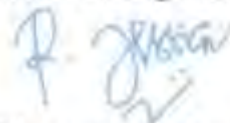
(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)

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 : Leanera Yola Annisa
NIM : 44518010014
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : **PENGELOLAAN E-COMMERCE DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* UMKM SEVENDOR.ID**

Jakarta, 30 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing I

(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)

Pembimbing II

(Sandy Permata, M.Ikom)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



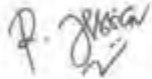
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR

Nama : Leanera Yola Annisa
NIM : 44518010014
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : **PENGELOLAAN E-COMMERCE DALAM MEMBANGUN *BRAND*
AWARENESS 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 : **PENGELOLAAN E-COMMERCE DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* UMKM SEVENDOR.ID**
Nama : Leanera Yola Annisa
NIM : 44518010014
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)

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

Ketua Bidang Studi
Digital Communication

(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliaty, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-nya, perancang dapat menyelesaikan tugas akhir aplikatif ini sesuai dengan harapan dan kemampuan perancang. Dimana dalam penyusunan aplikatif ini perancang mengangkat judul: **perencanaan pengelolaan e-commerce dalam membangun brand awarenes dalam UMKM Sevendor.id.** 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. Rekan tim aplikatif terimakasih berkat doa bersama, semangat dan perjuangan yang tidak sia-sia akhirnya kita bisa menyelesaikan ini dalam waktu yang tepat

Perancang telah berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan tugas akhir aplikatif ini. Perancang menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir 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, 24 Agustus 2022

Perancang

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BABI PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Perancangan.....	7
1.4 Alasan Pemilihan Judul.....	7
1.5 Manfaat Perancangan.....	8
1.5.1 Manfaat Akademis	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Komunikasi Digital.....	9
2.1.2 Media Baru	10
2.1.3 Digital Marketing	11
2.1.4 E – Commerce.....	13
2.1.5. Brand Awareness.....	14
2.1.6 Shopee.....	17
2.2 Referensi Karya	18
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	20
3.1 Tujuan Komunikasi.....	20

3.2.	Strategi Komunikasi.....	20
3.3	Analisa Spesifikasi Program.....	22
3.4	Konsep perancangan	25
3.4.1	Rencana Pra-produksi	25
3.4.2	Rencana Produksi.....	26
3.4.3	Rencana Pasca Produksi.....	29
BAB IV	ANALISIS PROSES	30
4.1	Profil Shopee Sevendor.id.....	30
4.2	Analisis Proses Produksi.....	31
4.3	Analisis Hasil Produksi	39
BAB V	PENUTUP.....	48
5.1	Kesimpulan	48
5.2	Saran.....	48
5.2.1	Saran Akademis.....	48
5.2.2	Saran Praktis	49
DAFTAR	PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	52



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna mobile user, internet	1
Gambar 1. 2 Analisis pengguna media sosial	2
Gambar 1. 3 Data pengguna e-commerce	6
Gambar 2. 1 Referensi Karya blacknwhite	19
Gambar 4. 1 Shopee Sevendor.id	30
Gambar 4. 2 Shopee Sevendor.id bulan April.....	32
Gambar 4. 3 Shopee Sevendor.id bulan Juni	33
Gambar 4. 4 Foto produk Sevendor.id	34
Gambar 4. 5 Shopee ADS	34
Gambar 4. 6 Penggunaan hastag Sevendor.id	35
Gambar 4. 7 Action	36
Gambar 4. 8 Testimoni Client	36
Gambar 4. 9 Iklan Produk	40
Gambar 4. 10 Shopee ADS	40
Gambar 4. 11 April 2022.....	41
Gambar 4. 12 Juni 2022	42
Gambar 4. 13 Pencapaian omset	42
Gambar 4. 14 Pernyataan pertama brand survei	44
Gambar 4. 15 Pernyataan kedua brand survey	44
Gambar 4. 16 Pernyataan ketiga brand survey	45
Gambar 4. 17 Pernyataan keempat brand survei.....	45
Gambar 4. 18 Pernyataan kelima brand survei	45
Gambar 4. 21 pernyataan keenam brand survei	46

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Piramida Kesadaran Merek.....	15
Tabel 3. 1 Tabel analisis SWOT	22
Tabel 3. 2 Tabel Schedule.....	26
Tabel 3. 3 Anggaran.....	26
Tabel 3. 4 Anggaran Dana	27

