

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
PADA INSTAGRAM UMKM IEKO RATU ECENG**



TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Digital

Disusun Oleh:

SHIFA AULIA PUTRI

44516010009

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2021

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shifa Aulia Putri

NIM : 44516010009

Konsentrasi : Digital Komunikasi

Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA INSTAGRAM
UMKM IEKO RATU ECENG**

Tugas Akhir Peduli Negeri ini murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir 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 sebagaimana mestinya.

Jakarta, 31 Maret 2021
Yang membuat pernyataan,



(Shifa Aulia Putri)

Mengetahui

Pembimbing I



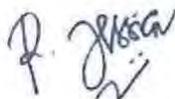
(Andri Budiwidodo, S.Si, M.I.Kom)

Pembimbing II



(Muthia Rahayu, S.Ikom, M.I.Kom)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



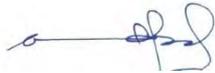
(Rika Jessica, M.Ikom)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI INSTAGRAM
UMKM IEKO RATU ECENG**
Nama : Shifa Aulia Putri
NIM : 44516010009
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 04 Juni 2021
Disetujui dan diterima oleh;

Pembimbing I



(Andri Budiwidodo, S.Si, M.I.Kom)

Pembimbing II



(Muthia Rahayu, S.Ikom, M.I.Kom)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

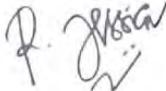
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI INSTAGRAM
UMKM IEKO RATU ECENG**
Nama : Shifa Aulia Putri
NIM : 44516010009
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 29 Juni 2021

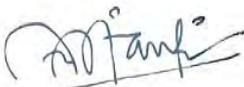
Ketua Sidang

Rika Yessika Rahma, M.Ikom

()

Penguji Ahli

Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom

()

Pembimbing I

Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom

()

Pembimbing II

Muthia Rahayu, S.Ikom, M.Ikom

()

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Judul : **STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI INSTAGRAM
UMKM IEKO RATU ECENG**
Nama : Shifa Aulia Putri
NIM : 44516010009
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 29 Juni 2021
Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I



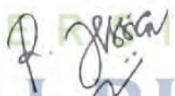
(Andri Budiwododo, S.Si, M.Ikom)

Dosen Pembimbing II



(Muthia Rahayu, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi Digital Communication



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Rika Yessika Rahma, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA INSTAGRAM UMKM IEKO RATU ECENG.**

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Jurusan *Digital 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 **Andri Budiwidodo, S.Si, 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 **Muthia Rahayu, S.Ikom, M.Ikom**, selaku pembimbing II dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, tenaga, waktu, pikiran, pengajaran serta keceriaan dalam menyelesaikan laporan tugas akhir Penulis.
3. Ibu **Rika Yessica Rahma, M.Ikom**, selaku Ketua Bidang Studi Digital Communication dan Ketua Penuji pada saat sidang dilaksanakan yang sudah memberikan dukungan dan bantuan kepada Tim Program TAPN.
4. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu **Dr. Elly Yuliawati, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. Ibu **Ieko Damayanti**, selaku *owner* dari UMKM Ieko Ratu Eceng yang telah bersedia untuk bekerjasama dan telah banyak membantu kepada penulis untuk memenuhi laporan tugas akhir ini.

7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi Digital Communication, yang telah memberikan pengajaran dan ilmu yang baik juga bermanfaat untuk penulis.
8. Kepada kedua orang tua tercinta dan adik yang memberikan kepercayaan dan dukungan penuh sedari awal perkuliahan hingga kini.
9. Kepada suami yang terkasih, Rizky Dimas Andrianusa yang memberikan dukungan penuh dan berkontribusi dalam penyelesaian tugas akhir ini.
10. Kepada kedua teman terbaik yaitu Tita Tri Oktaviani dan Siti Fatimah yang telah memberikan semangat dan menemani penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Dan turut berkontribusi dalam kegiatan TAPN, yang telah melalui berbagai suka dan duka bersama.
11. Kepada *support system* terbaik, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung dan Jeon Jungkook yang sudah menghibur penulis selama skripsi melalui karya-karyanya.
12. Seluruh teman-teman *Digital Communication* angkatan 2016-2017.

Proposal ini sudah kami susun dengan maksimal dan mendapat bantuan dari berbagai pihak sehingga bisa memperlancar pembuatan makalah ini. Untuk itu kami menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan makalah ini. Terlepas dari segala hal tersebut, penulis sadar sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karenanya kami dengan lapang dada menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar kami dapat memperbaiki proposal ini. Penulis berharap semoga proposal ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi untuk pembaca.

Jakarta, 1 April 2021



Shifa Aulia Putri

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	10
1.3 Tujuan.....	10
1.4 Target Luaran	11
1.5 Manfaat.....	11
BAB II.....	12
2.1 Demografis UMKM Ieko Ratu Eceng.....	12
2.2 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	17
2.3 Khalayak Sasaran	18
A. Mitra	18
B. Audience.....	21
C. Target Market	22
D. Segmentasi Demografi dalam menentukan khalayak sasaran.....	23
2.4 Permasalahan UMKM Ieko Ratu Eceng	23
BAB III.....	24
3.1 Kegiatan Terdahulu	24
3.2 Komunikasi.....	28

3.3	Komunikasi Digital	29
3.4	Komunikasi Pemasaran	29
3.5	Analisis SWOT.....	31
3.6	Konsep <i>New Media</i>	32
3.7	Media Sosial	33
3.7.1	Instagram.....	34
3.8	Media Digital.....	35
3.9	<i>Media Planning</i>	36
3.10	Konsep Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing Concept</i>)	36
3.11	Strategi Komunikasi Pemasaran Digital.....	37
3.11.1	<i>Integrated Marketing Communications (IMC)</i>	38
3.12	Strategi Pengelolaan Media Sosial	39
3.12.1	<i>Copywriting</i>	42
3.13	Pameran Virtual.....	43
3.14	UMKM	43
BAB IV	45
4.1	Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah.....	45
4.1.1	Observasi.....	45
4.1.2	Wawancara.....	46
4.1.3	Diskusi.....	47
4.1.4	Konsultasi.....	47
4.1.5	Simulasi.....	48
4.1.6	Pelatihan.....	48
4.1.7	Pendampingan.....	49
4.1.8	Perencanaan.....	49
4.1.9	Persiapan	51
4.1.10	Pelaksanaan.....	51
4.2	Teknik Atau Tata Cara Pelaksanaan.....	52
4.2.4	Berdasarkan Analisis SWOT	53
4.3	Teknik Komunikasi	55
4.4	Konsep Rancangan	55
4.5	Bentuk-bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	56
4.6	Anggaran Kegiatan.....	56

4.7	Jadwal Kegiatan.....	57
A.	Rancangan Kegiatan Pemaparan Materi melalui <i>Online/Daring</i>	57
B.	Rancangan Kegiatan <i>Upload</i>	57
C.	Jadwal Kegiatan Publikasi.....	58
D.	Jadwal Kegiatan Pendampingan UMKM.....	59
BAB V.....		63
5.1	Teknik Komunikasi	63
5.2	Gambar Tahap-Tahap Pelaksanaan	64
5.3	Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	66
5.3.1	Kegiatan <i>Mini Workshop</i>	66
5.3.2	Promosi <i>Offline</i>	69
5.3.3	Promosi <i>Online</i>	70
5.3.4	Mengaktifkan Fitur <i>Instagram Business</i>	74
5.3.5	Mengoptimalkan CTA (<i>Call-To-Action</i>).....	75
5.3.6	Membuat <i>Linktr.ee</i>	75
5.3.7	Promosi Iklan Digital di Instagram	76
5.3	Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan	76
5.3.1	Media Sosial Instagram.....	76
5.3.2	Analisis Hasil Pembahasan	97
5.3.3	Kendala	100
5.3.4	Potensi Keberlanjutan	100
BAB VI.....		103
6.1	Kesimpulan.....	103
6.1.1	Media Cetak (<i>offline</i>)	103
6.1.2	Media Sosial (<i>online</i>).....	103
6.2	Saran.....	104
A.	UMKM Ieko Ratu Eceng.....	104
B.	Universitas Mercu Buana	105
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN.....		109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis SWOT	47
Tabel 1.2 Jadwal Publikasi Konten Di Instagram.	52
Tabel 1.3 Rencana Publikasi Luaran.	55
Tabel 1.4 Gambar Tahap-Tahap Pelaksanaan.	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Observasi UMKM Ieko Ratu Eceng	11
Gambar 2.2 Rawa Situ Cipondoh.....	12
Gambar 2.3 Proses Pengeringan Batang Eceng Gondok	13
Gambar 2.4 Proses Anyaman Eceng Gondok	13
Gambar 2.5 Produk Anyaman Eceng Gondok Setengah Jadi.....	14
Gambar 2.6 Proses Pemasangan Aksesoris dan Penjahitan Kain Pelapis.....	14
Gambar 2.7 Produk Yang Sudah Diplitur dan Siap jual	15
Gambar 2.8 Instagram @ieko_ratueceng Sebelum Dikelola Tim.....	18
Gambar 2.9 Tampilan <i>Feeds</i> Instagram @ieko_ratueceng Sebelum Dikelola Tim.....	19
Gambar 5.6 Kegiatan <i>Mini Workshop</i>	60
Gambar 5.7 Pemaparan Materi Konten Kreatif	61
Gambar 5.8 Praktik Langsung Pembuatan Konten Oleh <i>Owner</i>	62
Gambar 5.9 Hasil Konten <i>Feeds</i> Yang Telah Berhasil Dibuat Oleh Mitra.....	63
Gambar 5.10 Contoh Games Hiburan di Instagram @ieko_ratueceng.....	65
Gambar 5.11 Video Proses Produksi di Instagram @ieko_ratueceng	65
Gambar 5.12 Promo Gratis Ongkir di Instagram @ieko_ratueceng.....	65
Gambar 5.13 Mengadakan Giveaway di Instagram @ieko_ratueceng.....	65
Gambar 5.25 <i>Screenshot</i> Akun Instagram Ieko Ratu Eceng.....	72
Gambar 5.26 Hasil <i>Content</i> Di Instagram Ieko Ratu Eceng	73
Gambar 5.27 Desain <i>Highlight Story</i> Instagram Ieko Ratu Eceng (Setelah Dikelola Oleh Tim).....	101
Gambar 5.28 <i>Screenshot</i> Akun Instagram Ieko Ratu Eceng (Sebelum Dikelola Oleh Tim).....	120
Gambar 5.29 <i>Screenshot</i> Akun Instagram Ieko Ratu Eceng (Setelah Dikelola Oleh Tim).....	120
Gambar 5.30 Data Penjualan.....	122

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata (Ketua, dan Anggota)	117
Lampiran 2 Anggaran Kegiatan	118
Lampiran 3 Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas	119
Lampiran 4 <i>Curriculum Vitae</i>	122
Lampiran 5 Surat Pernyataan Kesiediaan Mitra.....	123
Lampiran 6 Denah Detail Lokasi Kegiatan.....	124
Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan	125
Lampiran 8 Bahan Presentasi (Bahan Komunikasi)	127
Lampiran 9 Evaluasi Kegiatan	120
Lampiran 10 Bukti Publikasi di Media Masa.....	135



UNIVERSITAS
MERCU BUANA