



**PERANCANGAN MEDIA PLANING INSTAGRAM @KEDAI
ENAKSEMUA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Stara-1 (S-1)
Ilmu Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:
Ikhsan Miftahuddin
44318010026

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ikhsan Miftahuddin
NIM : 44318010026
Program Studi : Marketing Comunication
Judul Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri : “ Perancangan Media
Planning Instagram @KedaiEnakSemua Untuk Meningkatkan Brand
Awareness”

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 27 Januari 2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Ikhsan Miftahuddin)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Ikhsan Miftahuddin
NIM : 44318010026
Program Studi : Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : “ Perancangan Media
Planning Instagram @KedaiEnakSemua Untuk Meningkatkan Brand
Awareness”

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi. Ilmu Komunikasi., Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Pembimbing 1 : Dudi Hartono, M.I.Kom
NIDN 0320037307
Pembimbing 2 : Sandy Permata, S.Sos.M.I.Kom
NIDN 0323128306
Ketua Penguji : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed
NIDN 0316088201
Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom
NIDN 0316129201



UNIVERSITAS

Disahkan oleh:

MERCU BUANA

Menyetujui Ketua Bidang Studi periklanan dan komunikasi pemasaran



Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

Jakarta, 27 Januari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Elly Yuliatwati, M Si

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarela, M Si

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, dan karunianya yang tiada ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir peduli negeri ini.

Dengan laporan tugas akhir ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communication.

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 terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dudi Hartono, M.I.Kom 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 Sandy Permata, S.Sos.M.I.Kom selaku pembimbing II dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.
3. Mas alfar sebagai pemilik usaha “kedai Enakksemua” yang telah bersedia bekerjasama dan memberikan banyak bantuan kepada penulis dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk laporan tugas akhir.
4. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran.
5. 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.
6. 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 penulis menyelesaikan tugas akhir.

7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi Advertising and Marketing Communication yang telah memberikan dukungan, tenaga, pikiran, waktu, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir. Ucapan terima kasih yang berlimpah tentunya penulis sampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala doa dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu segala kritikan dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Terima kasih atas bantuan dari semua pihak, semoga Allah memberikan berkah-Nya.



Jakarta, 27 Januari 2023

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ikhsan Miftahuddin
NIM : 44318010026
Program Studi : Marketing Comunication
Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi : “ Perancangan Media Planning Instagram @KedaiEnakSemua Untuk Meningkatkan Brand Awareness”

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta 27 Januari 2023
Yang menyatakan,
UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Ikhsan Miftahuddin)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 PERMASALAHAN.....	9
1.3 TUJUAN.....	9
1.4 MANFAAT.....	10
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	11
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	11
2.2 Profil usaha	14
2.3 Sumber daya dan bahan baku.....	14
2.4 Khalayak Sasaran.....	16
2.5 Peluang Usaha.....	17
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERENCANAAN	19
3.1 Pendampingan Terdahulu dan Praktisi	19
3.2 Digital Marketing.....	20
3.3 Media Planning	22
3.4 Media Komunikasi.....	23
3.5 Media Luar Ruang	24
3.6 Sosial Media.....	24

3.6.1 Instagram	25
3.7. Brand Awareness	26
3.7.1 Sosial Media.....	27
3.7.2 Instagram	29
3.8 Engagement pada Media Sosial	30
3.9 Branding dalam Media Sosial	31
3.9.1 Media Sosial Instagram Sebagai Branding	32
3.10 PendampinganTerdahulu dan Praktisi Pendampingan Terdahulu	32
BAB IV METODE PELAKSANAAN.....	34
4.1 Teknik Atau Tatacara Pelaksanaan	34
4.1.1 Observasi.....	34
4.1.2 Wawancara	35
4.1.3 Diskusi.....	36
4.1.4 Konsultasi.....	37
4.1.5 Simulasi.....	38
4.2 Membuat Creative Brief	39
4.2.1 Big Idea	39
4.2.2 Strategi Media	39
4.2.3 Tahapan Kegiatan.....	41
4.3 Tahap kerja media planer.....	43
4.3.1 Perencanaan	43
4.3.2 Persiapan	45
4.3.3 Pelaksanaan.....	45
4.4 Teknik Komunikasi.....	46
4.5 Bentuk Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan	47
4.6 Indikator Keberhasilan	48
4.7 Anggaran	49
4.8 Jadwal Kegiatan Pendampingan	50
4.9 Jawal Postingan	52

BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN ...	53
5.1 Hasil Yang Dicapai	53
5.1.1 Teknik Komunikasi Yang Dilakukan Selama Masa Pendampingan	55
5.1.2 Promosi Online	55
5.2 Gambar Tahap-Tahapan Kegiatan	60
5.2.1 Tahapan Re-Branding	60
5.2.3 Tahapan Konten Media Sosial	61
5.2.4 Menyajikan Konten Media Sosial	61
5.2.5 Membuat Konten di Media Sosial	63
5.3 Implementasi Karya	65
5.3.1 Big Idea	65
5.3.2 Laporan Media Sosial	65
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan	66
5.5 HASIL INSIGHT AKUN INSTAGRAM	69
5.6 Membuat Caption Yang Menarik	76
5.7 Hasil Unggahan di Media Sosial	77
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
6.1 Kesimpulan	78
6.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis Swot	6
Tabel 2.4 Analisis Swot	17
Tabel 3.10 Pendampingan Terdahulu dan Praktisi Pendampingan Terdahulu ..	32
Tabel 4.1 Wawancara.....	35
Tabel 4.2 Creative brief.....	41
Tabel 4.3 Tahapan Kegiatan	43
Tabel 4.4 Tahap kerja media planer	46
Tabel 4.5 Media Planning	47
Tabel 4.6 Indikator Keberhasilan	48
Tabel 4.7 Anggaran	49
Tabel 4.8 Jadwal Kegiatan Pendampingan	49
Tabel 4.9 Jadwal Postingan	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 presentase penggunaan media sosial	3
Gambar 2.1 Foto Produk Dokumentasi Pribadi	12
Gambar 4.1 dokumentasi pribadi lokasi usaha)	34
Gambar 4.3.1 Sosial Media Instagram @KedaiEnakSemua	44
Gambar 5.1 Sebelum dan Sesudah Pendampingan	54
Gambar 5.2 Caption Hari Raya 17 Agustus	56
Gambar 5.3 Konten Ucapan Idul Fitri	57
Gambar 5.4 Pembuatan Konten Video Reels Keperluan Aktivitas Promosi	58
Gambar 5.5 Konten Pembuatan Atau Review Proses Pembuatan	59
Gambar 5.2.5 Membuat Konten di Media Sosial	63
Gambar 5.2.5 Mambuat Konten di Media Sosial	64
Gambar 5.6 Membuat Caption Yang Menarik	76

