



**PENDAMPINGAN PENGELOLAAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
MELALUI BRANDING DAN PROMOSI PADA UMKM RUMAH MAKAN
BUMBU NDESO**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

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

Disusun oleh :

Robertus Bellarminus M Chandra Irawan

44318010033

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Robertus Bellarminus Mandy Chandra Irawan
NIM : 44318010033
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul **PENDAMPINGAN PENGELOLAAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI BRANDING DAN PROMOSI PADA UMKM RUMAH MAKAN BUMBU NDESO** adalah 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 ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan plagiatism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri dari awal.

Jakarta, 31 Desember 2022
Yang membuat pernyataan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Robertus Bellarminus Mandy Chandra Irawan)

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

(Dr. Ira Purwitasari, M.Ikom)

Dosen Pembimbing II

(Yani Pratomo, M.Si)

Ketua Bidang Studi
Advertising & Marcomm

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Robertus Bellarminus Mandy Chandra Irawan
NIM : 44318010033
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : PENDAMPINGAN PENGELOLAAN STRATEGI KOMUNIKASI
PEMASARAN MELALUI BRANDING DAN PROMOSI PADA
UMKM RUMAH MAKAN BUMBU NDESO

Jakarta, 31 Desember 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Dr. Ira Purwitasari, M.Ikom)


(Yani Pratomo, M.Si)



LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR


Nama : Robertus Bellarminus Mandy Chandra Irawan
NIM : 44318010033
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : PENDAMPINGAN PENGELOLAAN STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI BRANDING DAN
PROMOSI PADA UMKM RUMAH MAKAN BUMBU NDES0

Jakarta, 31 Desember 2022

Ketua Sidang : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed (.....)

Penguji Ahli : Engga Probi Endri, M.A. (.....)

Dosen Pembimbing I : Dr. Ira Purwitasari, M.Ikom (.....)

Dosen Pembimbing II : Yani Pratomo, M.Si (.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : PENDAMPINGAN PENGELOLAAN STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI BRANDING DAN
PROMOSI PADA UMKM RUMAH MAKAN BUMBU NDES0

Nama : Robertus Bellarminus Mandy Chandra Irawan

NIM : 44318010033

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 31 Desember 2022

Disetujui dan diterima oleh :

Dosen Pembimbing I



(Dr. Ira Purwitasari, M.Ikom)

Dosen Pembimbing II



(Yani Pratomo, M.Si)

Ketua Bidang Studi Periklanan dan
Komunikasi Pemasaran



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi Pemasaran



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri yang berjudul “Pendampingan Pengelolaan Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Branding dan Promosi Pada UMKM Rumah Makan Bumbu Ndeso”. Tujuan penyusunan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 (S-1).

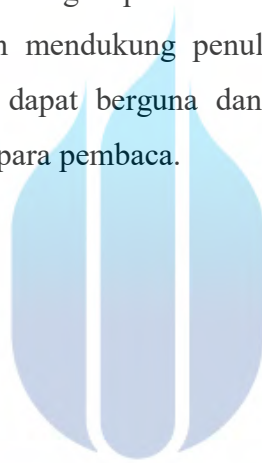
Saya menyadari banyaknya kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini akibat keterbatasan yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu dalam proses penyelesaian penulisan Tugas Akhir Peduli Negeri ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Kuasa yang senantiasa setia memberikan berkat dan rahmat bimbingan, kesehatan, serta kelancaran kepada penulis selama proses menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
2. Seluruh keluarga penulis, baik orang tua, kakak, dan tante yang selalu mendukung, memberikan semangat serta mendoakan penulis selama pengerjaan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
3. Ibu Dr. Ira Purwitasari, M.Ikom selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan waktu, tenaga, serta pikiran dalam membimbing dan memberikan masukan kepada penulis selama penulisan Tugas Akhir Peduli Negeri.
4. Bapak Yani Pratomo, M.Si selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar membimbing dan memberikan masukan dalam penulisan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
5. Bapak Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M.Med.Kom selaku dosen pembimbing akademik penulis yang sudah membimbing penulis selama masa perkuliahan.
6. Ibu Eka Purwitasari Fauzi, M.Ed selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Fakultas Ilmu

Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

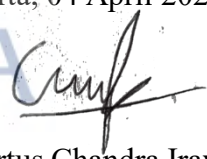
7. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membimbing dan memberikan pengetahuan kepada penulis selama penulis menempuh masa perkuliahan.
8. Bapak Damar Hadi Wibowo sebagai mitra/ pemilik R.M. Bumbu Ndeso yang dengan suka rela, terbuka, dan penuh kesabaran dalam bekerja sama bersama penulis untuk mewujudkan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis selama ini. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat berguna dan dapat memberikan sebuah inspirasi dan manfaat bagi para pembaca.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 04 April 2022


Robertus Chandra Irawan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGEASAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR DIAGRAM	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	7
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	8
1.4.1 Manfaat akademis	8
1.4.2 Manfaat praktis.....	8
1.4.3 Manfaat sosial	9
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAR SASARAN.....	10
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	10
2.2 Profil Mitra.....	12
2.3 Varian Usaha.....	13
2.4 Karyawan dan Bahan Baku.....	14

2.5	Khalayak Sasaran	15
2.5.1	Mitra.....	15
2.5.2	Audiens	16
2.6	Peluang Usaha	17
2.7	Strategi Komunikasi Pemasaran.....	17
2.8	Hasil Kesepakatan dengan Mitra.....	18
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP		21
3.1	Komunikasi	21
3.1.1	Komunikasi Pemasaran	21
3.1.2	Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	23
3.2	Bauran Komunikasi Pemasaran.....	24
3.2.1	Definisi Bauran Komunikasi Pemasaran.....	24
3.2.2	Elemen Bauran Komunikasi Pemasaran	25
3.3	Branding	26
3.3.1	Definisi Branding	26
3.3.2	Strategi Branding	27
3.4	Promosi	29
3.4.1	Tujuan Promosi	30
3.4.2	Fungsi promosi.....	31
3.5	Digital Marketing	32
3.6	Media.....	34
3.6.1	Media Sosial.....	34
3.6.2	Jenis-Jenis Media Sosial.....	35
3.6.3	Instagram.....	36
3.6.4	Facebook	40
3.6.5	Marketplace.....	43
3.7	UMKM.....	44

3.7.1 Definisi UMKM	44
3.7.2 Karakteristik UMKM	45
3.8 Strategic Planner.....	46
3.9 Konsep Perencanaan Pendampingan.....	49
3.9.1 Creative Brief.....	52
3.9.2 Perencanaan Strategi	54
BAB IV METODE PELAKSANAAN.....	56
4.1 Teknik Atau Tata Cara Pelaksanaan	56
4.1.1 Wawancara.....	55
4.1.2 Diskusi.....	56
4.1.3 Konsultasi.....	56
4.1.4 Simulasi.....	57
4.2 Tahapan Kegiatan.....	57
4.2.1 Pelatihan.....	57
4.2.2 Pendampingan.....	58
4.2.3 Perencanaan.....	58
4.2.4 Persiapan	58
4.2.5 Pelaksanaan.....	59
4.2.6 Evaluasi.....	59
4.3 Teknik Komunikasi.....	59
4.4 Bentuk-Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	60
4.4.1 Perencanaan Strategi	61
4.4.2 Produksi.....	61
4.5 Anggaran Strategi.....	61
4.6 Jadwal Kegiatan	62
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....	66
5.1 Teknik Komunikasi dalam Branding dan Promosi yang Dilaksanakan.....	66

5.1.1 Kegiatan Offline.....	66
5.1.1.1 Melakukan branding.....	66
5.1.1.2 Mencetak stiker	66
5.1.1.3 Mendesign ulang dan mencetak banner promo dalam dan luar	66
5.1.1.4 Membuat bentuk packaging baru.	66
5.1.1.5 Pemberian diskon khusus bagi para pengemudi ojek online.....	66
5.2 Kegiatan Online	66
5.2.1 Pendaftaran lokasi UMKM R.M. Bumbu Ndeso di <i>Google Maps</i>	67
5.2.2 Membuat akun media sosial Instagram	67
5.2.3 Membuat akun media sosial Facebook.....	67
5.2.4 Memperluas Marketplace.....	67
5.3 Gambaran Tahapan-Tahapan Pelaksanaan.....	68
5.3.1 Design logo	68
5.3.2 Mencetak stiker	68
5.3.3 Mencetak banner promo.....	69
5.3.4 Redesign packaging produk	69
5.3.5 Diskon bagi pengemudi ojek online.....	70
5.3.6 Pendaftaran Lokasi UMKM di <i>Google Maps</i>	70
5.3.7 Membuat akun Instagram.....	70
5.3.8 Membuat akun Facebook	71
5.3.9 Membuat marketplace.....	71
5.4 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	71
5.4.1 Design logo	71
5.4.2 Mencetak stiker	73
5.4.3 Mencetak banner promo.....	73
5.4.4 Redesign packaging produk	74
5.4.5 Pemberian diskon khusus bagi pengemudi ojek online	75

5.4.6 Pendaftaran lokasi R.M. Bumbu Ndeso di Google Maps	75
5.4.7 Membuat akun media sosial Instagram.....	76
5.4.8 Membuat akun media social Facebook	76
5.4.9 Memperluas Marketplace.....	77
5.5 Pendapatan Perminggu dan Perbulan Sebelum dan Selama Pendampingan	78
5.6 Data Penjualan	79
5.7 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan.....	80
5.7.1 Analisis Kegiatan	80
5.7.2 Kendala	81
5.6.3. Potensi Keberlanjutan	82
BAB VI PENUTUP	84
6.1. Kesimpulan	84
6.2 Saran.....	84
6.2.1 UMKM Rumah Makan Bumbu Ndeso	84
6.2.2 Universitas Mercu Buana.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Chart jumlah UMKM	1
Gambar 2.1 Tempat UMKM	10
Gambar 2.2 Lokasi tempat berjualan.....	11
Gambar 2.3 Varian menu	13
Gambar 2.4 Proses pengemasan produk.....	14
Gambar 5.1 Design logo sebelumnya.....	71
Gambar 5.2 Logo yang disepakati.....	73
Gambar 5.3 Stiker	73
Gambar 5.4 Banner promo dalam ruangan	74
Gambar 5.5 Banner promo luar ruangan	74
Gambar 5.6 Packaging	75
Gambar 5.7 Pengemudi ojek online menunggu pesanan	75
Gambar 5.8 Lokasi UMKM pada <i>Google Maps</i>	76
Gambar 5.9 Akun Instagram	76
Gambar 5.10 Akun Face Book.....	77
Gambar 5.11 Marketplace	78
Gambar 5.12 Penutupan Marketplace Traveloka Eat.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Perencanaan strategic planner.....	49
Tabel 3.2 Creative brief.....	54
Tabel 4.1 Anggaran.....	62
Tabel 4.2 Jadwal kegiatan.....	64



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 5.1 Perbandingan hasil penjualan sebelum dan sesudah pendampingan.....79

