



**PENDAMPINGAN DALAM MEMBUAT *CREATIVE CONTENT*
PROMOTION “NASIKULITBROTHERS.ID” DALAM MEMBANGUN
*BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
(S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Advertising dan Marketing Communication

Disusun Oleh :

Ekowahyu Oktavian

UNIVERSITAS

44317010050

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eko Wahyu Oktavian
NIM : 44317010050
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **PENDAMPINGAN DALAM MEMBUAT *CREATIVE CONTENT PROMOTION* “NASIKULITBROTHERS.ID” DALAM MEMBANGUN *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 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, 1 Desember 2021

Yang membuat pernyataan,



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Eko Wahyu Oktavian)

Pembimbing I



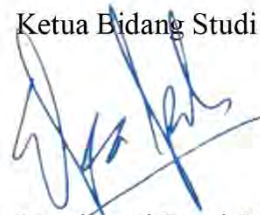
(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

Mengetahui,
Pembimbing II



(Dudi Hartono, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas II Fakultas Ilmu
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Eko Wahyu Oktavian
NIM : 44317010050
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : **PENDAMPINGAN DALAM MEMBUAT *CREATIVE CONTENT*
PROMOTION “NASIKULITBROTHERS.ID” DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

Jakarta, 1 Desember 2021

Mengetahui,

Pembimbing

(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

Pembimbing

(Dudi Hartono, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Eko Wahyu Oktavian
NIM : 44317010050
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : **PENDAMPINGAN DALAM MEMBUAT *CREATIVE CONTENT PROMOTION* “NASIKULITBROTHERS.ID” DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

Jakarta, 25 Desember 2021

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

Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom (.....)

Pembimbing I : Dewi Sad Tanti, M.Ikom (.....)

Pembimbing II : Dudi Hartono, M.Ikom (.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR


Judul : **PENDAMPINGAN DALAM MEMBUAT *CREATIVE CONTENT PROMOTION* “NASIKULITBROTHERS.ID” DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

Nama : Eko Wahyu Oktavian
NIM : 44317010050
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 25 Desember 2021


Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I



(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

Pembimbing II



(Dudi Hartono, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing



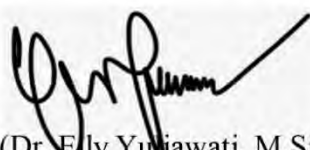
(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Ely Yulhawati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT senantiasa saya ucapkan atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan kepada kita semua, sehingga Skripsi Tugas Akhir Aplikatif yang berjudul **“PENDAMPINGAN DALAM MEMBUAT *CREATIVE CONTENT PROMOTION* “NASIKULITBROTHERS.ID” DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*”**

Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan tugas akhir bagi Mahasiswa/I fakultas ilmu komunikasi jurusan Marketing Communication & Advertising Universitas Mercu Buana Jakarta untuk mencapai gelar sarjana (S1).

Dalam penyusunan skripsi ini, saya mengucapkan terima kasih dan menyampaikan penghargaan sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah banyak membimbing serta membantu saya, baik yang bersifat moral maupun materil. Dengan demikian pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ibu Dewi Sad Tanti, M. Ikom., selaku dosen pembimbing I yang telah sabar dan banyak sekali membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dudi Hartono, M.Ikom., selaku dosen pembimbing II yang telah sabar dan banyak sekali membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kedua Orangtua serta keluarga saya yang telah mendukung hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom., selaku Ketua Program Studi *Advertising & Marketing Communication* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Mas Reza Destrian., selaku owner Nasikulitbrothers.id yang telah memberikan kesempatan dan bantuannya selama pendampingan.
6. Aditya Noer Alfarisie dan Galih Widyanto, selaku rekan tim Tugas Akhir Peduli Negeri yang telah berjuang bersama. Terima kasih atas kerjasama selama proses pendampingan ini.
7. Teman-teman Marcomm yang selalu memberikan dukungan serta motivasinya.

Tangerang, 15 Oktober 2021



Eko Wahyu Oktavian

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR | ii |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR..... | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Pemasalahan..... | 5 |
| 1.3 Tujuan..... | 5 |
| 1.4 Manfaat..... | 5 |
| 1.4.1 Manfaat Sosial..... | 5 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 5 |
| BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN..... | 7 |
| 2.1 Sasaran Kegiatan UMKM..... | 7 |
| 2.2 Profil Usaha..... | 8 |
| 2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku..... | 9 |
| 2.4 Khalayak Sasaran..... | 9 |
| 2.5 Peluang Usaha..... | 10 |
| 2.6 Merancang Strategi Kreatif..... | 10 |
| 2.7 <i>Big Idea</i> | 10 |
| 2.8 Konsep Rancangan..... | 11 |
| 2.9 Pendekatan Visual..... | 11 |
| 2.9.1 Konsep logo “NasikulitBrothers.id”..... | 11 |
| 2.9.2 Konsep <i>Packaging</i> “Nasikulitbrothers.id”..... | 12 |
| 2.10 Hasil Kesepakatan..... | 12 |
| 2.11 <i>Creative Brief</i> | 13 |
| 2.12 Time Plan (Kalender Kegiatan)..... | 14 |

| | |
|--|----|
| BAB III KAJIAN TEORI DAN KONSEP | 15 |
| 3.1 Komunikasi Pemasaran..... | 15 |
| 3.1.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran | 18 |
| 3.1.2 Baruan Komunikasi Pemasaran | 18 |
| 3.2 Strategi <i>Creative</i> | 20 |
| 3.3 <i>Brand Equity</i> | 21 |
| 3.4 Referensi Karya | 22 |
| 3.5 <i>Copywriting</i> | 23 |
| 3.5.1 <i>Copywriter</i> | 23 |
| 3.5.2 Gaya Sayaan Advertising..... | 24 |
| 3.5.3 Pesan Kreatif..... | 24 |
| 3.5.4 Perencanaan Pesan | 25 |
| 3.6 Tujuan Pesan..... | 25 |
| 3.7 <i>Art Directing</i> | 26 |
| 3.8 Komunikasi Visual..... | 27 |
| 3.9 Desain Visual | 28 |
| 3.9.1 Elemen-Elemen Visual | 29 |
| 3.10 <i>Brand</i> | 29 |
| 3.10.1 Manfaat <i>Brand</i> | 30 |
| 3.10.2 <i>Branding</i> | 31 |
| 3.11 <i>Brand Awareness</i> | 31 |
| 3.12 UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) | 32 |
| BAB IV METODE PELAKSANAAN | 34 |
| 4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan | 34 |
| 4.1.1 Wawancara Mendalam..... | 34 |
| 4.2 Pelatihan..... | 34 |
| 4.3 Pendampingan..... | 35 |
| 4.4 Tahapan Kegiatan | 36 |
| 4.4.1 Perencanaan | 36 |
| 4.4.2 Persiapan | 37 |
| BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN | 38 |
| 5.1 Teknik Komunikasi..... | 38 |
| 5.1.1 Promosi <i>Offline</i> | 38 |
| 5.1.2 Promosi <i>Online</i> | 40 |

| | |
|---|----|
| 5.2 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Kerja | 50 |
| 5.2.1 <i>Creative Banner</i> NasiKulitBrothers.id..... | 50 |
| 5.2.2 <i>Creative Packaging</i> | 51 |
| 5.2.3 <i>Creative Content</i> Instagram NasiKulitBrothers.id..... | 52 |
| 5.3 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan | 75 |
| 5.3.1 Analisis Kegiatan | 75 |
| 5.3.2 Kendala | 76 |
| 5.3.3 Desain Sebelum dan Sesudah Pendampingan..... | 76 |
| 5.3.4 Potensi Keberlanjutan | 77 |
| BAB VI PENUTUP | 80 |
| 6.1 Kesimpulan | 80 |
| 6.2 Saran | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA | 82 |
| LAMPIRAN..... | 84 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 <i>Creative Brief</i> | 13 |
| Tabel 5.1 Akun <i>Influencer</i> & Konten Promosi..... | 42 |
| Tabel 5.2 Instastory @NasiKulitbrothers.id | 62 |
| Table 5.3 Isi Highlight pada profil NasiKulitbrothers.id | 67 |
| Table 5.4 Perbandingan Desain | 76 |
| Tabel 5.5 Pra dan Pasca Pendampingan..... | 79 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Profile Instagram, Menu, Nasi Kulit Brothers, Foto Produk | 8 |
| Gambar 2.2 Logo “Nasikulitbrothers.id” | 11 |
| Gambar 2.3 Konsep Packaging Nasikulitbrothers | 12 |
| Gambar 3.1 Skema Komunikasi Pemasaran | 17 |
| Gambar 3.2 Social Media Sadazzz.id | 22 |
| Gambar 5.1 Banner | 38 |
| Gambar 5.2 <i>Packaging</i> | 39 |
| Gambar 5.3 Grand Opening | 40 |
| Gambar 5.4 Post <i>Giveaway</i> | 41 |
| Gambar 5.5 Feeds Instagram Nasikulitbrothers.id | 50 |
| Gambar 5.6 Desain <i>Banner</i> | 51 |
| Gambar 5.7 Desain <i>Packaging</i> | 51 |
| Gambar 5.8 Konten-Konten Feeds Instagram | 61 |
| Gambar 5.9 Template Instagram Story & Feeds..... | 78 |

UNIVERSITAS
MERCU BUANA