



**PENDAMPINGAN PERENCANAAN DAN PEMASARAN
DIGITAL UMKM ROPANG BANG UBAY DI INSTAGRAM
UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS DAN PENJUALAN
(Periode Mei - Desember 2022)**

LAPORAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI



Disusun Oleh:

Fajar Dwi Aprianto

44519010009

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Fajar Dwi Aprianto
NIM	: 44519010009
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Pendampingan Perencanaan Dan Pemasaran Digital UMKM Ropang Bang Ubay Di Instagram Untuk Meningkatkan Awareness Dan Penjualan

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi 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 Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Agustus 2023



Fajar Dwi Aprianto

HALAMAN PENGESAHAN

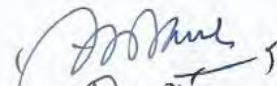



Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fajar Dwi Aprianto
NIM : 44519010009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Perencanaan Dan Pemasaran Digital UMKM Ropang Bang Ubay Di Instagram Untuk Meningkatkan Awareness Dan Penjualan

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

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si
NIDN : 0726067701
Pembimbing 2 : Rika Yessica Rahma, M.Ikom
NIDN : 0314057804
Ketua Penguji : Dr. Ira Purwitasari, M.Ikom
NIDN : 0302066903
Penguji Ahli : Siti Muslichatul, M.Ikom
NIDN : 8870701019

()
()
()
()

Jakarta, 23 Agustus 2023

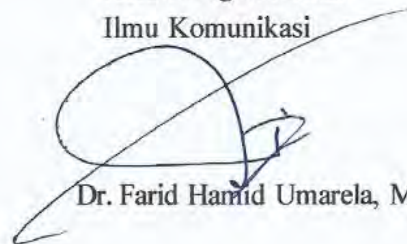
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarela, M Si

KATA PENGANTAR

Segala puji serta rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Rahmat ridho -nya sehingga Pengabdian dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri yang berjudul "pendampingan perencanaan dan pemasaran digital UMKM Ropang Bang Ubay di Instagram untuk meningkatkan *awareness* dan penjualan" Pengabdian mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada, yang saya hormati:

1. Ibu Dewi Sad Tanti M.Ikom dan Ibu Rika Jessica Rahma M.Ikom selaku dosen pembimbing dalam menjalankan Tugas Akhir Peduli Negeri yang selalu membimbing, memotivasi, dan mengarahkan serta meluangkan waktu dan tenaga dalam menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri.
2. Saya ucapkan terima kasih kepada Baidillah Ubay selaku pemilik UMKM Ropang Bang Ubay yang telah bersedia bekerjasama berbagai ilmu dan pengalaman untuk melaksanakan Tugas Akhir Peduli Negeri.
3. Kedua Orang Tua, Bapak Keri Trianto, Ibu Sri Dadiningsih, Keluarga serta teman yang memberikan dukungan, motivasi dan doa.
4. Saya ucapkan terima kasih kepada Ilyas Mahfudi sebagai partner dan juga mengajak dalam Tugas Akhir Peduli Negeri.
5. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.
7. Bapak Kurniawan Prasetyo M.Ikom selaku selaku Sekprodi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.
8. Seluruh dosen dan staf Universitas Mercu Buana yang memberikan ilmu selama perkuliahan.

Dengan akhir kata pengabdian mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam menjalankan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri serta

dengan adanya Tugas Akhir Peduli Negeri pengabdian berharap laporan Tugas Akhir Peduli Negeri dapat bermanfaat dan menjadi referensi dalam melaksanakan program Tugas Akhir Peduli Negeri.

Jakarta, Juli 2023

Fajar Dwi Aprianto

NIM

44519010009



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama	: Fajar Dwi Aprianto
NIM	: 44519010009
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi	: Pendampingan Perencanaan Dan Pemasaran Digital UMKM Ropang Bang Ubay Di Instagram Untuk Meningkatkan Awareness Dan Penjualan

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, 22 Agustus 2023
Yang menyatakan,



(Fajar Dwi Aprianto)

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 GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Analisis SWOT.....	8
1.2 Permasalahan Mitra.....	11
1.3 Solusi Permasalahan Pada UMKM.....	12
1.4 Target Luaran.....	12
1.5 Signifikasi Proyek.....	13
BAB II.....	14
GAMBAR UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	14
2.1 Demografis Umkm Ropang Bang Ubay.....	14
2.2 Permasalahan UMKM Ropang Bang Ubay.....	17
BAB III.....	20
TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP.....	20
3.1 Penelitian Terdahulu.....	20

3.2 Komunikasi Digital.....	25
3.3 Indikator Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	27
3.4 Media Sosial	29
3.5 Definisi Media Sosial.....	29
3.6 Instagram.....	30
3.7 UMKM.....	31
3.8 Produk <i>Branding</i>	33
3.9 <i>Branding</i> Digital.....	33
3.10 Strategi <i>Branding</i>	36
3.11 Konsep Strategi Digital Marketing	38
3.12 Bagaimana membuat Instragram ads.....	40
BAB IV.....	43
METODE PELAKSANAAN.....	43
4.1 Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah.....	44
4.2 Tata Cara Pelaksanaan.....	44
4.3 Tahapan Kegiatan.....	47
4.4 Teknik Komunikasi.....	49
4.5 Bentuk Kegiatan.....	49
4.6 Anggaran Dana.....	51
4.7 Jadwal Kegiatan.....	51
4.8 Indikator Keberhasilan.....	52
4.9 Rencana Publikasi Luaran.....	52
BAB V.....	54
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....	54
5.1 Teknik Komunikasi.....	54
5.2 Gambaran Umum Tahap-tahap Pelaksanaan.....	58
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	63
5.3.1 Hasil Kegiatan.....	63

5.3.2 Partisipasi Peserta.....	70
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan.....	73
5.4.1 Analisis Kegiatan.....	73
5.4.2 Kendala yang dihadapi.....	82
5.4.3 Potensi keberlanjutan.....	83
BAB VI.....	86
KESIMPULAN.....	86
6.1 KESIMPULAN.....	86
6.2 SARAN.....	87
6.2.1 Pengelolaan UMKM.....	87
6.2.2 Mahasiswa / Akademisi.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	91



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Demografis Umkm Ropang Bang Ubay.....	14
Gambar 2.2 Beberapa menu yang ada pada UMKM Ropang Bang Ubay.....	15
Gambar 2.3 Kondisi lingkungan di daerah Kembangan, Jakarta Barat.....	16
Gambar 3.1 bagan keterampilan komunikasi digital.....	26
Gambar 3.2 Bagaimana cara menggunakan Instagram ads.....	40
Gambar 3.3 contoh produk yang sudah di <i>branding</i> dengan merk.....	42
Gambar 5.1 Pemateri 1 sedang menjelaskan materi tentang <i>product branding</i> ...	55
Gambar 5.2 <i>Prototype</i> Kemasan baru Ropang Bang Ubay.....	56
Gambar 5.3 Teknik pengambilan gambar dengan garis bantu.....	57
Gambar 5.4 Kemasan baru untuk UMKM Ropang Bang Ubay.....	64
Gambar 5.5 Konten reels instagram yang sudah diberi <i>watermark</i>	65
Gambar 5.6 Diskusi pembuatan <i>caption</i> dan <i>hashtag</i>	66
Gambar 5.7 salah satu konten <i>reels</i> instagram yang sudah dibuat.....	67
Gambar 5.8 <i>insight</i> Instagram ropang bang ubay.....	68
Gambar 5.9 tagar dan <i>repost</i> Instagram ropang bang ubay.....	68
Gambar 5.10 interaksi dengan <i>followers</i> Instagram Ropang Bang Ubay.....	69
Gambar 5.11 Diskusi kemasan baru.....	72
Gambar 5.12 Diskusi konten untuk instragram.....	72
Gambar 5.13 Diskusi <i>caption</i>	73
Gambar 5.12 Hasil Publikasi Luaran.....	76

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Platform online Ropang Bang Ubay.....	9
Tabel 1.2 Presentase pembeli.....	9
Tabel 1.3 Kompetitor pertama.....	10
Tabel 1.4 Kompetitor kedua.....	10
Tabel 2.1 Peringkat Ropang Bang Ubay berdasarkan kata kunci.....	18
Tabel 2.2 Data penjualan.....	19
Tabel 3.1 Karya terdahulu.....	20
Tabel 3.2 Base Practice.....	21
Tabel 3.3 Perancangan perubahan kemasan produk pada UMKM Ropang Bang Ubay.....	41
Tabel 3.4 Content Pilar pada UMKM Ropang Bang Ubay.....	42
Tabel 4.1 tahapan kegiatan.....	48
Tabel 4.2 Indikator keberhasilan.....	50
Tabel 4.3 Pemasukan dana.....	51
Tabel 4.4 Pengeluaran dana.....	51
Tabel 4.5 jadwal kegiatan.....	51
Tabel 4.6 Publikasi Luaran.....	52
Tabel 5.1 hasil konten.....	77
Tabel 5.2 Capaian indikator keberhasilan.....	84

Daftar Lampiran

1. Biodata.....	91
2. Anggaran Kegiatan.....	92
3. Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas.....	93
4. Flowchart.....	95
5. Surat Pernyataan Kesiediaan dari Mitra.....	96
6. Denah Detail Lokasi Kegiatan.....	97
7. Dokumentasi Kegiatan.....	98
8. Bahan Presentasi.....	99
9. Perencanaan Editorial Konsep Konten.....	100
10. Desain Spanduk, Banner, dan Printed Material.....	104
11. Bukti Publikasi.....	105

