



**PENDAMPINGAN MARKETING PUBLIC RELATIONS  
DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE PADA UMKM  
Z Aidan Cookies**

**(Dalam Membentuk Promosi Online)**

**LAPORAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Ilmu Komunikasi Program Studi *Public Relations*.

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Rahmawati**

**44219010151**

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

**2023**

## HALAMAN PENYATAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmawati

Nim : 44219010151

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Marketing *Public Relations* Dalam Membangun *Brand Image* Pada UMKM Zaidan Cookies (Dalam Membentuk Promosi Online)

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.

Jakarta 5 Agustus 2023



Rahmawati

## HALAMAN PENGESAHAN

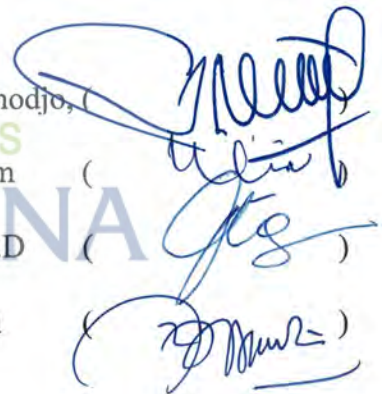
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rahmawati  
NIM : 44219010151  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Marketing Public Relations Dalam Membangun Brand Image Pada UMKM Zaidan Cookies "Dalam Membentuk Promosi Online"

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.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Juwono Tri Atmodjo,  
NIDN : 0316026801  
Pembimbing 2 : Yuliatwati, S.Sos, M.Ikom  
NIDN : 0306097205  
Ketua Penguji : Ponco Budi Sulistyo, Ph.D  
NIDN : 0329057401  
Penguji Ahli : Dewi Sad Tanti, M.Ikom  
NIDN : 0726067701




Jakarta, 4 Agustus 2023


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur yang kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Karna dengan kuasanya penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) yang berjudul *“Pendampingan Marketing Public Relations Dalam Membangun Brand Image Pada UMKM Zaidan Cookies (Dalam Membentuk Promosi Online)”* Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengikuti Seminar Proposal, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Banyak sekali hambatan yang sudah saya lewati dalam penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN). Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang memberikan dukungan baik secara langsung ataupun tidak langsung serta dukungan semangat ketika penulis mengalami kesulitan dalam menyusun laporan kegiatan tugas akhir ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Dr. Juwono Tri Atmodjo, M. Si** dan Ibu **Yuliawati, S.Sos, M.Ikom** selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Peduli Negeri yang telah mengarahkan dan menuntun penulis selama proses pembuatan proposal Tugas Akhir Peduli Negeri.
2. Ibu **Yuliawati, S.Sos, M.Ikom** selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan serta menuntun penulis selama proses pengambilan Kartu Rencana Studi (KRS), sehingga penulis diharapkan mampu lulus tepat pada waktunya.
3. Mba Silfany selaku mitra Zaidan Cookies yang sudah membantu dalam pelaksanaan Pendampingan.
4. Bapak **Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dukungan, motivasi, arahan menjadi mahasiswi Fikom UMB yang tidak mudah menyerah sebagai seorang Mahasiswa.

5. Bapak **Dr. Farid Hamid U., S.Sos, M.Si** selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan serta mendukung mahasiswa Fikom UMB.
6. Bapak **Ponco Budi Sulisty, M.Com., Ph.D.** selaku dosen pengampu mata kuliah Riset Komunikasi yang telah membimbing serta memberikan ilmunya, sehingga penulis dapat menyusun tugas akhir ini dengan baik.
7. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang selalu mendukung tanpa kenal lelah. Ibu Mirsinah dan Ayah Jupri yang sangat berjasa dalam hidup penulis, selalu memberikan dukungan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Kemudian penulis juga ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada teman-teman semasa SMA yang sudah memberikan semangat kepada penulis.
9. Kemudian penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar besarnya kepada Anggita C.P.D, Puteri Lutfiana Mahesti, Rena Almaida, Khodijah Nurul Izzati, Annisa Febyriana, Tiara Dyah Pitaloka, yang selalu memberikan *support* semasa menjalankan perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
10. *“I feel like the act of wanting to pursue something, maybe even more precious than actually becoming that, that thing so I feel like just being in the process it self is a prize and so you shouldn't think of it as a hard way and event if you do get stressed out you should think of it as happy stress just enjoy while pursuing it cause it's that precious”* – Mark lee

Saya berharap agar hasil tugas kami ini memberi banyak manfaat kepada pembaca, Saya juga mengharapkan masukan, kritikan, serta saran dari semua pihak agar tugas kami ini bisa menjadi lebih sempurna.

Jakarta, Maret 2022

Rahmawati

11

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

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

Nama : Rahmawati  
NIM : 44219010151  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Marketing *Public Relations* Dalam Membangun *Brand Image* Pada UMKM Zaidan Cookies (Dalam Membentuk Promosi Online)

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 5 Agustus 2023,

Yang menyatakan



Rahmawati

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN UNTUK 2 PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS</b>	
<b>AKHIR PEDULI NEGERI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1. 1 Latar Belakang .....	1
1. 2 Permasalahan Mitra .....	7
1. 3 Solusi Dari Permasalahan di Atas .....	7
1. 4 Langkah – langkah Penyelesaian Masalah .....	8
1. 5 Tujuan Kegiatan .....	10
1. 6 Hasil Luaran .....	10
1. 7 Manfaat .....	10
1.7.1 Manfaat Sosial .....	10
1.7.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN .....</b>	<b>11</b>
2.1. Demografis UMKM Zaidan Cookies .....	11
2.2. Sumber Daya dan Bahan Baku .....	17
2.3. Khalayak Sasaran .....	17
2.4. Profile Usaha .....	18
2.5. Permasalahan UMKM Zaidan Cookies .....	19
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP .....</b>	<b>23</b>
3.1 Konsep Komunikasi .....	23

3.2 Komunikasi Pemasaran .....	24
3.3 Public Relations .....	25
3.4 Marketing Public Relations .....	28
3.5 <i>Brand Image</i> .....	31
3.6 Media .....	34
3.6.1 Media Sosial .....	35
3.6.1.1 Instagram .....	36
3.6.1.2 Tiktok .....	38
3.6.2 E-commerce .....	39
3.6.2.1 Shopee .....	40
3.6.3 Website .....	41
3.7 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	42
<b>BAB IV METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>43</b>
4.1. Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan .....	43
4.1.1 Observasi .....	43
4.1.2 Wawancara .....	44
4.1.3 Diskusi .....	45
4.1.4 Konsultasi .....	46
4.1.5 Simulasi .....	46
4.1.6 Praktek .....	46
4.2. Tahap Kegiatan .....	47
4.2.1. Mencari Mitra Kerjasama .....	47
4.2.2. Menghubungi Mitra .....	47
4.2.3. Survey Lokasi .....	47
4.2.4. Analisis Masalah .....	48
4.2.5. Penetapan Solusi .....	48
4.2.6. Tahapan Perencanaan .....	47
4.2.7. Tahapan Pendampingan .....	48
4.2.8. Tahapan Persiapan .....	49
4.2.9. Membuat Media Sosial dan Mengelola Konten Media Sosial.....	50
4.2.10. Tahap Pelaksanaan .....	50



4.3. Evaluasi .....	51
4.4. Tahap Kerja Marketing <i>Public Relations</i> .....	52
4.5. Teknik Komunikasi .....	53
4.6. Bentuk – Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan .....	53
4.7. Anggaran Kegiatan Pendampingan UMKM .....	54
4.8. Jadwal Kegiatan .....	55
<b>BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN .....</b>	<b>59</b>
5.1. Tahapan-tahapan kegiatan .....	59
5.1.1. Tahap Pembuatan Akun Media Sosial UMKM .....	58
5.1.2. Tahap Pembuatan Jadwal <i>Upload</i> Media Sosial UMKM.....	59
5.1.3. Tahapan publikasi pada media sosial UMKM Zaidan Cookies.....	60
5.1.4. Tahap Melakukan Pendampingan Publikasi .....	60
5.1.5. Tahap Memasarkan Produk Secara Langsung .....	60
5.1.6. Tahap Membuat Media Identitas Seperti Logo, <i>Packaging</i> , Stiker.....	60
5.1.6.1 Tahap Pembuatan Logo.....	60
5.1.6.2 Tahap <i>Packaging</i> .....	61
5.1.6.3 Tahapan Pembuatan Stiker <i>Packaging</i> .....	61
5.2 Teknik Komunikasi.....	61
5.2.1 Pendampingan dalam Branding.....	62
5.2.2.1 Pembuatan Logo.....	62
5.2.2.2 Pembuatan <i>Packaging</i> .....	63
5.2.2.3 Pembuatan Stiker.....	66
5.2.2 Pendampingan Dalam Segi Promosi <i>Online</i> .....	67
5.2.2.1 Pembuatan Website .....	68
5.2.2.2 Pembuatan akun Shopee.....	71
5.2.2.3 Pembuatan Whatsapp bisnis.....	71
5.2.2.4 Pembuatan Akun TikTok .....	71
5.2.2.5 Pembuatan Instagram .....	73
5.2.2.6 Melakukan <i>Upload</i> Konten Media Sosial Instagram .....	74
5.2.2.7 Melakukan <i>Upload</i> Konten Media Sosial TikTok .....	88
5.2.2.8 Kegiatan Promosi yang dilakukan Zaidan Cookies .....	98

5.3 Tahapan Pasca-Pendampingan.....	102
5.3.1. Proses Pendampingan Bersama Mitra .....	103
5.4 Pendapatan Perbulan Mitra Sebelum Pendampingan .....	106
5.5 Perbandingan Data Penjualan Perbulan Sebelum dan Saat Pendampingan..	106
5.6 Analisis Kegiatan .....	108
5.7 Kendala .....	112
5.8 Potensi Keberlanjutan .....	112
5.9 Indikator Keberhasilan.....	113
5.10 Rencana Keberlanjutan .....	119
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>123</b>
6.1. Kesimpulan .....	123
6.2. Saran .....	124
6.2.1  UMKM Zaidan Cookies .....	124
6.2.2  Universitas Mercu Buana .....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>125</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>127</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tahapan Kerja Marketing Public Relations .....	51
Tabel 4.2 Rencana Anggaran Kegiatan.....	53
Tabel 4.3 Rencana Kegiatan Publikasi Instagram .....	54
Tabel 4.4 Rencana Kegiatan Publikasi TikTok .....	54
Tabel 4.5 Jadwal Kegiatan Pendampingan UMKM .....	54
Tabel 5.1 Konten Pilar Zaidan Instagram Cookies .....	75
Tabel 5.2 Konten <i>Feeds</i> pada Instagram Zaidan Cookies.....	75
Tabel 5.3 Konten <i>Instastory</i> Pada Instagram Zaidan Cookies .....	85
Tabel 5.4 Konten Pilar Zaidan Tiktok Cookies .....	88
Tabel 5.5 Konten pada Media Sosial Tiktok Zaidan Cookies .....	88
Tabel 5.6 Perbandingan Pra-Pendampingan dan Pasca-Pendampingan .....	105
Table 5.7 Transkrip Wawancara Rencana Keberlanjutan Mitra UMKM Zaidan Cookies .....	121



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Survey UMKM Zaidan Cookies .....	10
Gambar 2.2 Lokasi UMKM Zaidan Cookies .....	11
Gambar 2.3 Kemasan Produk Zaidan Cookies .....	12
Gambar 2.4 Foto Produk .....	13
Gambar 2.5 Foto Produk .....	14
Gambar 2.6 Logo Zaidan Cookies .....	19
Gambar 2.7 Stiker Perekat Zaidan Cookies .....	20
Gambar 3.1 Data Platform Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan .....	35
Gambar 3.2 Instagram: Global <i>Advertising Audience</i> .....	36
Gambar 3.3 Instagram <i>Advertising Reach</i> .....	37
Gambar 5.1 Acuan Warna Untuk Konten Zaidan Cookies.....	61
Gambar 5.2 <i>Packaging</i> Zaidan Cookies.....	63
Gambar 5.3 <i>Packaging</i> Zaidan Cookies.....	64
Gambar 5.4 Stiker Zaidan Cookies .....	66
Gambar 5.5 Stiker Zaidan Cookies .....	67
Gambar 5.6 Website Zaidan Cookies .....	68
Gambar 5.7 Website Zaidan Cookies.....	69
Gambar 5.8 Website Zaidan Cookies .....	70
Gambar 5.9 Akun Tiktok Zaidan Cookies .....	72
Gambar 5.10 Akun Instagram Zaidan Cookies .....	74
Gambar 5.11 <i>Feeds</i> Instagram Zaidan Cookies .....	98
Gambar 5.12 Dokumentasi <i>Endorsment</i> .....	99
Gambar 5.13 Dokumentasi <i>Endorsment</i> .....	100
Gambar 5.14 Dokumentasi <i>Endorsment</i> .....	101
Gambar 5.15 Dokumentasi Pendampingan Bersama Mitra .....	103
Gambar 5.16 Dokumentasi Pendampingan Bersama Mitra.....	104
Gambar 5.17 Dokumentasi Pendampingan Bersama Mitra .....	105
Gambar 5.18 Grafik Penjualan Sebelum Pendampingan .....	107
Gambar 5.19 Grafik Penjualan Sesudah Pendampingan .....	107

Gambar 5.20 <i>Profile</i> Media Sosial TikTok Zaidan Cookies .....	110
Gambar 5.21 <i>Profile</i> Media Sosial Instagram Zaidan Cookies .....	111
Gambar 5.22 Testimoni <i>Customer</i> Zaidan Cookies .....	114
Gambar 5.23 Testimoni <i>Customer</i> Zaidan Cookies .....	115
Gambar 5.24 <i>Packaging</i> Zaidan Cookies .....	116
Gambar 5.25 Partisipasi <i>Followers</i> Zaidan Cookies.....	117
Gambar 5.26 Partisipasi <i>Followers</i> Zaidan Cookies .....	118
Gambar 5.27 <i>Chat</i> Bersama Dengan Mitra .....	119
Gambar 5.28 Wawancara Rencana Keberlanjutan Tim TA PN dan Mba Silvany .....	120



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Anggota Tim Tugas Akhir Peduli Negeri .....	127
Lampiran 2 Anggaran Kegiatan .....	129
Lampiran 3 Susunan Organisasi Tim Kegiatan Dan Pembagian Tugas .....	130
Lampiran 4 Curricullum Vitae .....	132
Lampiran 5 Surat Pernyataan Kesiediaan Mitra .....	135
Lampiran 6 Denah Detail Kegiatan.....	136
Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan .....	137
Lampiran 8 Konten-Konten Yang Sudah Dibuat Selama Pendampingan .....	143
Lampiran 9 Desain Materian (Saat Kegiatan).....	148
Lampiran 10 Bukti Publikasi Dimedia Massa .....	149

