



**PENDAMPINGAN PENYUSUNAN SCRIPT PERSUASIF PADA  
UMKM ZAIDAN COOKIES UNTUK MEMBANGUN *BRAND*  
*IMAGE***

**LAPORAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
**Tiara Dyah Pitaloka**  
**44219010025**

**PRORAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Dyah Pitaloka  
Nim : 44219010025  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Penyusunan Script Persuasif Pada UMKM Zaidan Cookies Untuk Membangun *Brand Image*

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, 4 Agustus 2023

A 10,000 Indonesian Rupiah banknote is shown with a signature over it. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPAH', '10000', 'REPUBLIK INDONESIA', and 'METRAL TEMPEL'. The serial number 'ED8B4AKX581272005' is visible at the bottom.

Tiara Dyah Pitaloka

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Tiara Dyah Pitaloka  
NIM : 44219010025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Penyusunan Script Persuasif Pada  
*Brand* UMKM Zaidan Cookies Untuk Membangun *Image*

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 : Yuliawati, S.Sos, M.Ikom (  )  
NIDN : 0306097205  
Ketua Penguji : Ponco Budi Sulistyo, Ph.D (  )  
NIDN : 0329057401  
Penguji Ahli : Dewi Sad Tanti, M.Ikom (  )  
NIDN : 0726067701

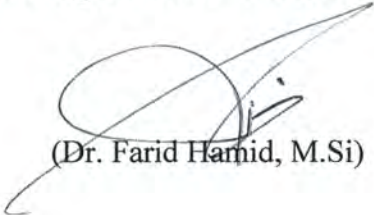
Jakarta, 4 Agustus 2023

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 kepada Allah SWT yang telah memberi nikmat kesehatan dan juga kesempatan yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) yang berjudul “**Pendampingan Penyusunan Script Persuasif Pada Umkm Zaidan Cookies Untuk Membangun Brand Image**”. Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) ini disusun sebagai salah satu syarat untuk Proposal Tugas Akhir, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang memberikan dukungan penuh baik secara langsung maupun tidak yang langsung serta dukungan ketika penulis mengalami kesulitan dan juga hambatan yang dialami selama menyusun laporan tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Bapak **Dr. Juwono Tri Atmodjo, M. Si** dan Ibu **Yulawati, S.Sos, M.Ikom** selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Peduli Negeri yang telah mengarahkan dan menuntun pendamping selama proses pembuatan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri.
2. Ibu **Anindita, S.Pd, 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. Ibu **Siflany** selaku Pemilik UMKM Zaidan Cookies yang sudah memberi kesempatan untuk melakukan kegiatan pendampingan Tugas Akhir Peduli Negeri.
4. Bapak **Ahmad Mulyana, Dr, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dukungan motivasi pendamping dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri

5. **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 mengarahkan, dan memberikan ilmunya sehingga pendamping dapat menyusun Tugas Akhir Peduli Negeri
7. Pendamping juga ingin mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang selalu mendukung tanpa kenal lelah penulis dalam mengemban pendidikan dari jenjang Sekolah Dasar hingga duduk di bangku kuliah. Papah Dwi dan Mamah Arni yang sangat berjasa dalam hidup penulis, karena tidak pernah mengenal lelah dan selalu memberikan yang terbaik untuk kepentingan anaknya. Sehingga berkat kedua orang tua, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kemudian pendamping ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Hendari, Rini, Niken, Zahwa, Tedi, Raihan, dan Rino teman semasa SMA yang sudah memberikan semangat kepada pendamping.
9. Kemudian pendamping ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Rahmawati, Ainun, Rena, Anggita, Khodijah, Feby, Sesil, Boris, Daffa, Alwan, Rahmad dan Sandi yang telah mendukung pendamping dikala suka dan duka dalam menyusun Tugas Akhir Peduli Negeri ini.

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri pendamping terdapat kekurangan dalam penulisan. Pendamping beserta Tim TAPN juga mengharapkan masukan, kritikan, serta saran dari semua pihak agar Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini bisa menjadi lebih sempurna.

**Jakarta, 15 Juli 2023**

**Tiara Dyah Pitaloka**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Tiara Dyah Pitaloka  
NIM : 44219010025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Penyusunan Script Persuasif Pada UMKM Zaidan Cookies Untuk Membangun *Brand Image*

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, 4 Agustus 2023

Yang menyatakan,

Tiara Dyah Pitaloka

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR 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 .....	4
1.3 Solusi Dari Permasalahan.....	4
1.4 Langkah-Langkah Penyelesaian Masalah .....	5
1.5 Tujuan Kegiatan .....	5
1.6 Hasil Luaran .....	6
1.7 Manfaat.....	6
1.7.1 Manfaat Praktis .....	6
1.7.2 Manfaat Sosial.....	6
<b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....</b>	<b>7</b>
2.1. Demografis UMKM Zaidan Cookies .....	7
2.2. Khalayak Sasaran .....	11
1. Mitra.....	11
2. Audience .....	12
3. Segmentasi Demografi dalam menentukan khalayak sasaran: .	12
4. Target Market .....	12

2.3. Profile Usaha .....	12
2.4. Permasalahan UMKM Zaidan Cookies.....	13
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP .....</b>	<b>16</b>
3.1 Konsep Komunikasi .....	16
3.2 Komunikasi Persuasif.....	16
1. Pengertian Komunikasi Persuasif.....	16
2. Bentuk - Bentuk Komunikasi Persuasif.....	17
3. Pesan Persuasif .....	18
3.3 Teknik Komunikasi Persuasif.....	18
3.4 Definisi Brand Image .....	20
3.5 Media.....	20
3.6 Media Sosial .....	21
3.7 Instagram .....	22
3.8 Tiktok .....	22
3.9 Website .....	23
3.10 Definisi UMKM .....	23
<b>BAB IV METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>25</b>
4.1. Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	25
A. Observasi .....	25
B. Wawancara.....	26
C. Diskusi.....	27
D. Konsultasi .....	27
E. Simulasi .....	28
4.2 Tahap Kegiatan.....	28
4.2.1 Mencari Mitra Kerjasama .....	29
4.2.2 Menghubungi Mitra .....	29
4.2.3 Survey Lokasi .....	29
4.2.4 Analisis Masalah.....	30
4.2.5 Penetapan Solusi .....	30
4.3 Tahapan Perencanaan .....	30
4.4 Tahap Pendampingan .....	31



4.5 Tahap Persiapan.....	34
4.6 Tahap Pelaksanaan .....	35
4.7 Evaluasi .....	35
4.8 Tahapan Kerja .....	35
4.9 Teknik Komunikasi .....	37
4.11 Anggaran Kegiatan Pendampingan UMKM .....	39
<b>BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN..</b>	<b>45</b>
5.1 Tahapan - Tahapan Kegiatan.....	45
5.1.1 Tahap Pembuatan Logo .....	45
5.1.2 Tahap Pembuatan Slogan Pada Media Sosial.....	45
5.1.3 Tahap Pembuatan Deskripsi Product Pada Website .....	45
5.1.4 Tahap Pembuatan Isi Pesan pada Konten Tiktok.....	46
5.1.5 Tahap Pembuatan Caption pada Konten Tiktok UMKM	
Zaidan Cookies .....	46
5.1.6 Tahap Pembuatan Caption pada Konten Instagram UMKM	
Zaidan Cookies .....	46
5.2 Teknik Komunikasi .....	47
5.2.1 Pendampingan dalam Branding .....	47
5.2.1.1 Pembuatan Logo.....	47
5.2.1.2 Pembuatan Stiker.....	49
5.2.2.1 Pembuatan Slogan Pada Media Sosial .....	51
5.2.2.2 Pembuatan Website Zaidan Cookies.....	52
5.2.2.3 Pembuatan Caption Untuk Konten Media Sosial	
Instagram.....	54
5.2.2.4 Pembuatan Script Konten Media Sosial Tiktok .....	80
5.2.2.5 Pembuatan Script untuk Caption Konten Media	
Sosial TikTok.....	92
5.3 Tahapan Pasca-Pendampingan .....	108
5.4 Pendapatan Perbulan Mitra Sebelum Pendampingan.....	114
5.5 Perbandingan Data Penjualan Perbulan Sebelum dan Saat	
Pendampingan .....	114

5.6 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan.....	115
5.6.1 Kendala Yang Dihadapi.....	117
5.7 Indikator keberhasilan .....	117
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>125</b>
6.1 Kesimpulan.....	125
6.2 Saran.....	126
6.2.1 Bagi UMKM Zaidan Cookies.....	126
6.2.2 Bagi Universitas Mercu Buana .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>127</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>129</b>



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tahapan Kegiatan pendampingan kepada pemilik UMKM .....	32
Tabel 4.2 Tahapan Kerja Penyusunan Script Persuasif .....	36
Tabel 4.3 Rencana Anggaran Kegiatan .....	39
Tabel 4.4 Rencana Kegiatan penyusunan Caption Instagram .....	40
Tabel 4.5 Rencana Kegiatan Penyusunan Script Untuk Konten dan Cation TikTok .....	40
Tabel 4.6 Jadwal Kegiatan Pendampingan UMKM .....	41
Tabel 5.1 Tampilan Slogan Pada Profile Media Sosial UMKM.....	52
Tabel 5.2 Content Pillar Zaidan Cookies Instagram .....	54
Tabel 5.3 Penyusunan Captions Konten pada Instagram Zaidan Cookies.....	54
Tabel 5.4 Conten Pillar Zaidan Tiktok Cookies.....	80
Tabel 5.5 Penyusunan Script persuasif untuk konten pada Media Sosial Tiktok Zaidan Cookies.....	81
Tabel 5.6 Pembuatan Caption pada Media Sosial Tiktok Zaidan Cookies.....	89
Tabel 5.7 Penyusunan Script Endorsement Selebgram.....	107
Tabel 5.8 Perbandingan Pra-Pendampingan dan Pasca-Pendampingan .....	111
Tabel 5.9 Indikator Keberhasilan .....	119
Tabel 5.10 Indikator Keberhasilan Pendampinan Penyusunan Caption Instagram.....	120

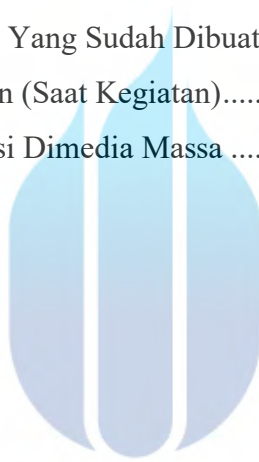
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Survey UMKM Zaidan Cookies .....	7
Gambar 2.2 Lokasi UMKM Zaidan Cookies .....	8
Gambar 2.3 Kemasan Produk .....	9
Gambar 2.4 Foto Produk .....	10
Gambar 2.5 Logo dan Stiker Perekat Zaidan Cookies.....	14
Gambar 4.1 Gmeet Bersama Pemilik UMKM Untuk Tahap Perencanaan .....	31
Gambar 5.1 Acuan Warna Untuk Konten Zaidan Cookies .....	48
Gambar 5.2 Stiker Zaidan Cookies .....	50
Gambar 5.3 Website Zaidan Cookies.....	53
Gambar 5.4 Feeds Instagram Zaidan Cookies .....	99
Gambar 5.5 Dokumentasi Pendampingan Bersama Pemilik UMKM .....	110
Gambar 5.6 Script Konten yan dibuat oleh Pemilik UMKM .....	112
Gambar 5.7 Caption yang dibuat oleh pemilik UMKM .....	113
Gambar 5.8 Grafik Penjualan Sebelum Pendampingan .....	114
Gambar 5.9 Grafik Penjualan Sesudah Pendampingan .....	115
Gambar 5.10 Pelanggan Potensial yang diciptakan dari pemilik UMKM .....	123
Gambar 5.11 Kegiatan Give Away dari Pemilik UMKM .....	124

MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Anggota Tim Tugas Akhir Peduli Negeri .....	129
Lampiran 2 Anggaran Kegiatan Pendampingan Umkm .....	131
Lampiran 3 Susunan Organisasi Tim Kegiatan Dan Pembagian Tugas .....	132
Lampiran 4 Curricullum Vitae .....	134
Lampiran 5 Surat Pernyataan Kesiediaan Mitra .....	137
Lampiran 6 Denah Detail Kegiatan.....	138
Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan .....	139
Lampiran 8 Konten-Konten Yang Sudah Dibuat Selama Pendampingan .....	145
Lampiran 9 Desain Materian (Saat Kegiatan).....	150
Lampiran 10 Bukti Publikasi Dimedia Massa .....	151



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA