



**PEMBUATAN *CONTENT MARKETING* UMKM BREED LEATHER  
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN  
KESADARAN MEREK**

**TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI**

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

Disusun Oleh :

**Roland Dasa Cahya Suryanala**

**44315010013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Roland Dasa Cahya Suryanala  
NIM : 44315010013  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Komunikasi & Advertising

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Pembuatan Content Marketing UMKM Breed Leather Pada Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Kesadaran Merek** 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, 27 Oktober 2021  
Yang membuat pernyataan,



(Roland Dasa Cahya Suryanala)

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Ketua Bidang Studi Adv  
Marcomm

(Dudi Hartono M.Ikom)

(Melly Ridaryanthi Ph.D)

(Eka Perwitasari Fauzi, M. Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN TAPN

Judul : **PEMBUATAN *CONTENT MARKETING* UMKM  
BREED LEATHER PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN MEREK**

Nama : Roland Dasa Cahya Suryanala  
NIM : 44315010013  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Advertising

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 27 Oktober 2021

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

  
(Dudi Hartono M.Ikom)

  
(Melly Ridaryanthi Ph.D)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **PEMBUATAN *CONTENT MARKETING* UMKM  
BREED LEATHER PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN MEREK**

Nama : Roland Dasa Cahya Suryanala  
NIM : 44315010013  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Advertising

Jakarta, 27 Oktober 2021

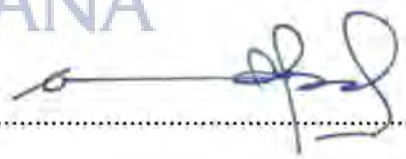
Ketua Sidang,

Eka Perwitasari Fauzi, M. Ed

()

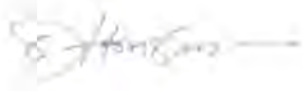
Penguji Ahli,

Andri Budi Widodo, M.Ikom

()

Pembimbing I,

Dudi Hartono M.Ikom

()

Pembimbing II,

Melly Ridaryanthi Ph.D

()



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **PEMBUATAN *CONTENT MARKETING* UMKM BREED LEATHER PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN MEREK**

Nama : Roland Dasa Cahya Suryanala  
NIM : 44315010013  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Advertising

Jakarta, 27 Oktober 2021

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Ketua Bidang Studi Adv  
& Marcomm**

(Dudi Hartono M.Ikom)

(Melly Ridaryanthi Ph.D)

( Eka Perwitasari Fauzi, M. Ed)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi**

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si )

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri dengan waktu yang tepat.

Proposal Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul “**PEMBUATAN CONTENT MARKETING UMKM BREED LEATHER PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN MEREK**” yang sudah dilaksanakan pada periode September 2020 – Juni 2021 untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program studi *Marketing Communication & Advertising*.

Berkaitan dengan hal di atas maka tidaklah berlebihan bila penulis dalam kesempatan ini mengucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan oleh beberapa pihak yang telah membantu dalam berbagai hal. Dari hati yang paling dalam penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dudi Hartono M.Ikom selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan waktu dan ilmunya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Melly Ridaryanthi Ph.D, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan pengetahuannya dan senantiasa membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Eka Perwitasari Fauzi., M.Ed selaku Ketua Bidang Studi *Advertising* dan *Marketing Communication* Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Yang penulis sayangi, kedua orang tua **N. Bodro Istono, S.E** dan **Retno Pristiati** juga untuk kaka **Frika Aprilia Kusumaning Tyas, S.Ikom** serta seluruh keluarga besar dari penulis.

6. Seluruh dosen Bidang studi *Marketing Communication & Advertising* yang telah memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta ilmu yang bermaaf untuk penulis selama perkuliahan.
7. Staf dan karyawan Universitas Mercu Buana yang memberikan banyak bantuan untuk penulis bisa memenuhi semua data dan persyaratan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
8. Kepada rekan satu tim penulis dalam pengerjaan Tugas Akhir Peduli Negeri ini, **Sasha Jovika Anandarti** selaku *marketing strategic*, penulis ucapkan terima kasih untuk semua hal yang telah dilakukan dan tetap berkomitmen dalam menyelesaikan pendampingan ini selama kurang lebih 10 bulan dengan berbagai rintangan yang dilalui.
9. Kepada orang yang spesial Ervina Santoso,S.E, yang telah memberikan semangat, nasihat serta motivasi saat penulis membutuhkan hal tersebut hingga penulis mampu menyelesaikan ini.
10. Teman perkuliahan yang memberikan semangat Ariq Anwar, Rafly Zanuar Camazan, Imam Wahyudi, Aditya Amanda dan keluarga besar marcomm 2015 yang tidak bisa dituliskan satu per-satu.
11. Teman terdekat Fachrul Rahmadhan, Mitasya, Irvan Ariyanto, Ervina santoso, Sasha Praditiani Saleh, Dita & Aisyah yang memberikan semangat dan kepercayaan diri untuk penulis bisa menyelesaikan penulisan ini
12. Teman – teman ICE COCO BAR yang memberikan keceriaan dan semangat pada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Pihak merek Breeds Letaher ( UMKM ) saudara Ade Rafii Febriawan, yang telah bekerjasama dan mempercayain penulis untuk memberikan pendampingan serta pengaplikasian ilmu yang telah penulis dapatkan semasa kuliah kepada unit usahanya.

Semoga Allah S.W.T memberikan balasan yang setimpal atas kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Penyusunan tugas akhir Peduli Negeri ini dibuat dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan didalam penyusunan tugas akhir Peduli Negeri ini, oleh karna itu saran dan kritik yang bersifat

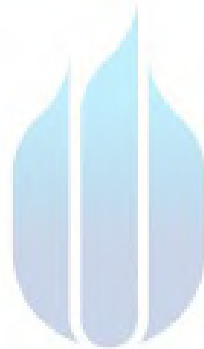
membangun sangat diharapkan, tidak lupa juga harapan penulis agar tugas akhir ini dapat bermanfaat sebagai masukan baik untuk akademisi, praktisi maupun masyarakat secara umum.

Jakarta, 27 Oktober 2021



Roland Dasa Cahya Suryanala,

Penulis



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TAPN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	9
1.3 Profil Usaha .....	9
1.4 Khalayak Sasaran .....	12
1.5 Tujuan.....	12
1.6 Manfaat Kegiatan .....	13
1.7 Manfaat Sosial .....	13
<b>BAB II GAMBARAN UMUM SASARAN KEGIATAN.....</b>	<b>14</b>
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM .....	14
2.1.1 Sumber Daya dan Bahan Baku .....	16

2.1.2	Peluang Pasar.....	17
2.1.3	Strategi Pembuatan Konten Kreatif.....	19
2.1.4	Target Pencapaian.....	20
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP .....</b>		<b>21</b>
<b>3.1</b>	<b>Seni Kriya .....</b>	<b>21</b>
<b>3.2</b>	<b>Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....</b>	<b>22</b>
3.2.1	Pengertian Bauran Pemasaran .....	22
3.2.2	Unsur-unsur Bauran Pemasaran .....	23
3.2.3	Brand awareness .....	24
3.2	Digital Marketing .....	25
3.3	Content Marketing.....	26
3.3.1	Prinsip Content Marketing.....	26
3.3.2	Langkah-langkah membangun content marketing .....	27
3.4	Copy Writing .....	31
3.5	Visual.....	33
3.6	Creative Director .....	33
3.7	Art Director .....	34
3.8	Media Sosial.....	35
3.9	Social Media Marketing .....	35
<b>BAB IV METODE PELAKSANAAN .....</b>		<b>37</b>
4.1	Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	37
4.1.1	Sosialisasi .....	37
4.1.2	Pendampingan .....	37
4.1.3	Konsultasi .....	38
4.2	Tahapan Kegiatan.....	39
4.3	Teknik Komunikasi .....	41
4.4	Bentuk Kegiatan .....	42

4.4.1.1 Mengadakan kegiatan <i>giveaway</i> di media sosial <i>Instagram</i> .....	43
4.4.2 Membuat isi konten media sosial .....	44
4.5 Jadwal Kegiatan.....	56
4.6 Proses Kegiatan .....	57
4.7 Evaluasi .....	58
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>61</b>
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran .....	63
5.2.1 Saran Akademis .....	63
5.2.2 Saran Praktis .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>66</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel Kegiatan .....	34
Tabel 4.2	Hasil pembuatan konten marketing oleh penulis .....	39
Tabel 4.3	Hasil pembuatan konten marketing oleh pemilik mer.....	42
Tabel 4.4	Jadwal Kegiatan .....	43



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Konten Instagram Bucini .....	5
Gambar 1.2	Konten Instagram Monze .....	6
Gambar 1.3	Konten Instagram Voyej .....	6
Gambar 1.4	Konten Instagram Breeds Leather .....	8
Gambar 1.5	Logo Breeds .....	10
Gambar 1.6	Gambar 2 kepala sapi bertanduk .....	11
Gambar 1.7	Simbol Lingkaran .....	11
Gambar 4.1	Dokumentasi Kegiatan .....	39
Gambar 4.2	Dokumentasi Kegiatan .....	39
Gambar 4.3	Referensi Konten .....	45
Gambar 4.4	Proses Kegiatan .....	57
Gambar 4.5	Proses Kegiatan .....	58
Gambar 4.6	Bentuk Konten Sebelum Pendampingan .....	59
Gambar 4.7	Bentuk Konten Setelah Pendampingan .....	59
Gambar 4.8	<i>Insight</i> Setelah Pembuatan Konten .....	60