



**PERANCANGAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DALAM
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM
YETTY FLORIST DI DKI JAKARTA**

LAPORAN SKRIPSI

TUGAS AKHIR PEDULI NEGRI

FERDIANSYAH FIRDAUS

44319010004

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ferdiansyah Firdaus

NIM : 44319010004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul laporan Skripsi : Perancangan *Social Media Marketing* Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Pada UMKM Yetty Florist Di DKI Jakarta

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 September 2023



Ferdiansyah Firdaus

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ferdiansyah Firdaus

NIM :44319010004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi :Perancangan *Social Media Marketing* Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Pada UMKM Yetty Florist Di DKI Jakarta

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterimasebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Suman Jaya, M.IKom

NIDN : 0329018104

Pembimbing 2 : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom

NIDN : 0330019002

Ketua Penguji : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

NIDN : 0316088201

Penguji Ahli : Andri Budiwidodo , S.Si., M.Ikom

NIDN : 0313037302






Jakarta, 5 September 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr.Farid Hanfid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala Puji bagi Allah yang tiada satupun nikmat yang kita rasakan sampai saat ini melainkan itu murni dari Allah, sehingga tiada yang pantas kita puji melainkan hanya Allah Subhanahu wa ta'ala, dan rasa terimakasih yang penulis ucapkan kepada orang, tua ibu sumartini & alm bapak iwan yang sudah mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan penulisan proposal Tugas Akhir Peduli Negeri yang berjudul “Perancangan *Social Media Marketing* Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Pada UMKM Yetty Florist Di DKI Jakarta” tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini merupakan hasil dari perjalanan panjang, dedikasi, dan kerja keras yang penulis tempuh untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*.

Dalam kesempatan ini, kami ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan kontribusi berarti dalam proses penyusunan skripsi ini:

1. Bapak Suman Jaya, M.Ikom Ikom selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing dan selalu memberikan saran serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing dan selalu memberikan saran serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Yuni Tresnawati, M.IKom selaku ketua sidang skripsi
4. Bapak Andri Budiwidodo, M.IKom selaku penguji ahli skripsi
5. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana
6. Ibu Dr. Irmulan Sati, M.Si selaku wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
7. Bapak Abdul Azis selaku mitra UMKM Yetty Florist yang selalu mengizinkan kita untuk mempromosikan usahanya lewat media digital dan selalu membantu kami memberi informasi tentang Yetty Florist
8. Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D selaku Seketaris Bidang Program Studi Advertising & Marketing Communication (2023 – sekarang) sekaligus sebagai dosen mata kuliah Tugas Akhir
9. Kepada TU Fakultas Ilmu Komunikasi yang sudah membantu penulis mencari informasi dan membantu dalam mendaftarkan sidang.
10. Kepada Dosen Universitas Mercu Buana, Khususnya Dosen Ilmu Komunikasi yang tidak bisa disebutkan satu- persatu, telah memberi ilmu selama perkuliahan ini.
11. Kepada Tim RAF sebagai seperjuangan skripsi Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) Rayhan Fadhillah dan Ardika Riski Samudra yang selalu

kooperatif dan saling mendukung serta memberi semangat serta pengalaman baru dari awal hingga akhir

12. Kepada teman-teman, anti & hanin yang telah membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari keterbatasan dan kekurangan, oleh karena itu, kami sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Terimakasih atas bantuan dari semua pihak dan semoga Allah memberikan berkah dan karunia-Nya

Jakarta, 29 Agustus 2023



Fediansyah Firdaus

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama : Ferdiansyah Firdaus

NIM : 44319010004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Perancangan *Social Media Marketing* Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Pada UMKM Yetty Florist Di DKI Jakarta

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 September 2023

Yang menyatakan,



(Ferdiansyah Firdaus)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Permasalahan.....	12
1.3 Tujuan Perancangan	13
1.4. Manfaat.....	14
BAB II	15
GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	15
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	15
2.2 Profil Usaha.....	16
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	16
2.4 Khalayak Sasaran	18
2.5 Peluang Usaha	19
BAB III.....	20
TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP.....	20
3.1 Referensi Terdahulu	20
3.2 Komunikasi Pemasaran.....	22
3.3 Intergrate Marketing Communication	27
3.4 Promosi.....	32
3.5 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	40
3.6 Social Media Marketing	43

3.7 E- Commerce.....	47
3.8 Pengukuran Keberhasilan.....	48
3.8.1 Peningkatan <i>Insight</i> Instagram.....	48
3.8.2 Pencapaian	50
BAB IV.....	53
METODE PELAKSANA.....	53
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan	53
4.1.1 Tahap Sosialisasi.....	53
4.1.2 Tahapan Pelatihan.....	54
4.1.3 Tahapan Pendampingan	55
4.1.4 Wawancara.....	56
4.2 Tahap Kegiatan	58
4.2.1 Perencanaan	58
4.2.2 Persiapan	58
4.3 Indikator Keberhasilan	60
4.4 Teknik Komunikasi	60
4.4.1 Isi.....	60
4.4.2 Media	61
4.4.3 Komunikasi.....	61
4.5 Jadwal Kegiatan	62
4.6 Anggaran Kegiatan.....	66
BAB V.....	67
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	67
5.1 Teknik Komunikasi Yang Dilakukan Selama Masa Pendampingan ..	67
5.1.1 Kegiatan Online	67
5.2 Gambaran Tahapan-Tahapan Kegiatan	72
5.2.1 Pembuatan Instagram dan logo.....	72
5.2.3 Publikasi Promosi Gratis Ongkir Se-Jakarta.....	73
5.2.4 Publikasi Konten <i>Giveaway</i> Tebak Bunga	73
5.2.5 Publikasi Konten Question "kamu tim mana?" Di Media Sosial Instagram.....	74
5.2.6 Analisa dan Publikasi Konten Trending	74

5.2.7 Publikasi Konten Eksklusif Hari Raya	75
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi.....	75
5.3.1 Pembuatan Highlights Pada Akun Instagram "Yetty Florist	76
5.3.2 Membalas komentar dari Pengikut Akun Instagram Yetty Florist	77
5.3.3 Publikasi dan Menghubungi Pemenang Giveaway "Tebak Bunga.....	78
5.3.4 Menggunakan Instagram Ads	79
5.3.5 Analisis Waktu Unggahan Pada Media Instagram	80
5.3.6 Penulisan <i>Caption</i> Pada Setiap Konten Yang Diunggah	81
5.3.7 Penggunaan Hashtag Pada Setiap Unggahan.....	82
5.3.8 Analisa Konten Tren	83
5.4 Implementasi Konsep Karya/Program	84
5.5 Analisis kegiatan, Kendala, Dan Potensi Keberlanjutan.....	85
5.5.1 Analisis kegiatan	85
5.5.2 Kendala	87
5.5.3 Potensi keberlanjutan.....	89
5.6 Hasil <i>Insight</i> Pada Unggahan Akun Instagram	90
5.7 Engagement Rate Akun Instagram Yetty Florist	100
5.8 Data <i>Insight</i> Akun Instagram	101
5.9 Data Penjualan.....	102
5.10 Publikasi Kegiatan.....	103
5.11 Aktivitas Media Sosial Selama Satu Tahun	104
BAB VI.....	105
PENUTUP	106
6.1 Kesimpulan	106
6.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN	112

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. Toko Yetty Florist</i>	16
<i>Gambar 2. instagram Yetty Florist</i>	16
<i>Gambar 3 - Elora Florist.....</i>	20
<i>Gambar 4 - Madame Florist</i>	21
<i>Gambar 5 - Yulika Florist.....</i>	22
<i>Gambar 6. hasil account reach.....</i>	50
<i>Gambar 7 instagram Ads</i>	51
<i>Gambar 8. paid promote via saweria kepada youtuber (tara arts) yang memiliki 1 juta subscriber.....</i>	51
<i>Gambar 9 kampanye gratis ongkir</i>	52
<i>Gambar 10 akun instagram Yetty Florist</i>	53
<i>Gambar 11 - Instagram Yetty Florist.....</i>	76
<i>Gambar 12 - Highlight instagram</i>	76
<i>Gambar 14 - Membalas komentar</i>	77
<i>Gambar 15 - Pengumuman giveaway.....</i>	78
<i>Gambar 16 - Instagram ads</i>	79
<i>Gambar 17 - Waktu Unggahan.....</i>	80
<i>Gambar 18 - caption instagram.....</i>	81
<i>Gambar 19 - Hastag</i>	82
<i>Gambar 13 - Konten Tren.....</i>	83
<i>Gambar 20 - Kasus penipuan.....</i>	88
<i>Gambar 21 - Akun instagram di retas</i>	89
<i>Gambar 22 - Engagement Rate.....</i>	100
<i>Gambar 23 - Data Penjualan</i>	102
<i>Gambar 24 - Publikasi</i>	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1. jadwal kegiatan	65
Tabel 2 - Anggaran	66
Tabel 3 - Data <i>Insight</i>	101

