



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

SKRIPSI TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

ARDIKA RISQI SAMUDRA
44319010003

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ardika Risqi Samudra

NIM : 44319010003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Perancangan Creative Content 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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Ardika Risqi Samudra

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ardika Risqi Samudra

NIM :44319010003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi :Perancangan *Creative Content* 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 Strata 1 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





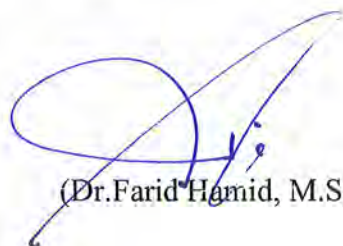

Jakarta, 5 September 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, 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. Akhirnya, penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) ini dengan judul “ Perancangan Creative Content Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan *Brand awareness* Pada UMKM Yetty Florist Di DKI Jakarta”.

Dalam penyusunan skripsi ini, Penulis tahu dan sadar masih terdapat banyak kekurangan yang harus diperbaiki, oleh sebab itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun dan solutif akan sangat membantu penulis dalam memperbaiki penyusunan skripsi ini. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu dengan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Suman Jaya M.Ikom selaku dosen pembimbing 1, terima kasih atas setiap waktu, masukan, motivasi, bimbingan dan pengetahuan berharga yang selalu diberikan kepada Penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Wiyanto Hidayatullah M.Ikom selaku dosen pembimbing 2, terima kasih atas setiap waktu, masukan, motivasi, bimbingan dan pengetahuan berharga yang selalu diberikan kepada Penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

3. Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed selaku ketua sidang skripsi
4. Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom selaku penguji skripsi.
5. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana
6. Dr. Irmulan Sati, M.Si Selaku wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
7. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi (2023 – Sekarang) sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik.
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. 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
10. Dosen Universitas Mercu Buana, Khususnya Dosen Ilmu Komunikasi yang tidak bisa disebutkan satu- persatu, telah memberi ilmu selama perkuliahan ini.
11. TU Fakultas Ilmu Komunikasi yang sudah membantu penulis mencari informasi dan membantu dalam mendaftarkan sidang.

12. Kepada orang tua, Ibu Kasmini dan Alm Bapak Supardi, keluarga dan semua teman-teman yang memberi doa dan dukungan baik moril maupun materil agar penulis segera melaksanakan skripsi dan mampu menyelesaikannya.
13. Kepada Tim RAF sebagai seperjuangan skripsi Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) Rayhan Fadhillah dan Ferdiansyah Firdaus yang selalu kooperatif dan saling mendukung serta memberi semangat serta pengalaman baru dari awal hingga akhir.

Akhir kata, dengan segala skripsi ini yang kurang sempurna, harapan Penulis agar dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan bagi pembaca yang berkenan. Terima Kasih atas bantuan dari semua pihak, semoga Allah Subhanahu wa ta'ala memberikan berkah-Nya. Amin.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Agustus 2023



Ardika Risqi Samudra

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama : Ardika Risqi Samudra
NIM : 44319010003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Perancangan Creative Content 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,



(Ardika Risqi Samudra)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	10
1.3 Tujuan Perancangan	10
1.4 Manfaat Perancangan.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktisi.....	11
1.4.3 Manfaat Sosial	12
BAB II	13
GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	13
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	13
2.2 Profil Usaha	14
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku	14
2.4 Khalayak Sasaran.....	15
2.5 Peluang Usaha.....	15
BAB III.....	17
TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP.....	17
3.1 Referensi terdahulu	17
3.2 Komunikasi Pemasaran.....	20
3.3 <i>Integrated Marketing Communication</i>	23

3.4 Promosi.....	26
3.5 Bauran Promosi.....	31
3.6 Perencanaan <i>Creative Content</i>	34
3.7 AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>)	40
3.8 <i>Brand awareness</i>	41
3.9 <i>Digital Marketing</i>	43
3.9.1 Startegi <i>Digital Marketing</i>	44
3.10 Big Idea.....	47
3.11 Tipografi	48
3.12 Warna.....	49
3.13 <i>E- Commerce</i>	50
BAB IV	52
METODE PELAKSANA	52
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksana.....	52
4.1.1 Tahap Sosialisasi.....	52
4.1.2 Tahap Pelatihan.....	53
4.1.3 Tahap Pendampingan.....	53
4.1.4 Wawancara.....	56
4.2 Tahap Kegiatan.....	58
4.2.1 Perencanaan	58
4.2.2 Persiapan.....	58
4.3 <i>Indicator</i> Keberhasilan.....	59
4.4 Teknik Komunikasi	60
4.4.1 Isi	60
4.4.2 Media	60
4.4.3 Komunikasi.....	60
4.5 Jadwal Kegiatan	61
4.6 Anggaran Kegiatan	65
BAB V.....	67
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	67
5.1 Teknik Komunikasi Dalam Penjenamaan dan Membuat Konten Yang Dilaksanakan.....	67

5.1.1 Pendampingan Kegiatan Penjenamaan (<i>Branding</i>)	67
5.1.2 Pendampingan Kegiatan Promosi	72
5.2 Gambaran Tahapan- Tahapan Pelaksanaan	108
5.2.1 Tahapan Pembuatan Logo Yetty Florist	108
5.2.2 Tahapan Pembuatan <i>Tagline</i> Yetty Florist.....	110
5.2.3 Tahapan Pembuatan Aset Bentuk Desain	111
5.2.4 Tahapan Pembuatan Konten media sosial.....	112
5.2.5 Tahapan Pembuatan Desain Iklan Media Sosial.....	113
5.2.6 Tahapan Pembuatan Foto Produk	114
5.2.7 Tahapan Pembuatan Kartu Bisnis.....	115
5.3 Hasil Kegiatan & Partisipasi Peserta	116
5.3.1 Melakukan Penjenamaan (<i>Branding</i>)	116
5.3.2 Membuat Konten Media Sosial	118
5.3.3 Membuat Konten Iklan Media Sosial	118
5.3.4 Membuat Kartu Bisnis	119
5.3.5 Membuat Konten Tren.....	120
5.3.6 Membuat Konten E-Flyer	121
5.4 Implementasi Konsep Karya/Program	122
5.5 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan	123
5.5.1 Analisis Kegiatan.....	123
5.5.2 Kendala.....	125
5.5.3 Potensi Keberlanjutan.....	127
5.6 Data Penjualan	128
5.7 Publikasi Kegiatan	129
5.8 Aktivitas Media Sosial selama 1 tahun	130
BAB VI.....	133
KESIMPULAN DAN SARAN	133
6.2.1 Saran Akademis	134
6.2.2 Saran Praktis	134
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN.....	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Elora Florist.....	18
Gambar 2. Madame Florist	18
Gambar 3. Yulika Florist.....	19
Gambar 4. 3 Logo Yetty Florist	68
Gambar 5. Logo Yetty Florist	68
Gambar 6 – Aset bentuk desain feed Instagram dan Instagram story.....	71
Gambar 7. konten E-Flyer.....	72
Gambar 8. kartu bisnis	73
Gambar 9. Foto Produk Yetty Florist.....	74
Gambar 10. Konten Iklan.....	74
Gambar 11. Konsep Logo dan hasil.....	117
Gambar 12. Konten. Media Sosial.....	118
Gambar 13. Konten Iklan Media Sosial.....	119
Gambar 14. Kartu Bisnis.....	120
Gambar 15. Konten Viral.....	121
Gambar 16. Konten Iklan.....	122
Gambar 17. Kasus Penipuan.....	126
Gambar 18. Akun di retas	127
Gambar 19. Grafik data penjualan.....	129
Gambar 20. Kegiatan Publikasi	130

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Kegiatan	65
Tabel 2. Anggaran Kegiatan	66
Tabel 3. Content Pillar	75
Tabel 4. Konten Instagram.....	108
Tabel 5 - Aktivitas media sosial.....	132

