



PENDAMPINGAN DALAM PEMBUATAN KONTEN KREATIF

MELALUI MEDIA DIGITAL INSTAGRAM PADA UMKM MIE AYAM WONOGIRI

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu
Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Disusun Oleh:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAHMILA ERDIANA
44318010064

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fahmila Erdiana
NIM : 44318010064
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dalam pembuatan konten kreatif melalui media digital Instagram pada UMKM Mie Ayam Wonogiri.

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 September 2023



Fahmila Erdiana

HALAMAN PENGESAHAN UNTUK 2 PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

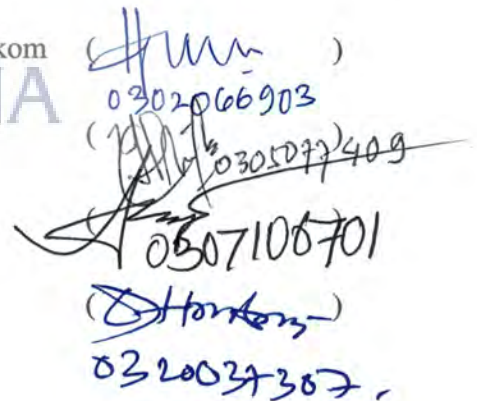
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fahmila Erdiana
NIM : 44318010064
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dalam pembuatan konten kreatif melalui media digital Instagram pada UMKM Mie Ayam Wonogiri.

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. Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.Ikom
NIDN :
Pembimbing 2 : Yani Pratomo, M.Ikom
NIDN :
Ketua Penguji : Dr. Achmad Jamil, M. Si
NIDN :
Penguji Ahli : Dudi Hartono, M.Ikom
NIDN :

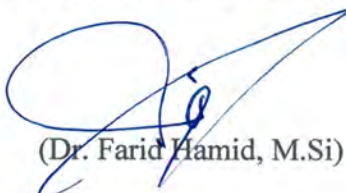

(0302066903)
(0305077)409
0307106701
(0320039307)

Jakarta, 23 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

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala berkah, rahmat, karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri yang berjudul **PENDAMPINGAN DALAM PEMBUATAN KONTEN KREATIF MELALUI MEDIA DIGITAL INSTAGRAM PADA UMKM MIE AYAM WONOGIRI**. Penyusunan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidan Studi *Advertising And Marketing Communication*.

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami. Namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini, Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalam nya kepada:

1. **Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.Kom** selaku pembimbing I dalam membuat laporan tugas akhir ini yang mana sudah memberikan waktu untuk bimbingan, memberi dukungan, tenaga, pikiran, serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
2. **Yani pratomo, M.Ikom** selaku pembimbing II dalam membuat laporan tugas akhir ini yang ana sudah memberi waktu untuk bimbingan,

3. memberi dukungan, tenaga, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
4. Ibu **Siti dan keluarga** sebagai pemilik usaha UMKM “Mie Ayam Wonogiri” yang telah bersedia untuk bekerja sama dan memberikan banyak bantuan kepada penulis dalam memberikan data-data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan laporan akhir.
5. **Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran.
6. **Dr. Irmulansari T, SH, M.Si.** selaku wakil Dekan fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran.
7. **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan Pengajaran yang baik selama penulis mengerjakan tugas akhir.
8. **Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D** selaku sekprodi 3 Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan, motivasi, pengajaran selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
9. **Yoyoh Hereyah, Dr, S.pd, M.Si** selaku dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan, motivasi, pengajaran selama penulis menyelesaikan perkuliahan.

10. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telahh memberikan waktu, tenaga, pikiran, dukungan dan pengajaran sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir.
11. Kedua orang tua tercinta sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepadaku serta atas cinta dan kasih sayang, kesabaran yang tulus Ikhlas membesarkan, merawat dan memberi dukungan moral dan material serta selalu mendoakan ku selama menempuh Pendidikan. Kebahagiaan dan rasa bangga kalian menjadi tujuan hidupku, semoga Allah senantiasa memuliakan kalian baik didunia maupun diakhirat.
12. Kaka dan adik saya tersayang Galuh Maryati dan Sofia Adriani yang selalu menghibur, memberikan dukungan yang menjadikan tempat saya berkeluh kesah dan selalu memberikan saya *energy positif*.
13. *Marcommers* 2018 yang sudah mewarnai kehidupan perkuliahan, berbagi canda, tawa, pengalaman serta memberi kenangan indah saat kuliah.
14. Ayu sofiani dan wiki widowati terimakasih sudah menjadi saudara terbaik selama 17 tahun ini yang selalu memberi semangat, dukungan dan menjadi pendengar yang baik.
15. Kepada diri sendiri,terimakasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri sendiri dari tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan

semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Allhamdulillah terimakasih dan sujud syukur ke pada Allah *subhana wa ta'ala* di tanggal 09 september 2023 ini di tanggal istimewa ini penulis bertambah umur satu tahun, terimakasih untuk kado istimewa ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. oleh karena itu, kepada semua pihak penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada almamater tercinta Universitas Mercu Buana.

Jakarta 10 Mei 2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Fahmila Erdiana
NIM : 44318010064
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dalam pembuatan konten kreatif melalui media digital Instagram pada UMKM Mie Ayam Wonogiri.

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, 23 September 2023

Yang menyatakan,



(Fahmila Erdiana)



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
Fahmila Erdiana
44318010064

Penndampingan dalam pembuatan konten kreatif melalui Media Digital Instagram pada UMKM Mie Ayam Wonogiri.

Jumlah halaman : 6 Bab+107 Halaman; 5 Tabel; 12 Gambar

ABSTRAK

Mie Ayam Wonogiri adalah Usaha Mikro dalam bentuk industri rumahan makanan berat, bertempat di Jl. Meruya Ilir Raya No.43 RT.5/RW.7 Srengseng, Kecamatan Kembangan, Kota Jakarta Barat,. Usaha ini sudah di jalankan oleh Ibu Siti selama 32 sejak tahun 1991.

Dalam menjalankan usahanya, Mie ayam Wonogiri masih menghadapi banyak permasalahan, diantaranya belum ada unsur-unsur *branding* seperti packaging dan logo yang menarik serta media promosi. Berdasarkan permasalahan tersebut, dapat dianalisa bahwa perlu untuk dilakukan pendampingan dalam segi promosi agar Mie Ayam Wonogiri dapat mencapai tingkat angka penjualan.

Pada kegiatan pendampingan ini penulis sebagai konten kreatif memiliki tugas dalam hal pembuatan *content* di Instagram, membuat desain logo, kartru ucapan (*greeting card*) agar mitra memiliki identitas produk sehingga memudahkan untuk meningkatkan angka penjualan, serta mengambil gambar produk dari “Mie Ayam Wonogiri” untuk dijadikan *feeds* yang menarik di media sosial. Sehingga, promosi yang dilakukan dapat dikenal oleh konsumen dan semakin memperluas target pasar Mie Ayam Wonogiri.

Setelah seluruh kegiatan pendampingan telah dilakukan mitra sudah mulai melanjutkan semua kegiatan yang dilakukan selama pendampingan seperti pemanfaatan unsur-unsur branding dan pembuatan konten-konten kreatif dalam bentuk gambar maupun video pada media sosial Mie Ayam Wonogiri.

Kata Kunci : UMKM, Konten kreatif, Media sosial, Komunikasi pemasaran, Promosi, *Content Marketing*.



*Mercu Buana University
Faculty of Communication
Study Program Advertising & Marketing Communication
Fahmila Erdiana
44318010064*

Assistance in Creating Creative Content Through Instagram Digital Media For Wonogiri Chicken Noodle UMKM

Number of pages : 6 Chapters + 107 Pages: 5 Tables: 12 Images

ABSTRACT

Wonogiri Chicken Noodles is a Micro Business in the form of industry that sells heavy food, located on Jl. Meruya ilir Raya No 43 RT. 5/RW.7 Srengseng, Kembangan District, west Jakarta City. This business has been run by Mrs. Siti for 23 years since 1991.

In running its business, Wonogiri Chicken Noodles still faces many problems, including the lack of branding elements such as attractive packaging and logos and promotional media. Based on these problems, it can be analyzed that assistance is needed in terms of promotion so that Wonogiri Chicken Noodles can reach sales figures.

In this mentoring activity, the writer as creative content has the task of creating content on Instagram, making logo designs, greeting cards so that partners have a product identity so that it makes it easier to increase sales figures, and take product pictures of Mie Ayam Wonogiri for used as interesting feeds on social media. So, the promotions carried out can be recognized by consumers and further expand the target market for Wonogiri Chicken Noodles.

After all the mentoring activities have been carried out, the partner has started to continue all the activities carried out during the mentoring, such as utilizing branding elements and creating creative content in the form of images and videos on Wonogiri Chicken Noodle social media.

Keywords: *MSMEs, creative content, social media, marketing communications, branding, promotions, content marketing.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	11
1.3 Tujuan.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Praktis.....	11
1.4.2 Manfaat sosial.....	11
1.4.3 Manfaat Akademis	12
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	13
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM	13
2.2 Profil Usaha.....	16
2.3 Sumber Daya dan Bahan baku	16
2.4 Analisis Kompetitor	18
2.5 Khalayak Sasaran	18
2.5.1 Mitra	18
2.5.2 Audiens	19
2.5.3 Segmentasi Pasar	19

2.5.3.1 Demografi	19
2.5.3.2 Geografi	19
2.5.3.3 Psikografi	19
2.6 Peluang Usaha	20
2.7 Analisis SWOT.....	20
2.8 Kerjasama yang disepakati antara penulis dengan mitra.....	21
2.9 Strategi Kreatif	22
2.10 Media Digital.....	23
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP.....	24
3.1 Penelitian Terdahulu	24
3.2 Komunikasi Pemasaran	29
3.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	29
3.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	30
3.2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	31
3.2.4 Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran	32
3.3 Konten Kreatif.....	33
3.4 Unsur-unsur Konten Kreatif	33
3.4 <i>Creative Strategy</i>	34
3.5 <i>Creative Brief</i>	35
3.6 <i>Digital Marketing</i>	35
3.7 Media Sosial.....	37
3.8 Instagram	38
3.9 <i>Sosial Media Marketing</i>	40
3.10 Manfaat Media Sosial <i>Marketing</i>	42
3.11 <i>Content Marketing</i>	43
3.12 <i>Content Marketing</i> Untuk Bisnis <i>Food & Beverage</i>	43
3.13 Promosi.....	44
3.13.1 Tujuan Promosi.....	45
3.13.2 Bauran Promosi (<i>promotion Mix</i>)	46
3.14 Konsep AISAS	47
3.15 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	49

3.15.1 Definisi UMKM	49
3.15.2 Kriteria UMKM	50
3.15.3 Ciri dan Karakteristik	51
BAB IV METODE PELAKSANAAN	54
4.1 Teknik Pelaksanaan atau Tata Cara Pelaksanaan.....	54
4.1.1 Observasi	54
4.1.2 Wawancara Mendalam.....	55
4.1.3 Diskusi	56
4.1.4 Konsultasi	57
4.1.5 Simulasi	58
4.2 Tahapan Kegiatan	58
4.2.1 Tahapan Penelitian.....	58
4.2.2 Pendampingan	59
4.2.3 Perencanaan	59
4.2.4 Persiapan	59
4.2.5 Pelaksanaan	60
4.3 Tahapan Kerja konten kreatif.....	61
4.4 Teknik komunikasi.....	63
4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan kegiatan	63
4.5.1 Memperkuat <i>Brand Identity</i>	64
4.5.2 Pembuatan Strategi Kreatif Untuk Iklan.....	64
4.5.3 Rencana <i>Timetable</i> dan Big Idea Konten.....	64
4.5.4 Pembuatan Konten.....	64
4.5.5 Pembuatan Desain logo	65
4.6 Anggaran Kegiatan	65
4.7 Jadwal Kegiatan	66
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....	68
5.1 Teknik komunikasi	68
5.2 Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan dengan Mitra	68
5.3 Pendampingan Kegiatan Promosi.....	72
5.4 Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan.....	83

5.4.1 Tahap Pembuatan Desain logo.....	83
5.4.2 Tahap Pembuatan Stiker Kemasan	83
5.4.3 Tahapan Pembuatan Konten Media Sosial	83
5.4.4 Tahap Pembuatan Desain iklan dimedia sosial.....	84
5.4.5 Tahap Pembuatan Desain Menu	84
5.4.6 Tahapan Foto Produk	84
5.4.7 Kegiatan Promosi yang dilakukan Mie Ayam Wonogiri	84
5.5 Tahapan Pasca-Pendampingan	85
5.5.1 Proses pendampingan dengan Mitra mengenai penggunaan media sosial Instagram.....	86
5.5.2 Proses Pendampingan Bersama Mitra	87
5.5.3 Konten-konten yang dibuat oleh mitra pasca pendampingan	88
5.5.4 Alat yang digunakan	89
5.5.5 Menggunakan Media Luar Ruangan	90
5.6 Perbandingan Pra-Pendampingan dan Pasca-Pendampingan.....	91
5.7 Pendapatan Perbulan Mitra Sesudah Pendampingan	92
5.8 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan	92
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
6.1 Kesimpulan.....	96
6.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tahapan Kerja konten kreatif	61
Tabel 4.2 Anggaran Kegiatan	65
Tabel 4.3 Jadwal Kegiatan.	66
Tabel 5.1 Hasil Konten Instagram.....	75
Tabel 5.2 Perbandingan Pra-Pendampingan dan Pasca-Pendampingan	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah UMKM masuk sektpr Ekosistem di Indonesia	1
Gambar 1.2	Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	4
Gambar 1.3	Gambar Pengguna Instagram.....	7
Gambar 2.1	Produk Mie Ayam Wonogiri	14
Gambar 2.2	Lokasi	15
Gambar 3.1	Referensi Rujukan.....	27
Gambar 5.1	Logo Mie Ayam Wonogiri	69
Gambar 5.2	Stiker Kemasan	70
Gambar 5.3	Akun Instagram Mie Ayam Wonogiri.....	71
Gambar 5.4	Daftar Menu.....	72
Gambar 5.5	<i>Pamflet</i> Promo Tahun Baru Islam.....	73
Gambar 5.6	Foto produk.....	74
Gambar 5.7	Kegiatan promosi.....	85
Gambar 5.8	Proses pendampingan dengan Mitra	86
Gambar 5.9	Proses Pendampingan Bersama Mitra	88
Gambar 5.10	Konten yang dibuat oleh mitra	89
Gambar 5.11	Alat yang digunakan.....	90
Gambar 5.12	Media Luar Ruangan.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 TRANSKRIP WAWANCARA.....	100
LAMPIRAN 2 DOKUMENTASI.....	103
LAMPIRAN 3 Lokasi Kegiatan	106
LAMPIRAN 4 SURAT IZIN KAMPUS	107
LAMPIRAN 5 SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERRJASAMA DARI MITRA.....	108
LAMPIRAN 6 <i>CURRICULUME VITAE</i>	109

