



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PEMBUATAN KONTEN DIGITAL INSTAGRAM KEDAI ENAK  
SEMUA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWERNES**

**TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 (S-1)

Ilmu Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

**Disusun Oleh:**

**Donatus Paul Raja Koban**

**44318010012**

**BIDANG STUDI PERIKLANAN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Donatus Paul Raja Koban  
NIM : 44318010012  
Program Studi : Marketing Comunnication  
Judul Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri : Pembuatan Konten Digital  
Instagram Kedai “Enakksemua”  
Untuk Meningkatkan Brand  
Awareness

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri 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 Tugas Akhir Peduli Negeri saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 27 Januari 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Donatus Paul Raja Koban

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Ikhsan Miftahuddin  
NIM : 44318010026  
Program Studi : Marketing Communication  
Judul Laporan Skripsi : “Perancangan Media  
Planning Instagram @KedaiEnakSemua Untuk Meningkatkan Brand  
Awareness”

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.

Pembimbing 1 : Dudi Hartono, M.I.Kom  
NIDN : 0320037307  
Pembimbing 2 : Sandy Permata, S.Sos.M.I.Kom  
NIDN : 0323128306  
Ketua Penguji : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed  
NIDN : 0316088201  
Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom  
NIDN : 0316129201



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Disahkan oleh:

Menyetujui Ketua Bidang Studi periklanan dan komunikasi pemasaran



Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

Jakarta, 27 Januari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Elly Yulawati, M.Si

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, dan karunianya yang tiada ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir peduli negeri ini.

Dengan laporan tugas akhir ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang 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-dalamnya kepada:

1. Bapak **Dudi Hartono, M.IKom** selaku pembimbing I dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.
2. Ibu **Sandy Permata, S.Sos.M.I.Kom** selaku pembimbing II dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.
3. Ibu **Dewi Sad Tanti, M.Ikom** selaku ketua siding seminar proposal Yang sudah dilaksanakan sebelumnya, terimakasih untuk arahan dan petunjuk yang telah diberikan untuk membimbing kami menyelesaikan tugas akhir penulis
4. **Mas alfar** sebagai pemilik usaha “kedai ENAKKSEMUA” yang telah bersedia bekerjasama dan memberikan banyak bantuan kepada penulis dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk laporan tugas akhir.
5. Ibu **Dr. Elly Yuliawati, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran
6. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.

7. Ibu **Eka Perwitasari Fauzi, M. Ed** selaku Ketua Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication*, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication* yang telah memberikan dukungan, tenaga, pikiran, waktu, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.

Ucapan terima kasih yang berlimpah tentunya penulis sampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala doa dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu segala kritikan dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Terima kasih atas bantuan dari semua pihak, semoga Allah memberikan berkah-Nya.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 09 Januari 2023

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Donatus Paul Raja Koban  
NIM : 44318010012  
Program Studi : Marketing Comunication  
Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi : Pembuatan Konten Digital Instagram Kedai “Enakksemua” Untuk Meningkatkan Brand Awareness

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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta 27 Januari 2023  
Yang menyatakan,



(Donatus Paul Raja Koban)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication  
Donatus Paul Raja Koban  
44318010012

## **Pembuatan konten digital Instagram Kedai Enakksemua untuk meningkatkan brand awareness**

Jumlah Halaman : -+79

Bibliografi : 4 Jurnal + 7 Buku + 2 Artikel, Tahun 2002–2021'

### **ABSTRAK**

*Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia pada Dua tahun belakangan sangat berdampak pada perekonomian masyarakat, terutama pada bidang makanan dan minuman. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan mengenai pentingnya komunikasi pemasaran dan teknologi bagi para pemilik usaha. Pada era media sosial saat ini, Sebuah konten penting diperhatikan untuk membangun engagement serta dapat meningkatkan brand awareness. Pada TAPN ini berfokus memberikan pendampingan dalam pembuatan konten yang dapat membangun engagement dengan konten-konten yang menarik dan bervariasi dari produk Kedai enakksemua melalui pelatihan foto produk dan pelatihan editing dan pemilihan publikasi media promosi digital. Setelah mengikuti kegiatan ini, pelaku usaha memiliki kemampuan membuat konten promosi digital yang dilakukan dengan mudah dan cepat hanya dengan smartphome, studio box, dan Canva. Diharapkan setelah kegiatan ini, para pelaku usaha secara konsisten dalam melakukan branding agar para konsumen dapat melihat dan tertarik sehingga bisa menciptakan brand awareness yang tepat di media sosial.*

**Kata Kunci:** Brand Awareness, Branding, Konten Kreatif, Media Sosial





Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication  
Donatus Paul Raja Koban  
44318010012

Creation of digital content for Kedai Enakkall's Instagram to increase brand awareness

Number of Pages :-+79

Bibliography: 4 Journals + 7 Books + 2 Articles, 2002–2021'

### ***ABSTRACT***

The Covid-19 pandemic that hit Indonesia in the last two years has had a major impact on the people's economy, especially in the food and beverage sector. This is due to a lack of knowledge regarding the importance of marketing communications and technology for business owners. In the current era of social media, it is important to pay attention to content to build engagement and increase brand awareness. TAPN focuses on providing assistance in creating content that can build engagement with interesting and varied content from Kedai Delicious products through product photo training and editing training and selecting digital promotional media publications. After participating in this activity, business actors have the ability to create digital promotional content which can be done easily and quickly with just a smartphone, studio box, and Canva. It is hoped that after this activity, business actors will consistently carry out branding so that consumers can see and be interested so that they can create the right brand awareness on social media.

Keywords: Brand Awareness, Branding, Creative Content, Social Media



## 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>LEMBAR PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</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>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar belakang .....	1
1.2. Permasalahan .....	7
1.3. Tujuan .....	7
1.4. Mamfaat.....	8
1.4.1 manfaat Akademis .....	8
1.4.2 Manfaat sosial .....	8
1.4.3 Manfaat praktis .....	8
<b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....</b>	<b>9</b>
2.1 Sasaran kegiatan umkm .....	9
2.2 Profil usaha .....	12
2.3 Sumber daya dan bahan baku .....	12
2.4 Khalayak Sasaran .....	13
2.5 Peluang Usaha .....	14
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERENCANAAN .....</b>	<b>15</b>
3.1.2 Best Practice .....	17
3.2 Digital Marketing Communication.....	18
3.3 Iklan .....	20
3.3.1 Definisi Iklan .....	20
3.3.2 Tujuan Iklan .....	21
3.4 Komunikasi Visual .....	21
3.5 Creative Strategy .....	24

3.6 Fotografi .....	24
3.6.1 Food Photography .....	25
3.7 Vidiografi.....	26
3.8 Content Marketing .....	26
3.9 Dimensi Content Marketing .....	27
<b>BAB IV METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Teknik Atau Tatacara Pelaksanaan.....	28
4.1.1 Observasi.....	28
4.1.2 Wawancara.....	29
(Tabel 4.wawancara) .....	30
4.1.3 Diskusi .....	31
4.1.4 Konsultasi .....	31
4.1.5 Simulasi .....	32
4.2 Membuat Creative Brief .....	32
4.2.1 Big Idea .....	32
4.2.2 Strategi konten .....	32
4.2.3 Refrensi Karya .....	35
4.2.4 Conten pilar.....	35
4.3 Tahapan Kegiatan .....	39
4.3.1 Tahap pelatihan .....	39
4.3.2 Pendampingan.....	39
4.3.3 Perencanaan .....	40
4.3.4 Persiapan .....	41
4.3.5 Pelaksanaan.....	41
4.4 Tahap kerja .....	42
4.5 Teknik Komunikasi .....	42
4.6 Bentuk Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan.....	43
4.7 Anggaran .....	44
4.8 Jadwal .....	44
<b>BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN .....</b>	<b>47</b>
5.1 Hasil yang dicapai .....	47
5.1.1 Teknik Komunikasi Yang Dilakukan Selama Masa Pendampingan .....	48
5.1.2 Promosi Online .....	49

a. Konten flyer Promo <i>Online</i> Hari Kemerdekaan Indonesia .....	49
b. Konten Ucapan Hari Raya Idul Fitri .....	50
c. Pembuatan Konten Video Reels Keperluan Aktivitas Promosi .....	51
5.2 Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan .....	52
5.2.1 Tahapan Pembuatan Konten Instagram .....	52
5.2.2 Tahapan Pembuatan Reels .....	52
5.2.3 Tahapan Foto Produk .....	53
5.3 Hasil Kegiatan dan Hasil Partisipasi .....	53
5.3.1 Memfokuskan untuk <i>Branding</i> produk Pada kedai enakksemua.....	53
5.3.2 Membuat Konten di Media Sosial .....	54
5.4 Implementasi Karya.....	55
5.4.1 Big Idea .....	55
5.4.2 Laporan Media Sosial .....	55
5.5 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan .....	55
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>58</b>
6.1 Kesimpulan.....	58
6.2 Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 pendampingan terdahulu .....	17
Tabel 4.1 wawancara .....	30
Tabel 4.2 creative brief .....	34
Tabel 4.3 Conten pilar .....	36
Tabel 4.4 Conten Kelender .....	38
Tabel 4.5 Budget .....	38
Tabel 4.6 uraian kegiatan pendampingan.....	40
Tabel 4.7 tahapan kerja creative director .....	42
Tabel 4.8 indikator keberhasilan .....	43
Tabel 4.9 anggaran .....	44
Tabel 4.10 Jadwal kekuatan pendampingan.....	46



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 presentase penggunaan media sosial .....	2
Gambar 1.2 Dokumentasi medua sosial instagram @rotikukus88 .....	5
Gambar 1.3 Dokumentasi pada akun sosial media@ENAKKSEMUA.....	6
Gambar 2.1 dokumentasi pribadi .....	10
Gambar 2.2 dokumentasi pada akun sosial media @ENAKKSEMUA.....	11
Gambar 3.1 Dokumentasi pada akun sosial media @serabikangsena .....	17
Gambar 3.2 Tone warna .....	23
Gambar 4.1 dokumentasi pribadi lokasi usaha.....	28
Gambar 4.2 dokumentasi pribadi refrensi social media .....	35
Gambar 4.3 dokumentasi pribadi social media enakksemua .....	41

