



**PERENCANAAN PENDAMPINGAN CREATIVE DIRECTOR
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA
MITRA JB PELANGI**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

NABILA UFAIRA PASSA AZHARI

MERCU BUANA
44320010025

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

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Ufaira Passa Azhari
NIM : 44320010025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan skripsi : PERENCANAAN PENDAMPINGAN *CREATIVE DIRECTOR* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA MITRA JB PELANGI

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, 30 Juli 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Nabila Ufaira Passa Azhari

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nabila Ufaira Passa Azhari
NIM : 44320010025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PERENCANAAN PENDAMPINGAN *CREATIVE DIRECTOR* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA MITRA JB PELANGI

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 : Dudi Hartono M.Ikom
NIDN : 0320037307
Pembimbing 2 : Andri Budiwidodo, M.Ikom
NIDN : 0313037302
Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, Ph.D
NIDN : 0324128202
Penguji Ahli : Gadis Octory, M.Ikom
NIDN : 0314108803



Jakarta, (20 Juli 2024)

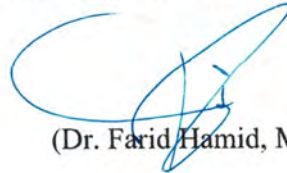
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran 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 Komunikasi Pemasaran dan Periklanan.

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 Hartanto, 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. Bapak **Andri Budiwidodo, S.Si M.Ikom** 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 **Melly Ridaryanti, M.Soc.Sc, Ph.D** selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
4. 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.
5. Kepada Bapak/Ibu Tata Usaha yang sudah membantu kami dalam proses penyerahan dokumentasi yang dibutuhkan dalam laporan tugas akhir.

6. Bapak **Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan yang telah memberikan dukungan, tenaga, pikiran, waktu, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
8. Ibu **Astatik** sebagai pemilik Mitra JB PELANGI yang telah bersedia bekerja sama membantu penulis dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk laporan tugas akhir.
9. Kepada Kedua orang tua saya, yang menjadi motivasi terbesar saya menyelesaikan perkuliahan hingga mendapatkan gelar.
10. Kepada tim TAPN JB PELANGI, Adel dan Hanny yang sudah berjuang bersama dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Selalu mendukung satu sama lain dan menyediakan waktunya untuk menemani, menghibur, dan mendengarkan keresahan saat penulisan tugas akhir ini.

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. Maka dari itu terima kasih atas kritik dan saran yang diberikan.

Jakarta, 30 Mei 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 : Nabila Ufaira Passa Azhari
NIM : 44320010025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PERENCANAAN PENDAMPINGAN *CREATIVE DIRECTOR* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA MITRA JB PELANGI

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, 30 Juli 2024
Yang menyatakan,



Nabila Ufaira Passa Azhari

ABSTRAK

Nama : Nabila Ufaira Passa Azhari
NIM : 44320010025
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Perencanaan Pendampingan Creative Director
Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada
Mitra JB PELANGI.
Pembimbing : Dudi Hartono, M.Ikom
Andri Budiwidodo, S.Si,M.Ikom

JB PELANGI merupakan usaha yang menjual camilan kerupuk pedas. Salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. JB PELANGI di produksi oleh CV. Khadijah Berlian Kejora yang berlokasi di Jl. AMD RT.1/1 Gelam Jaya, Kec. Pasar Kemis, Kab. Tangerang. UMKM JB PELANGI di rintis oleh Ibu Astatik mulai dari tahun 2011 hingga saat ini. Pada saat ini mitra masih mengalami beberapa permasalahan dalam menentukan strategi *branding* yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness*. Dalam menjalankan usahanya ini masih banyak menghadapi permasalahan, diantaranya banyak kompetitor yang menjual camilan seperti JB PELANGI dan kurang aktifnya dalam membuat konten. Guna memperkenalkan dan memperluas pangsa pasar produk, UMKM JB PELANGI harus meningkatkan *brand awareness* dalam membangun loyalitas konsumen sehingga dapat memperluas penjualan. Dalam membangun *positioning* di benak konsumen melalui konten, UMKM dapat menggunakan *content marketing* untuk aktivitas promosi di media sosial. Dengan memperkuat *brand identity* produk akan jauh lebih dikenal melalui logo, kemasan, tagline, warna, dll. *Re-design* kemasan serta logo akan disesuaikan dengan identitas *brand* yang akan dibuat sebagai atribut *brand*. Hal ini dapat mengukur keberhasilan *branding* di media sosial, melihat dari peninjauan *insight* konten yang telah diunggah untuk dievaluasi sehingga dapat menghadirkan konten yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan memberikan konten yang menarik, peningkatan branding JB PELANGI akan meluas di benak masyarakat serta membuat konten yang sesuai dengan identitas brand agar UMKM JB PELANGI dapat dikenal lebih mudah di khalayak.

Kata Kunci: *konten kreatif, brand identity, UMKM, JB PELANGI, brand awareness.*

ABSTRACT

Name : Nabila Ufaira Passa Azhari
NIM : 44320010025
Study Program : Advertising & Marketing Communication
Title Thesis : Planning for Creative Director Assistance in Increasing Brand Awareness of JB PELANGI Partners.
Counsellor : Dudi Hartono, M.Ikom
Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom

JB PELANGI is a business that sells spicy cracker snacks. One of the Micro, Small and Medium Enterprises. JB PELANGI is produced by CV. Khadijah Berlian Kejora which is located on Jl. AMD RT.1/1 Gelam Jaya, Kec. Kemis Market, Kab. Tangerang. JB PELANGI UMKM was started by Mrs. Aistik starting from 2011 until now. Currently, partners are still experiencing several problems in determining the right branding strategy to increase brand awareness. In running this business, they still face many problems, including many competitors who sell snacks such as JB PELANGI and a lack of activity in creating content. In order to introduce and expand product market share, JB PELANGI MSMEs must increase brand awareness in building consumer loyalty so they can expand sales. In building positioning in consumers' minds through content, MSMEs can use content marketing for promotional activities on social media. By strengthening the brand identity, the product will be much better known through the logo, packaging, tagline, colors, etc. The re-design of the packaging and logo will be adjusted to the brand identity which will be made into a brand attribute. This can measure the success of branding on social media, looking at the insight review of content that has been uploaded for evaluation so that it can provide content that suits people's needs. By providing interesting content, improving JB PELANGI's branding will spread in the minds of the public and create content that is in accordance with the brand identity so that JB PELANGI MSMEs can be recognized more easily by the public.

Keywords: *creative content, brand identity, UMKM, JBPELANGI, brand awareness.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	12
1.3 Tujuan Tugas Akhir Peduli Negeri	12
1.4 Manfaat.....	13
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	14
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM	14
2.2 Profil Usaha.....	16
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	17
2.4 Khalayak Sasaran Audiens	20
2.5 Peluang Usaha	20
2.6 Analisis SWOT	21
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	23
3.1 Referensi Karya.....	23
3.2 Komunikasi Pemasaran	24
3.3 Media Sosial.....	25
3.3.1 Instagram.....	26

3.3.2 Tiktok	27
3.4 <i>Brand Awareness</i>	28
3.5 Desain Komunikasi Visual.....	28
3.6 Desain Grafis.....	29
3.7 Copywriting.....	29
3.8 Tipografi.....	30
3.9 Fotografi.....	30
3.10 Teori Warna.....	31
3.11 Referensi Karya.....	33
3.12 Konsep Strategi dan Eksekusi	34
3.13 Aplikasi yang Digunakan	36
BAB IV METODE PELAKSANAAN	38
4.1 Teknik Tata Cara Pelaksanaan	38
4.4.1 Observasi	38
4.4.2 Wawancara	38
4.4.3 Diskusi.....	39
4.4.4 Konsultasi.....	40
4.4.5 Simulasi	41
4.2 Tahapan Kegiatan.....	42
4.2.1 Tahap Pelatihan	42
4.2.2 Pendampingan	43
4.2.3 Perencanaan	43
4.2.4 Persiapan.....	43
4.2.5 Pelaksanaan	46
4.3 Tahapan Kerja Creative Director	47
4.4 Teknik Komunikasi	48
4.5 Bentuk – Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan	48
4.5.1 Memperkuat Brand Identity	48
4.5.2 Pembuatan Strategi Kreatif Unik Iklan	48
4.5.3 Rencana <i>Timetable</i> dan <i>Big Idea</i> Konten	49
4.5.4 Pembuatan Konten.....	49

4.5.5 Pembuatan Design Packaging	49
4.5.6 Kriteria Keberhasilan Pendampingan.....	49
4.6 Anggaran Kegiatan.....	50
4.7 Jadwal Kegiatan	51
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN..	57
5.1 Hasil Yang Dicapai	57
5.1.1 Teknik Komunikasi.....	58
5.1.2 Gambaran Tahap – Tahap Pelaksanaan	59
5.1.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	62
5.2 Implementasi Konsep Karya	78
5.2.1 Big Idea	78
5.2.2 Laporan Media Sosial	79
5.3 Tahapan Pasca-Pendampingan	107
5.3.1 Proses Pendampingan Bersama Mitra	107
5.3.2 Konten – Konten yang Dibuat oleh Mitra Pasca Pendampingan	110
5.3.3 Hasil Kriteria Key Performance Indikator (KPI).....	113
5.3.4 Realisasi Anggaran Dana.....	113
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan.....	114
5.4.1 Analisis Kegiatan.....	114
5.4.2 Kendala.....	116
5.4.3 Potensi Keberlanjutan.....	116
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
6.1 Kesimpulan.....	120
6.2 Saran.....	121
6.2.1 Saran Akademis	121
6.2.2 Saran Praktis	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis SWOT	21
Tabel 3. 1 Kegiatan Pendampingan Terdahulu	23
Tabel 3. 2 <i>Content Pillars</i>	34
Tabel 3. 3 Aplikasi Editing	37
Tabel 4. 1 Tahapan Kerja Kreatif Director	47
Tabel 4. 2 Key Performance Indicator	49
Tabel 4. 3 Anggaran Dana	50
Tabel 4. 4 Jadwal Kegiatan	51
Tabel 5. 1 Konten <i>Giveaway</i>	64
Tabel 5. 2 Konten <i>BIG SALE & Perfect Bundling</i>	65
Tabel 5. 3 Konten Media Sosial	66
Tabel 5. 4 Konten <i>Endorsment</i>	69
Tabel 5. 5 Konten Instastory	70
Tabel 5. 6 Konten Tiktok	73
Tabel 5. 7 Pembuatan <i>Packaging</i>	76
Tabel 5. 8 <i>Insight Konten di Media Sosial</i>	79
Tabel 5. 9 Konten Dibuat Oleh Mitra	110
Tabel 5. 10 Perbandingan Pra-Pendampingan dan Pasca- Pendampingan	111
Tabel 5. 11 Hasil Key Perfomance Indikator	113
Tabel 5. 12 Realisasi Anggaran Dana	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Analisis Pengguna Media Sosial	2
Gambar 1. 2 Pengguna Analisis Platform	2
Gambar 1. 3 Instagram JB PELANGI.....	3
Gambar 1. 4 Instagram Keripik Jabrig.....	5
Gambar 1. 5 Tiktok Keripik Jabrig	6
Gambar 1. 6 Instagram cacafood.idn	7
Gambar 1. 7 Tiktok cacafood.idn.....	8
Gambar 1. 8 Instagram Kedardich	9
Gambar 1. 9 Tiktok Kedardich.....	10
Gambar 2. 1 Alamat Mitra	14
Gambar 2. 2 Produk JB PELANGI.....	15
Gambar 2. 3 Kerupuk JB PELANGI	17
Gambar 2. 4 Penggilingan Bumbu	19
Gambar 2. 5 Wajan	19
Gambar 2. 6 Produk JB PELANGI.....	19
Gambar 3. 1 Teori Warna.....	31
Gambar 3. 2 Lingkaran Warna Mussel	32
Gambar 3. 3 Jenis Warna	32
Gambar 3. 4 Contoh Desain Kemasan	34
Gambar 4. 1 Re-design.....	45
Gambar 4. 2 Template Design	46
Gambar 5. 1 Rebranding Logo JB PELANGI	62
Gambar 5. 2 Font Logo	63
Gambar 5. 3 Hasil Konten Media Partner.....	68
Gambar 5. 4 Hasil Pembuatan Box & Stiker	77
Gambar 5. 5 Hasil Pembuatan Greeting Card.....	78
Gambar 5. 6 Pendampingan Pembuatan Konten pada Mitra	108
Gambar 5. 7 Pendampingan Pembuatan Konten pada Mitra	108
Gambar 5. 8 Pendampingan Pembuatan Konten pada Mitra	109
Gambar 5. 9 Hasil Pendampingan Pada Mitra	117
Gambar 5. 10 Calender Marketing Planner.....	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara	126
Lampiran 2. Curriculum Vitae	129
Lampiran 3. Anggaran Kegiatan	130
Lampiran 4. Susunan Organisasi.....	131
Lampiran 5. Persetujuan Mitra.....	132
Lampiran 6. Lokasi Kegiatan.....	133
Lampiran 7. Dokumentasi.....	134
Lampiran 8 Publikasi Media	139



UNIVERSITAS
MERCU BUANA