



**PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL PADA
MITRA JB PELANGI UNTUK MENINGKATKAN
*BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

ADELIA FITRI RAMADHANI

44320010035

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelia Fitri Ramadhani
NIM : 44320010035
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA
SOSIAL PADA MITRA JB PELANGI UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

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, (29 Juli 2024)

A 1000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPUKUH RUPIAH', '1000', 'TEL. 20', 'METERAI TEMBEL', and the serial number '11E32ALX274188683'. The signature is in black ink and appears to be 'Adelia Fitri Ramadhani'.

Adelia Fitri Ramadhani

HALAMAN PENGESAHAN


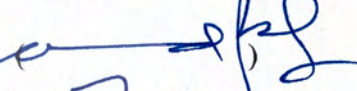


Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Adelia Fitri Ramadhani
NIM : 44320010035
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA
SOSIAL PADA MITRA JB PELANGI 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.

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)

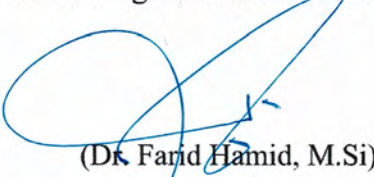
Mengetahui,

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 saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri yang berjudul **Pendampingan Pengelolaan Media Sosial Pada Mitra Jb Pelangi Untuk Meningkatkan Brand Awareness**.

Tujuan penyusunan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Pemasaran Dan Periklanan.

Dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini, tidak sedikit kesulitan yang penulis alami tetapi berkat dukungan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan Terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak **Dudi Hartono, M.Ikom** selaku pembimbing I dalam membuat laporan tugas akhir ini yang mana sudah memberi waktu untuk membimbing, memberi dukungan, tenaga, pikiran, serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
2. Bapak **Andri Budiwidodo, S.Si M.Ikom** selaku pembimbing II dalam membuat laporan tugas akhir ini yang mana sudah memberi waktu untuk membimbing, memberi dukungan, tenaga, pikiran, serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
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. Bapak **Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran
6. Ibu **Astatik** sebagai pemilik mitra JB PELANGI yang telah bersedia bekerja sama memberikan banyak bantuan kepada penulis dalam memberikan data – data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan laporan tugas akhir.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan yang telah memberikan dukungan, waktu, tenaga, pikiran, dan pengajaran yang baik sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik.
8. Kepada para staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi atas segala bantuan yang telah diberikan, administrasi perkuliahan selama penulis aktif kuliah.
9. Kepada kedua orang tua saya, yang telah memberikan dukungan serta menjadi motivasi besar saya untuk menyelesaikan perkuliahan hingga mendapatkan gelar.
10. Kepada Tim TAPN JB PELANGI, Faira dan Hanny yang sudah berjuang Bersama dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Selalu mendukung satu sama lain dan menyediakan waktunya untuk menemani, menghibur dan mendengarkan keluh kesah pada saat penulisan tugas akhir ini.

Ucapan Terima Kasih kepada seluruh pihak yang juga menyediakan waktu, mendukung, menghibur, dan juga berjuang bersama Penulis yang mana tidak bisa disebutkan satu persatu.

Dalam laporan tugas akhir ini Penulis menyadari bahwasannya banyak kekurangan. Maka dari itu terimakasih atas kritik dan saran yang diberikan.

Jakarta, 30 Mei 2024

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Adelia Fitri Ramadhani
NIM : 44320010035
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA
SOSIAL PADA MITRA JB PELANGI 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.

MERCU BUANA

Jakarta, (29 Juli 2024)

Yang menyatakan,


(Adelia Fitri Ramadhani)

ABSTRAK

Nama : Adelia Fitri Ramadhani
NIM : 44320010035
Program Studi : *Advertising And Marketing Communication*
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Pengelolaan Media Sosial Pada Mitra JB
PELANGI Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*
Pembimbing : 1. Dudi Hartono, M.Ikom
2. Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom

JB PELANGI merupakan 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. JB PELANGI merupakan usaha makanan kerupuk pedas dan juga gurih, UMKM JB PELANGI di rintis oleh Ibu Astatik mulai dari tahun 2011 hingga sekarang. Pada saat ini Mitra masih mengalami beberapa permasalahan dalam menentukan strategi *branding* yang tepat agar dapat meningkatkan brand awareness. Untuk dapat bersaing di pasar yang semakin ketat, Mitra harus beradaptasi dan bersaing dalam era digital ini. Promosi yang masih belum maksimal dilakukan oleh Mitra JB PELANGI yaitu promosi digital. Dalam melakukan kegiatan pendampingan dan pengelolaan terhadap Mitra, penulis sebagai *Media Planner* memiliki peran dalam menentukan media apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi di era *modern* saat ini agar *branding* dan promosi yang dilakukan telah sesuai dengan target pemilihan media. Selain itu strategi yang akan dijalankan juga bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* terhadap target pasar JB PELANGI. Setelah dilakukannya strategi *branding*, *brand awareness* mengalami peningkatan yang dapat dilihat melalui insight dari media sosial. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa media sosial memiliki peranan penting dalam meningkatkan brand awareness.

Kata Kunci : *UMKM, Brand Awareness, Media Sosial, JB PELANGI, Media Planner*

ABSTRACT

Nama : Adelia Fitri Ramadhani
NIM : 44320010035
Program Studi : *Advertising And Marketing Communication*
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Pengelolaan Media Sosial Pada Mitra JB
PELANGI Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*
Pembimbing : 1. Dudi Hartono, M.Ikom
2. Andri Budiwidodo, S.Si, M.Ikom

JB PELANGI is one of the Micro, Small, and Medium Enterprises. JB Pelangi is produced by Khadijah Berlian Kejora's CV located at Jl. AMD RT. 1/1 Gelam Jaya, Kec. Pasar Kemis, Kab. Tangerang. JB PELANGI is an undertaking of spicy and tasty food, UMKM JB PELANGI was pioneered by Astatik from 2011 until now. At the moment, Partners are still experiencing some problems in determining the right branding strategy to enhance brand awareness. In order to be able to compete in an increasingly tight market, the Partner must adapt and compete in this digital era. The promotion that is still not maximized by the Partner JB PELANGI is digital promotion. In carrying out supporting and management activities towards the Partner, the author as a Media Planner has a role in determining what media is used to do promotion in the modern era today so that the branding and promotion carried out has been in accordance with the target media selection. In addition, the strategy to be implemented also aims to increase brand awareness towards the target market JB PELANGI. After doing the branding strategy, brand awareness has experienced an improvement that can be seen through insight from social media. In this case, it can be said that social media has an important role in increasing brand Awareness.

Keywords : MSMEs, Brand Awareness, Media Sosial, JB PELANGI, Media Planner

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	14
1.3 Tujuan Permasalahan	15
1.4 Manfaat	15
1.4.1 Manfaat Akademis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
1.4.3 Manfaat Sosial.....	16
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	17
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	17
2.2 Profil Usaha.....	20
2.3 Kepemilikan Media Promosi.....	20
2.4 Sumber Daya Manusia Dan Bahan Baku.....	21
2.5 Khalayak Sasaran	23
2.5.1 Audiens.....	23
2.5.2 SWOT	24
2.6 Peluang Usaha.....	26

BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP.....	27
3.1 Pendampingan Terdahulu Dan Praktisi	27
3.2 Komunikasi Pemasaran	30
3.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	31
3.3 Bauran Pemasaran	31
3.4 <i>Branding</i>	33
3.4.1 Fungsi dan Jenis <i>Branding</i>	33
3.5 Promosi	34
3.5.1 Bauran Promosi	35
3.6 <i>Brand Awareness</i>	38
3.7 <i>Integrated Marketing Communication</i>	39
3.8 <i>Digital Marketing</i>	39
3.9 <i>Media Planning And Buying</i>	40
3.10 Media Sosial	41
3.10.1 Instagram	41
3.10.2 TikTok	44
3.11 <i>Endorsement</i>	46
3.12 UMKM	47
3.13 Strategi Dan Eksekusi	49
3.14 Kriteria Keberhasilan Pendampingan	49
BAB IV METODE PELAKSANAAN	52
4.1 Teknik Pelaksanaan atau Tata Cara Pelaksanaan	52
4.1.1 Observasi	52
4.1.2 Wawancara	52
4.1.3 Diskusi	53
4.1.4 Konsultasi	54
4.1.5 Simulasi	54
4.2 Tahap Kegiatan	54
4.2.1 Tahap perencanaan	54
4.2.2 Tahap Persiapan	55
4.2.3 Tahap Pelaksanaan	55

4.2.4 Tahap Pendampingan	56
4.2.5 Evaluasi	56
4.3 Tahapan Kerja <i>Media Planner</i>	56
4.4 Tabel <i>Planning Upload</i> Konten.....	57
4.5 Hal Yang Di Lakukan Bersama Mitra	62
4.6 Key Performance Indikator	63
4.7 Teknik Komunikasi	64
4.8 Bentuk – Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan.....	64
4.9 Anggaran Media Sosial	65
4.10 Jadwal Kegiatan	65
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....	70
5.1. Hasil Yang Dicapai	70
5.1.1. Teknik Komunikasi	71
5.1.2. Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan.....	79
5.1.3. Hasil Kegiatan Dan Partisipasi Peserta	82
5.1.4. Implementasi Karya	95
5.2. Analisis Kegiatan, Kendala, Dan Potensi Keberlanjutan	138
5.2.1. Analisis Kegiatan	138
5.2.2. Kendala	139
5.2.3. Potensi Keberlanjutan	140
5.2.4. Pra-Pendampingan dan Pasca Pendampingan.....	142
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	144
6.1. Kesimpulan.....	144
6.2. Saran.....	145
DAFTAR PUSTAKA.....	147
LAMPIRAN.....	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data (Tren) Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2024	4
Gambar 1.2 Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Digital (Tahun 2024)	4
Gambar 1.3 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024	5
Gambar 1.4 Instagram Cacafood.idn	7
Gambar 1.5 Tiktok Cacafood.idn	8
Gambar 1. 6 Instagram Kedardich	9
Gambar 1. 7 Tiktok Kedardich.....	10
Gambar 1.8 Instagram KeripikJabrig.....	11
Gambar 1.9 Tiktok KeripikJabrig	12
Gambar 2.1 Foto Produk JB PELANGI.....	17
Gambar 2.2 Alamat mitra	18
Gambar 2.3 Wajan Kerupuk.....	22
Gambar 2.4 Penggilingan Bumbu Keripik.....	22
Gambar 2.5 Hasil Produksi JB PELANGI.....	23
Gambar 3. 1 Empat Elemen Bauran Pemasaran	32
Gambar 3. 2 Insight Akun 30 Hari.....	50
Gambar 3. 3 Followers Sebelum Pendampingan	50
Gambar 3. 4 Waktu Paling Aktif Di Hari Minggu dan Senin	51
Gambar 5.1 <i>Insight</i> Konten Promo <i>Giveaway</i>	72
Gambar 5.2 <i>Direct Message</i> Pemenang <i>Giveaway</i>	72
Gambar 5.3 <i>Insight</i> Konten Diskon	73
Gambar 5.4 Konten Instagram JB PELANGI.....	74
Gambar 5.5 Konten <i>Media Partner Info</i> Ciledug	75
Gambar 5.6 Konten <i>Endorsement</i> Julia Rimba.....	76
Gambar 5.7 Konten Menggunakan Fitur <i>Instastory</i>	77
Gambar 5.8 Kartu Ucapan JB PELANGI	78
Gambar 5.9 Konten JB PELANGI Sebelum dan Sesudah Pendampingan.....	83
Gambar 5.10 Konten <i>Giveaway</i>	84

Gambar 5.11 Konten Promosi 2.2.....	85
Gambar 5.12 Konten Bersama <i>Media Partner</i> Info Ciledug.....	89
Gambar 5.13 Konten Reels Endorsement.....	90
Gambar 5.14 <i>Instastory</i> Menggunakan Fitur <i>Polling</i>	91
Gambar 5.15 Akun TikTok JB PELANGI.....	92
Gambar 5.16 <i>Re-design Packaging</i> JB PELANGI.....	93
Gambar 5.17 Jb Box dan Sticker.....	94
Gambar 5.18 <i>Photoshoot</i> Produk JB PELANGI.....	95
Gambar 5.19 <i>Caption</i> Pada Instagram JB PELANGI.....	96
Gambar 5.20 Balasan Pada Kolom Komentar.....	97
Gambar 5.21 <i>Top Location</i> Pengikut Instagram JB PELANGI.....	136
Gambar 5.22 Umur dan <i>Gender</i> Pengikut Instagram JB PELANGI.....	136
Gambar 5.23 Konten Pendampingan Yang Dibuat Bersama Mitra.....	141
Gambar 5.24 <i>Calender Marketing Planner</i>	142

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kegiatan Pendampingan Terdahulu.....	27
Tabel 3.2 Ketiga Best Practice dalam usaha Food and Beverage	29
Tabel 3.3 Tabel Strategi Dan Eksekusi.....	49
Tabel 4.1 Tabel Tahapan Kerja Media Planner	56
Tabel 4.2 Tabel <i>Planning Upload</i> Konten.....	57
Tabel 4.3 Tabel Kegiatan Bersama Mitra.....	62
Tabel 4.4 Key Performance Indikator	63
Tabel 4.5 Tabel Anggaran Media Sosial.....	65
Tabel 4.6 Tabel Keseluruhan Kegiatan	65
Tabel 5.1 Konten Pada Media Sosial	86
Tabel 5.2 Tabel Konten <i>Feeds</i> Instagram.....	99
Tabel 5.3 Tabel Konten <i>Instastory</i>	102
Tabel 5.4 Tabel Konten <i>Reels</i>	122
Tabel 5.5 Tabel Konten TikTok.....	127
Tabel 5. 6 Efisiensi Anggaran	137
Tabel 5. 7 <i>Realisasi Key Performance Indicator</i>	138
Tabel 5.8 Pra Dan Pasca Pendampingan	143

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara.....	149
Lampiran 2. Curriculum Vitae.....	151
Lampiran 3. Anggaran Kegiatan	152
Lampiran 4. Susunan Organisasi Tim dan Kegiatan	153
Lampiran 5. Surat Persetujuan Mitra	154
Lampiran 6. Lokasi Kegiatan.....	155
Lampiran 7. Dokumentasi.....	156
Lampiran 8. Bukti Publikasi Di Media Massa	160

