



**PENDAMPINGAN DAN PENGELOLAAN DALAM ANALISIS
MEDIA SOSIAL PADA AKUN INSTAGRAM UMKM
PERSAMAAN KOPI UNTUK MENINGKATKAN *BRAND
AWARENESS***

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

**UNIVERSITAS
NAHDAH KAMILAH
MERCU BUANA
44520010018**

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nahdah Kamilah
NIM : 44520010018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dan Pengelolaan Dalam Analisis Media Sosial Pada Akun Instagram UMKM Persamaan Kopi 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.

Jakarta, 03 Agustus 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nahdah Kamilah
NIM : 44520010018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dan Pengelolaan Dalam Analisis Media Sosial Pada Akun Instagram UMKM Persamaan Kopi 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 I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:


Pembimbing 1 : Mardhiyyah M.I.Kom ()
NIDN : 0314038802
Pembimbing 2 : Fauziyyah Sitanova, M.Ikom ()
NIDN : 8814033420
Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, MA ()
NIDN : 0303069401
Penguji Ahli : Andri Budiwidodo, M.I.Kom ()
NIDN : 0313037302

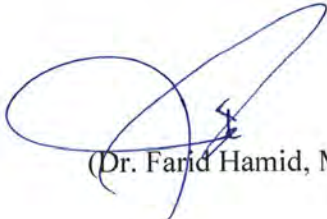
Jakarta, 03 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT karena rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada para Hamba-Nya sehingga Pelaksanaan Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang berjudul **“Pendampingan dan Pengelolaan Dalam Analisis Media Sosial Pada Akun Instagram UMKM Persamaan Kopi Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*”** dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Gelar Sarjana Satu (S1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi *Digital Communication* Universitas Mercu Buana.

Dalam pelaksanaan Tugas Akhir Peduli Negeri ini, tentu tidak akan selesai tanpa adanya bantuan, bimbingan, dukungan, kritik, hingga saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pelaksana menyampaikan rasa terima kasih dengan tulus dan senang hati kepada:

1. **Mardhiyyah, M.I.Kom** selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, memberikan arahan, saran, serta solusi selama pelaksanaan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri,
2. **Fauziyyah Sitanova, M.Ikom** selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, memberikan arahan, saran, serta solusi selama pelaksanaan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri,
3. **Andi Pajolloi Bate, M.A** selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta dan Ketua Sidang yang telah hadir membantu pelaksana dalam memimpin dan memberikan arahan kepada sidang Tugas Akhir Peduli Negeri,
4. **Andri Budi Widodo, M.Ikom** selaku dosen penguji yang telah hadir membantu pelaksana dalam menguji dan memberikan arahan kepada Tugas Akhir Peduli Negeri,
5. **Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta,
6. **Irmulansati T, SH, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta,
7. **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana Jakarta,

8. **Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta**, terima kasih atas ilmu yang diberikan dan segala dukungan, serta motivasi untuk pelaksana sarjana,
9. **Seluruh staff Tata Usaha Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta** yang telah membantu mengurus dokumen Tugas Akhir,
10. **Rachmah**, selaku orang tua saya yang telah mendoakan dan memberikan dukungan penuh kepada pelaksana selama menyusun laporan Tugas Akhir,
11. **Sri Hartati, Achmad Fauzan dan Siti Nurhalisa**, selaku saudara dan kakak iparsaya yang telah mendoakan dan memberikan dukungan kepada pelaksana selama menyusun laporan Tugas Akhir,
12. **Anshari Nursida** selaku pemilik UMKM Persamaan Kopi yang telah memberikan kesempatan untuk bekerjasama menjadi Mitra untuk melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan,
13. **Nabilah Rachmayanti dan Sephia Kurniawan** selaku anggota Tim pelaksana Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang telah bekerjasama selama proses pelaksanaan Tugas Akhir,
14. **Aulia Zahra, Intan Amelia, dan Yosephine Freta Anggita** yang turut memberikan dukungan serta saran yang sangat membantu selama proses pelaksanaan Tugas Akhir,
15. **Muhammad Farid**, selaku calon partner hidup saya yang turut memberikan dukungan, menemani, dan sabar mendengarkan keluh kesah saya selama pelaksanaan Tugas Akhir,
16. **Nahdah Kamilah** selaku diri saya sendiri yang telah berjuang sampai detik ini dan tetap menjaga kewarasan diri untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

Jakarta, 25 Juli 2024

Nahdah Kamilah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Nahdah Kamilah
NIM : 44520010018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dan Pengelolaan Dalam Analisis Media Sosial Pada Akun Instagram UMKM Persamaan Kopi 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, 03 Agustus 2024

Vana menyatakan



(Nahdah Kamilan)

ABSTRAK

Nama : Nahdah Kamilah
NIM : 44520010018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan TAPN : Pendampingan Dan Pengelolaan Dalam Analisis Media Sosial Pada Akun Instagram Umkm Persamaan Kopi Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*
Pembimbing : Mardhiyyah, M.I.Kom
Fauziyyah Sitanova, M.Ikom

Adanya internet memberikan makna di dalam komunikasi digital, terutama dalam dunia sosial media. Yang digunakan untuk menyampaikan informasi, menyalurkan hobi, dan saat ini digunakan sebagai media promosi, salah satunya media sosial Instagram. Sosial media Instagram bermanfaat untuk menjadi media pemasaran, membangun atau meningkatkan merek, dan sarana berkomunikasi untuk para konsumen. Dalam pengelolaan media sosial Instagram memiliki tujuan yaitu untuk meningkatkan *brand awareness* akun Instagram UMKM Persamaan Kopi dengan menaikkan *engagement* dari postingan yang diunggah.

Dalam kegiatan ini menggunakan metode pendampingan kepada UMKM Persamaan Kopi yang dimana Pelaksana merencanakan dan mengelola sosial media serta melaksanakan kegiatan pelatihan yang dilakukan secara *offline* dengan menggunakan *PowerPoint* berisikan materi pengetahuan mengenai cara mengenal fitur *insight*, menganalisis konten dengan menghitung *engagement*nya, dan mencari *hashtag* yang sedang *trending*.

Hasil analisis selama 8 (delapan) bulan pendampingan ini dilakukan secara berkala dengan memperhatikan perhitungan *engagement*, dan *hashtag*. Dan dari pendampingan ini, Instagram , @persamaankopi.jkt mendapatkan 1.926 *followers*, yang artinya naik 200 lebih *followers*. Akun ini memposting konten yang konsisten, sehingga audiens banyak yang tertarik karena Mitra melanjutkan apa yang pelaksana dan tim pelaksana TAPN lakukan selama pendampingan. Dan Mitra juga sudah dapat memposting sebuah konten menggunakan *hashtag* yang sesuai dan dapat menganalisis setiap konten dan setiap minggunya.

Kata kunci: UMKM, *Social Media Analyst*, Instagram , *Brand Awareness*.

ABSTRACT

Name : Nahdah Kamilah
NIM : 44520010018
Study Program : Communication Science
Title of TAPN Report : Assistance and Management in Social Media Analyst on the SMEs Instagram Account "Persamaan Kopi" to Increase Brand Awareness
Counsellor : Mardhiyyah, M.I.Kom
Fauziyyah Sitanova, M.Ikom

The internet provides meaning in digital communication, especially in the world of social media. Which is used to convey information, channel hobbies, and is currently used as promotional media, one of which is Instagram social media. Instagram social media is useful as a marketing medium, for building or improving a brand, and as a means of communicating with consumers. In managing social media, Instagram has a goal, namely to increase brand awareness of the SMEs Persamaan Kopi Instagram account by increasing engagement from uploaded posts.

This activity uses a mentoring method for the Persamaan Kopi SMEs, where the implementer plans and manages social media and carries out training activities carried out offline using PowerPoint containing knowledge material on how to recognize insight features, analyze content by calculating engagement, and look for hashtags that are trending.

The results of the analysis for 8 (eight) months of mentoring are carried out periodically by paying attention to engagement calculations and hashtags. And with this assistance, Instagram, @persamaankopi.jkt, got 1,926 followers, which means an increase of more than 200 followers. This account posts consistent content, so a large audience is interested because partners continue what the TAPN Implementer and Implementation Team did during the mentoring. And partners can also post content using appropriate hashtags and analyze each piece of content each week.

Keywords: SMEs, Social Media Analysts, Instagram, Brand Awareness.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN 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 GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Situasi	1
1.2 Permasalahan Mitra	4
1.3 Solusi Permasalahan Mitra	5
1.4 Target Luaran	5
1.5 Tujuan Pendampingan	5
1.6 Manfaat Pendampingan	6
1.6.1 Manfaat Akademis	6
1.6.2 Manfaat Praktis	6
1.6.3 Manfaat Sosial	6
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	7
2.1 Demografis UMKM	7
2.2 Profil Usaha	9
2.2.1 Filosofi Persamaan Kopi	11
2.2.2 Makna Logo dan Filosofi Logo	11
2.2.3 Media sosial Instagram Persamaan Kopi	12
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku	12

2.4	Khalayak Sasaran	13
2.4.1	Mitra.....	13
2.4.2	Target Pasar	13
2.4.3	Segmentasi Demografi	14
2.4.4	Segmentasi Geografi	14
2.5	Peluang Usaha	14
2.6	Analisis SWOT	15
2.7	Kompetitor	15
BAB III	TINJAUAN PUSTAKA	18
3.1	Komunikasi Digital	18
3.2	<i>New Media</i>	19
3.3	Media Sosial.....	19
3.4	Instagram.....	22
3.4.1	Fitur <i>Insight</i>	24
3.4.2	Instagram <i>Advertising (Ads)</i>	26
3.5	<i>Influencer Endorsement</i>	27
3.6	<i>Hashtag Generator</i>	29
3.7	<i>Spreadsheet</i>	30
3.8	<i>Social Media Analyst</i>	30
3.8.1	Pengertian <i>Social Media Analyst</i>	30
3.8.2	Tugas dan Tanggung Jawab <i>Social Media Analyst</i>	31
3.9	Pendampingan	32
3.10	<i>Engagement Rate</i>	32
3.11	<i>Brand Awareness</i>	33
3.12	UMKM	35
3.13	Analisis SWOT	37
3.14	Penelitian Terdahulu	38
3.15	<i>Best Practice</i>	40
BAB IV	METODE PELAKSANAAN	43
4.1	Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan	44
4.1.1	Observasi	44

4.1.2 Wawancara.....	45
4.1.3 Diskusi.....	45
4.1.4 Konsultasi.....	46
4.1.5 Simulasi.....	47
4.2 Tahapan Kegiatan.....	47
4.2.1 Perencanaan.....	47
4.2.2 Persiapan.....	48
4.2.3 Pengelolaan.....	49
4.2.4 Pelatihan.....	49
4.2.5 Pendampingan.....	49
4.2.6 Masa Lepas Pendampingan.....	50
4.2.7 Evaluasi.....	50
4.3 Tahapan Kerja <i>Social Media Analyst</i>	50
4.4 Teknik Komunikasi.....	51
4.5 Konsep Perancangan.....	52
4.6 Bentuk-Bentuk Kegiatan.....	52
4.7 Anggaran Kegiatan.....	53
4.8 Jadwal Kegiatan.....	54
4.9 Rencana Mitra Kerjasama.....	59
4.9.1 Rencana Pendampingan.....	59
4.9.2 Rencana Setelah Pendampingan.....	60
4.10 Publikasi Luaran.....	60
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANGSUNGAN	62
5.1 Teknik Komunikasi.....	62
5.2 Gambaran Tahap – Tahap Pelaksanaan.....	63
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	68
5.3.1 Menganalisis konten yang telah diposting oleh <i>Content Creator</i> melalui <i>fitur insight</i>	68
5.3.2 Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan secara <i>Offline</i>	96
5.3.3 Hasil Kegiatan Pelaku UMKM Persamaan Kopi.....	97
5.3.4 Promosi Menggunakan <i>Endorsement</i>	101

5.3.5 Promosi menggunakan <i>ads</i>	103
5.3.6 Analisis Konten Instagram Persamaan Kopi	104
5.3.7 Hasil Kuesioner Mitra.....	107
5.3.8 Hasil Kusioner <i>Followers</i> Instagram Persamaan Kopi.....	110
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan.....	116
5.4.1 Analisis Kegiatan.....	116
5.4.2 Indikator Keberhasilan.....	120
5.4.3 Kendala Selama Kegiatan.....	120
5.4.4 Solusi Kegiatan.....	121
5.4.5 Potensi Keberlanjutan.....	121
5.4.6 <i>Before – After</i> Pendampingan.....	122
5.4.7 Matriks Perubahan.....	123
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
6.1 Kesimpulan.....	125
6.2 Saran.....	126
6.2.1 Saran Akademis	126
6.2.2 Saran Praktis	126
DAFTAR PUSTAKA.....	128
LAMPIRAN.....	134

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial Indonesia	2
Gambar 2. 1 Lokasi Persamaan Kopi.....	7
Gambar 2. 2 Varian rasa minuman Persamaan Kopi.....	7
Gambar 2. 3 Tampilan Depan kafe Persamaan Kopi	9
Gambar 5. 1 Postingan <i>Feeds</i> tanggal 14 Juli	69
Gambar 5. 2 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> tanggal 14 Juli	69
Gambar 5. 3 Postingan <i>Feeds</i> 19 Juli 2023.....	70
Gambar 5. 4 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> 19 Juli 2023	70
Gambar 5. 5 Postingan <i>Feeds</i> 24 Juli 2023.....	71
Gambar 5. 6 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> 24 Juli 2023	71
Gambar 5. 7 Postingan <i>Feeds</i> 9 Agustus 2023.....	72
Gambar 5. 8 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> 9 Agustus 2023	72
Gambar 5. 9 Postingan <i>Feeds</i> 15 Agustus 2023.....	73
Gambar 5. 10 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> 15 Agustus 2023	73
Gambar 5. 11 Postingan <i>Feeds</i> 22 Agustus 2023.....	74
Gambar 5. 12 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> 22 Agustus 2023	74
Gambar 5. 13 Postingan <i>Feeds</i> 6 september 2023	75
Gambar 5. 14 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> 6 September 2023	75
Gambar 5. 15 Postingan <i>Feeds</i> 17 september 2023	76
Gambar 5. 16 Hasil <i>Insight</i> Postingan 17 September 2023	76
Gambar 5. 17 Postingan <i>Feeds</i> 19 september 2023	77
Gambar 5. 18 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> 19 September 2023.....	77
Gambar 5. 19 Postingan <i>Feeds</i> 26 September 2023	78
Gambar 5. 20 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> 26 September 2023.....	78
Gambar 5. 21 Postingan <i>Feeds</i> 3 Oktober 2023	79
Gambar 5. 22 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> 3 Oktober 2023.....	79
Gambar 5. 23 Postingan <i>Feeds</i> 10 Oktober 2023	80
Gambar 5. 24 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> 10 Oktober 2023	80
Gambar 5. 25 Postingan <i>Feeds</i> 19 Oktober 2023	81
Gambar 5. 26 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> 19 Oktober 2023.....	81

Gambar 5. 27 Postingan <i>Feeds</i> 23 Oktober 2023	82
Gambar 5. 28 Hasil <i>Insight</i> Postingan 23 Oktober 2023	82
Gambar 5. 29 Postingan <i>Feeds</i> 31 Oktober 2023	83
Gambar 5. 30 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Feeds</i> 31 Oktober 2023	83
Gambar 5. 31 Postingan <i>Feeds</i> 8 November 2023	84
Gambar 5. 32 Postingan <i>Feeds</i> 8 November 2023	84
Gambar 5. 33 Postingan <i>Reels</i> 31 Oktober 2023	85
Gambar 5. 34 Hasil <i>Insight</i> Postingan <i>Reels</i> 31 Oktober 2023	85
Gambar 5. 35 Postingan <i>Reels</i> 30 Agustus 2023	86
Gambar 5. 36 Hasil <i>Insight Reels</i> 30 Agustus 2023	86
Gambar 5. 37 Postingan <i>Reels</i> 11 Oktober 2023	87
Gambar 5. 38 Hasil <i>Insight Reels</i> 11 Oktober 2023	87
Gambar 5. 39 Hasil <i>Insight Instastory</i> 9 Juli 2023	88
Gambar 5. 40 Hasil <i>Insight Instastory</i> 22 Juli 2023	88
Gambar 5. 41 Hasil <i>Insight Instastory</i> 27 Juli 2023	89
Gambar 5. 42 Hasil <i>Insight Instastory</i> 13 Agustus 2023	89
Gambar 5. 43 Hasil <i>Insight Instastory</i> 20 Agustus 2023	90
Gambar 5. 44 Hasil <i>Insight Instastory</i> 26 Agustus 2023	90
Gambar 5. 45 Hasil <i>Insight Instastory</i> 09 September 2023	91
Gambar 5. 46 Hasil <i>Insight Instastory</i> 14 September 2023	91
Gambar 5. 47 Hasil <i>Insight Instastory</i> 22 September 2023	92
Gambar 5. 48 Hasil <i>Insight Instastory</i> 28 September 2023	92
Gambar 5. 49 Hasil <i>Insight Instastory</i> 7 Oktober 2023	93
Gambar 5. 50 Hasil <i>Insight Instastory</i> 12 Oktober 2023	93
Gambar 5. 51 Hasil <i>Insight Instastory</i> 21 Oktober 2023	94
Gambar 5. 52 Hasil <i>Insight Instastory</i> 26 Oktober 2023	94
Gambar 5. 53 Hasil <i>Insight Instastory</i> 02 November 2023	95
Gambar 5. 54 Hasil <i>Insight Instastory</i> 11 November 2023	95
Gambar 5. 55 Kegiatan Pelatihan oleh Pelaku UMKM Persamaan Kopi	96
Gambar 5. 56 Tampilan Instagram @placelist2go	101
Gambar 5. 57 komentar <i>audience</i> postingan @placelist2go	102

Gambar 5. 58 Hasil <i>engagement audience</i> persamaankopi.jkt dari @placelist2go	103
Gambar 5. 59 Hasil <i>insight ads</i> konten @persamaankopi.jkt.....	104
Gambar 5. 60 Tampilan Instagram @persamaankopi.jkt Sebelum dikelola Pelaksana dan Tim Pelaksana	105
Gambar 5. 61 Tampilan Instagram @persamaankopi.jkt setelah dikelola Pelaksana dan Tim Pelaksana	105
Gambar 5. 62 <i>Engagement</i> yang diperoleh dari Pelaku UMKM Persamaan Kopi	106
Gambar 5. 63 Grafik yang diperoleh dari Pelaksana TAPN	106
Gambar 5. 64 Gambar 5.3.45 Grafik yang diperoleh dari Pelaku UMKM.....	107



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Makna Logo dan Filosofi Logo.....	11
Tabel 3. 1 TAPN Terdahulu.....	38
Tabel 4. 1 Deskripsi Pekerjaan <i>Social Media Analyst</i>	44
Tabel 4. 2 Indikator Keberhasilan	48
Tabel 4. 3 Anggaran Pemasukan	53
Tabel 4. 4 Anggaran Pengeluaran.....	53
Tabel 4. 5 Jadwal Kegiatan	54
Tabel 4. 6 Jadwal Kegiatan Pendampingan.....	57
Tabel 4. 7 Evaluasi	58
Tabel 4. 8 Rencana Publikasi Luaran	60
Tabel 5. 1 Tahap Pelaksanaan	63
Tabel 5. 2 Tabel Hasil Kegiatan Pelaku UMKM Persamaan Kopi	97
Tabel 5. 3 Analisis Kegiatan.....	116
Tabel 5. 4 Indikator Keberhasilan Tercapai	120
Tabel 5. 5 Before & After Pendampingan.....	122
Tabel 5. 6 Matriks perubahan.....	123

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR BAGAN

Bagan 4. 1 Bagan Olahan Pribadi Konsep Perancangan	52
Bagan 5. 1 Olahan Pribadi Tahapan Analisis Konten	67
Bagan 5. 2 Olahan Pribadi <i>Keyword</i> Untuk <i>Hashtag</i>	67
Bagan 5. 3 Olahan Pribadi Konsep <i>Instagram Ads</i>	68
Bagan 5. 4 Bagan Olahan Pribadi Konsep <i>Endorsement</i>	68



UNIVERSITAS
MERCU BUANA