

ABSTRAK

Nama : Nabilah Rachmayanti
NIM : 44520010020
Program Studi : *Digital Communication*
Judul Laporan TAPN : Pendampingan dan Pengelolaan Perencanaan Media Digital Pada Media Sosial Instagram UMKM Persamaan Kopi dalam Meningkatkan *Brand Awareness*
Pembimbing : Mardhiyyah, M.I.Kom
Fauziyyah Sitanova, M.Ikom

Persaingan UMKM di media digital semakin pesat. Pelaksana dan tim melakukan kegiatan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) untuk membantu mengembangkan *brand awareness* Persamaan Kopi, khususnya di Instagram. UMKM Persamaan Kopi dikenal dengan keunikannya seperti penggunaan biji kopi dari petani lokal yang diolah langsung oleh baristanya, mempunyai fasilitas *rooftop*, dan tempat yang nyaman untuk bekerja dari kafe. Sebelumnya UMKM Persamaan Kopi telah memiliki akun Instagram, namun promosi yang dilakukan belum optimal karena kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang mengelola akun tersebut. Persamaan Kopi memiliki 1718 *followers*, 44 *posts*, dan 0 *following* di akun Instagramnya.

Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah pelatihan (pemaparan materi) dan pendampingan. Pelaksana sebagai *Digital Media Planner* memberikan pelatihan dan pendampingan mencakup cara mencari referensi dengan kata kunci yang relevan, pembuatan rencana konten harian, penjelasan jenis-jenis konten, serta publikasi konten di Instagram.

Selama delapan bulan (Juli 2023 - November 2023) dan (Maret 2024 - Juni 2024) tim pelaksana mendampingi Persamaan Kopi, hasilnya mitra berhasil mencari referensi dengan kata kunci yang relevan, membuat rencana konten harian, mengimplementasikan berbagai jenis konten, dan mempublikasikan konten di Instagram. Hal ini didukung oleh hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 100% responden sangat setuju bahwa Mitra UMKM dapat menerapkan hasil pendampingan. Dari segi *engagement*, jumlah pengikut Persamaan Kopi juga meningkat, yakni menjadi 1932 *followers* per 30 Juni 2024.

Berdasarkan analisis pelatihan dan pendampingan, terlihat potensi keberlanjutan UMKM Persamaan Kopi dalam menjalankan bisnisnya melalui Instagram. Mitra mulai memahami cara membuat konten dan memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk memaksimalkan konten. Diharapkan mitra dapat terus berinovasi dalam merancang strategi di Instagram agar dapat menjaga eksistensinya di media sosial.

Kata Kunci: UMKM, *Brand Awareness*, *Digital Media Planner*, *Instagram*.

ABSTRACT

Name : Nabilah Rachmayanti
NIM : 44520010020
Study Program : Digital Communication
Tittle of TAPN Report : Assistance and Management of Digital Media Planning on Instagram Social Media for Persamaan Kopi SMEs in Increasing Brand Awareness
Counsellor : Mardhiyyah, M.I.Kom
Fauziyyah Sitanova, M.Ikom

SMEs competition in digital media is increasing rapidly. The implementer and the team carried out the National Care Final Task (TAPN) activity to help develop Persamaan Kopi brand awareness, especially on Instagram. SMEs Persamaan Kopi is known for its uniqueness, such as using coffee beans from local farmers, which are processed directly by the baristas, having rooftop facilities, and having a comfortable place to work from a cafe. Previously, Persamaan Kopi SMEs had an Instagram account, but the promotion was not optimal due to a lack of human resources (HR) to manage the account. Persamaan Kopi has 1718 followers, 44 posts, and 0 following on their Instagram account.

The methods applied in this activity are training (the presentation of material) and mentoring. Acting as a Digital Media Planner provides training and assistance, including how to search for references with relevant keywords, create daily content plans, explain types of content, and publish content on Instagram.

For eight months (July 2023 - November 2023) and (March 2024 - June 2024), the implementation team accompanied Persamaan Kopi, with the result that the partners succeeded in finding references with relevant keywords, creating daily content plans, implementing various types of content, and publishing content on Instagram. This is supported by the results of the questionnaire survey, which show that 100% of respondents strongly agree that Persamaan Kopi SMEs can implement the results of mentoring. In terms of engagement, the number of Persamaan Kopi followers has also increased, namely to 1932 followers as of June 30, 2024.

Based on the analysis of training and mentoring, the potential for sustainability of Persamaan Kopi SMEs can be seen in running their businesses via Instagram. SMEs begin to understand how to create content and utilize Instagram features to maximize content. The team hoped that partners could continue to innovate in designing strategies on Instagram so that they could maintain their existence on social media.

Keyword: *SMEs, Brand Awareness, Digital Media Planner, Instagram.*