



**PENDAMPINGAN PRODUKSI KONTEN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*
PADA AKUN UMKM “ROPANG GOGO”**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Aditya Kusumadipraja

44520010021

**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 : Aditya Kusumadipraja
NIM : 44520010021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Produksi Konten Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness Pada Akun Umkm “Ropang Gogo”

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, 12 Agustus 2024



Aditya Kusumadipraja.

UNIVERS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Aditya Kusumadipraja

NIM : 44520010021

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Produksi Konten Media Sosial Instagram Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Akun Umkm “Ropang Gogo”

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 : Kurniawan prasetyo, M.Ikom (
NIDN : 0316129201
Pembimbing 2 : Sandy Permata, M.Ikom (
NIDN : 0323128306
Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, MA (
NIDN : 0303069401
Penguji Ahli : Mardhiyyah, M.Ikom (
NIDN : 0314038802

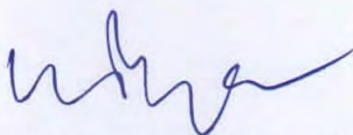
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2024

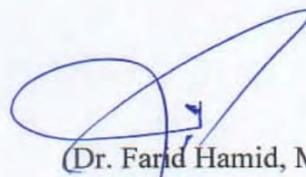
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunianya sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini dengan baik. Laporan yang berjudul **“PENDAMPINGAN PRODUKSI KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA AKUN UMKM “ROPANG GOGO”** ini sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan pada Jurusan *Digital Communication*, Universitas Mercu Buana.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak - banyaknya kepada berbagai pihak yang telah mendukung baik berupa saran, Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak untuk menyelesaikan proses tugas akhir ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom** selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi dalam penyusunan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
2. **Ibu Sandy Permata, M.Ikom** selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi dalam penyusunan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
3. **Prof. Dr. Ahmad Mulyana** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. **Ibu Dr. Irmulansati. T, SH, MSi** selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. **Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. **Bapak Andi Pajolloi Bate, MA** selaku Sekretaris Bidang Studi *Digital Communication* sekaligus dosen mata kuliah Tugas Akhir Semester 8, yang sudah memberikan dukungan dan arahnya selama kegiatan belajar mata kuliah Tugas Akhir berlangsung.

7. **Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana**, yang telah memberikan segala dukungan dan motivasi untuk penulis dalam kegiatan tugas akhir.
8. **Seluruh Staf Tata Usaha (TU) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana** yang telah memberikan bantuan dan kerja sama dalam menangani dokumen atau surat-surat yang dibutuhkan penulis untuk Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri.
9. **Ibu Meidiana**, selaku pemilik Ropang Gogo yang telah bersedia menjadi mitra dan memberikan banyak bantuan dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan dalam tugas akhir ini.
10. **Tim TAPN**, Riza Hemanto dan Muhammad Hafiz Wijaji yang telah bekerja sama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. **Keluarga dan Teman – Teman**, yang telah memberikan dukungan serta motivasi dalam melakukan kegiatan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat menjadi referensi yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

MERCU BUANA

Aditya Kusumadipraja

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

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

Nama : Aditya Kusumadipraja
NIM : 44520010021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Produksi Konten Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness Pada Akun Umkm “Ropang Gogo”

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.

Jakarta, 12 Agustus 2024

Yang menyatakan,



(Aditya kusumadipraja)

ABSTRAK

Nama : Aditya Kusumadipraja
NIM : 44520010021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan produksi konten media sosial Instagram dalam membangun *brand awareness* pada akun umkm “ropang gogo”
Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom
Sandy Permata, S.Ikom

Di era digital, media sosial, khususnya Instagram, merupakan alat penting dalam strategi pemasaran untuk membangun *brand awareness*. Penelitian ini mengeksplorasi efektivitas pendampingan produksi konten di Instagram untuk UMKM, dengan fokus pada konsistensi visual, pemanfaatan fitur seperti *Stories* dan *Reels*, serta penerapan *storytelling*.

Sebagai bagian dari Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) pendampingan produksi konten yang konsisten dengan identitas merek, serta pemanfaatan fitur Instagram untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan. Hasilnya menunjukkan bahwa dari 86 konten yang direncanakan, 58 konten telah tayang dengan variasi yang baik. Konsistensi dalam desain visual, penggunaan fitur-fitur Instagram, dan *storytelling* terbukti meningkatkan *engagement* secara signifikan.

Hasil pelaksanaan TAPN ini berhasil membangun *brand awareness* yang lebih kuat untuk Ropang Gogo, menunjukkan bahwa konsep ini efektif untuk UMKM. Untuk UMKM lainnya, disarankan untuk menerapkan konsistensi visual, mengoptimalkan fitur media sosial, dan menggunakan *storytelling* untuk meningkatkan keterlibatan dan memperluas jangkauan *audiens*. Pendampingan produksi konten yang terencana dapat menjadi strategi yang sangat efektif dalam pemasaran digital.

Kata Kunci: Produksi Konten, Media Sosial, *Brand Awareness*.

ABSTRACT

Name : Aditya Kusumadipraja
NIM : 44520010021
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : *Assistance in Social Media Content Production on Instagram to Build Brand Awareness for the UMKM “Ropang Gogo”*
Counsellor : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom
Sandy Permata, S.Ikom

In the digital era, social media, particularly Instagram, is a crucial tool in marketing strategies to build brand awareness. This research explores the effectiveness of content production assistance on Instagram for SMEs, focusing on visual consistency, the use of features such as Stories and Reels, and the application of storytelling.

As part of the Peduli Negeri (TAPN) Final Project, content production assistance was implemented to maintain brand identity and leverage Instagram features to expand reach and enhance engagement. The results indicate that out of 86 planned pieces of content, 58 were published with good variety. Consistency in visual design, effective use of Instagram features, and storytelling significantly improved engagement.

The TAPN implementation successfully strengthened brand awareness for Ropang Gogo, demonstrating that this approach is effective for UMKM. For other UMKM, it is recommended to apply visual consistency, optimize social media features, and use storytelling to boost engagement and expand audience reach. Well-planned content production assistance can be a highly effective strategy in digital marketing.

Keywords: Content Production, Social Media, 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 TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Situasi	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	10
1.3 Solusi Permasalahan Mitra.....	10
1.4 Tujuan.....	11
1.6 Manfaat.....	11
1.6.1. Manfaat Akademis	12
1.6.2. Manfaat Praktis	12
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	13
2.1 UMKM Ropang Gogo.....	13
2.2 Kompetitor	14
2.3 Profil Usaha.....	15
2.4 Gambaran Media Sosial	18
2.5 Sumber daya dan Bahan Baku	19
2.6 Khalayak sasaran.....	20
2.5.1 Mitra.....	20
2.5.2 Target <i>Market</i>	20
2.5.3 Target <i>Audiens</i>	20

2.5.4	Segmentasi Demografi dalam Menentukan Khalayak Sasaran.....	20
2.5.5	Segmentasi Geografi	21
2.7	SWOT.....	21
BAB III	TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	22
3.1	Penelitian Terdahulu	22
3.2	Rujukan Karya.....	28
3.3	Komunikasi Digital	31
3.4	<i>New Media</i>	32
3.5	Media Sosial.....	34
3.5.1	Instagram.....	34
3.6	Konsep Konten Media Sosial.....	38
3.7	Produksi Konten Digital.....	39
3.8	Tipe-tipe konten	40
3.9	Elemen-elemen konten.....	42
3.10	<i>Brand Awareness</i>	44
3.11	UMKM.....	45
BAB IV	METODE PELAKSANAAN.....	47
4.1.	Teknik pengukuran Identifikasi Masalah.....	48
4.2.	Tahapan Kegiatan.....	49
4.3.	Teknik Komunikasi.....	51
4.4.	Konsep Perancangan	51
4.5.	Bentuk-Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	52
4.7.	Rencana Publikasi	54
4.8.	Anggaran Kegiatan.....	55
4.9.	Jadwal Kegiatan	55
BAB V	HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	59
5.1	Teknik Komunikasi	59
5.2	Gambaran tahapan- Tahap Pelaksanaan.....	60
5.2.1	Perencanaan.....	60
5.2.2	Pengelolaan	61
5.2.3	Pelatihan.....	61

5.2.4	Pendampingan	63
5.2.5	Masa Lepas Damping.....	63
5.2.6	Evaluasi	64
5.3	Hasil kegiatan dan partisipasi peserta	64
5.3.1.	Hasil Kegiatan TAPN.....	64
5.3.2.	Hasil pencapaian produksi Konten Instagram Ropang Gogo	75
5.3.3.	Hasil evaluasi akhir	79
5.4	Analisis Kegiatan dan Potensi Keberlanjutan	86
5.4.1	Analisis Kegiatan	86
5.4.2	Kendala yang dihadapi.....	95
5.4.3	Potensi Keberlanjutan	97
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
6.1	Kesimpulan.....	99
6.2	Saran.....	100
6.2.1	Saran Akademis.....	100
6.2.2	Saran Praktis.....	101
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN		105
Lampiran 1	: Biodata (Ketua, Anggota dan Dosen Pendamping).....	105
Lampiran 2	: Anggaran Kegiatan	106
Lampiran 3	: Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas	107
Lampiran 4	: Surat Pernyataan Kesiadaan dari Mitra	108
Lampiran 5	: Denah Lokasi Kegiatan	109
Lampiran 6	: Dokumentasi	109
Lampiran 7	: Materi.....	111
Lampiran 8	: Konten Digital	113
Lampiran 9	: Curriculum Vitae	115
Lampiran 10	: Publikasi Luaran	116

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rujukan Tinjauan Pustaka.....	24
Tabel 4. 1 perancangan tahapan kerja produksi konten	47
Tabel 4. 2 Tabel KPI	53
Tabel 4. 3 Rencana Publikasi	54
Tabel 4. 4 perancangan tahapan kerja produksi konten	55
Tabel 4. 5 perancangan tahapan kerja produksi konten	55
Tabel 5. 1 Perbandingan konten.....	73
Tabel 5. 2 Analisis Kegiatan	86



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Social Media User Groth Rankings.....	2
Gambar 1. 2 Social Media User Groth Rankings.....	3
Gambar 1. 3 Konten Sosial media Ropang Gogo	5
Gambar 1. 4 Online food Ropang Gogo	7
Gambar 2. 1 Alamat Ropang Gogo	13
Gambar 2. 2 Jarak Kompetitor Ropang Gogo.....	14
Gambar 2.3 Jarak Kompetitor Ropang Gogo.....	15
Gambar 2. 4 Logo Ropang Gogo	15
Gambar 2. 5 Daftar Menu dan Harga.....	16
Gambar 2. 6 Bio Instagram Roang Gogo.....	18
Gambar 2. 7 Feeds Instagram Ropang Gogo	18
Gambar 2. 8 Konten Reels Ropang Gogo.....	19
Gambar 3. 1 Rujukan Karya.....	29
Gambar 3. 2 Rujukan Karya.....	30
Gambar 5. 1 Kegiatan wawancara awal	60
Gambar 5. 2 Kegiatan Pengelolaan	61
Gambar 5. 3 Kegiatan pelatihan.....	62
Gambar 5. 4 Kegiatan Pendampingan.....	63
Gambar 5. 6 Desain Konten Informasi.....	
Gambar 5. 7 Konten Promosi.....	66
Gambar 5. 8 Konten Informasi Produk.....	
Gambar 5. 9 Konten Informasi Produk	66
Gambar 5. 10 Pemilihan Warna	67
Gambar 5. 11Pemilihan <i>Font</i>	68
Gambar 5. 12 Metode Hands In Frame	69
Gambar 5. 13 Metode Detailed Shots	70
Gambar 5. 14 Metode storyteller.....	70
Gambar 5. 15 Proses produksi Konten.....	72
Gambar 5. 16 Konten Informasi Produk	76

Gambar 5. 17 Konten Promosi.....	77
Gambar 5. 18 Konten Hibura	77
Gambar 5. 19 Konten Quiz	78
Gambar 5. 20 Rekomendasi Menu	78
Gambar 5. 21 desain Highlight	79
Gambar 5. 22 Masa Lepas Damping.....	97
Gambar 5. 23 Konten masa lepas damping.....	97

