



**PENDAMPINGAN & PENGELOLAAN STRATEGI MEDIA  
SOSIAL DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA  
AKUN INSTAGRAM UMKM “ROPANG GOGO”**

**TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI**

**RIZA HERMANTO**

**44520010036**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riza Hermanto  
NIM : 44520010036  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan & Pengelolaan Strategi Media Sosial dalam Membangun Brand Awareness pada Akun Instagram “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, 14 Agustus 2024



MERCU BUANA

Riza Hermanto

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Riza Hermanto  
NIM : 44520010036  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan & Pengelolaan Strategi Media Sosial Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Akun Instagram umkm “Ropang Gogo”

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 : 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

Jakarta, 12 Agustus 2024

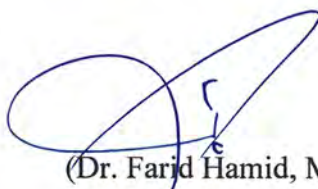
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini dengan baik. Laporan yang berjudul **PENDAMPINGAN & PENGELOLAAN STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA AKUN INSTAGRAM UMKM “ROPANG GOGO”** ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Digital Communication, Universitas Mercu Buana.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung baik berupa kritik, hingga saran yang dapat membantu peneliti untuk menyelesaikan proses tugas akhir ini dengan baik. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

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

7. Seluruh Staf Tata Usaha (TU) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bantuan dan kerja sama dalam pemenuhan dokumen atau surat-surat yang dibutuhkan peneliti untuk Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri.
8. Keluarga Pendamping, terima kasih untuk Mama, Papa, Adik dan keluarga yang selalu men-*support* dan mendoakan pendamping untuk tetap semangat.
9. Kak Meidiana selaku pemilik UMKM Ropang Gogo, pendamping dan tim mengucapkan terima kasih karena telah bersedia untuk bekerja sama dalam kegiatan pendampingan tugas akhir peduli negeri ini.
10. Teman-teman seperjuangan tim TAPN Ropang Gogo yang telah berjuang bersama pendamping yaitu Aditya Kusumadipraja dan M Hafiz Wijaji.
11. Shalfa Nilalfara Mega Utomo untuk segala *support* dan dorongan mendukung pendamping selama menjalankan seluruh kegiatan tugas akhir peduli negeri ini.
12. Seluruh keluarga besar dan teman-teman yang telah memberikan saran dan bantuan selama proses pendampingan ini.
13. Seluruh mahasiswa/i Digicomm 2020 yang tidak bisa pendamping sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberi masukan, saran, dan nasihat kepada pendamping selama menjalankan kegiatan maupun laporan tugas akhir peduli negeri ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan laporan akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti 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.

Jakarta, Agustus 2024

Riza Hermanto

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Riza Hermanto  
NIM : 44520010036  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Laporan Skripsi : Pendampingan & Pengelolaan Strategi Media Sosial dalam Membangun Brand Awareness pada Akun Instagram “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.

# MERCU BUANA

Jakarta, 14 Agustus 2024

Yang menyatakan,



( Riza Hermanto )

## ABSTRAK

Nama	: Riza Hermanto
NIM	: 44520010036
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Pendampingan & Pengelolaan Strategi Media Sosial dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> pada Akun Instagram UMKM “ROPANG GOGO”
Pembimbing	: Kurniawan Prasetyo M. Ikom Sandy Permata M. Ikom

Dalam era digital saat ini, kehadiran media sosial menjadi salah satu kunci utama untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan *brand awareness*, terutama bagi usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti Ropang Gogo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pendampingan dan pengelolaan strategi media sosial dalam membangun *brand awareness* pada akun Instagram UMKM Ropang Gogo.

Pendekatan yang digunakan dalam pendampingan ini meliputi analisis awal terhadap kondisi akun Instagram Ropang Gogo, perumusan strategi konten, hingga interaksi dengan audiens. Berbagai teknik pemasaran digital, termasuk penggunaan hashtag yang efektif, kolaborasi influencer lokal, dan pembuatan konten menarik, diterapkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Kotler (dalam Julianto, 2022), strategi pemasaran merupakan logika pemasaran dan berdasarkan itu unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasaran yang telah ditetapkan.

Hasil dari pengelolaan dan pendampingan di Instagram @RopangGogo ini mendapatkan 249 *followers* yang artinya naik 69 *followers*. Selain itu, juga berhasil meningkatkan *engagement* mencapai 9,5% *engagement rate* dan *reach* sebanyak 54 *Account Reach* 77,8% *followers* dan 22,2% *non-followers*.

**Kata Kunci:** Pendampingan dan Pelatihan, *Social Media Marketing*, Pengelolaan Media Sosial, Instagram, *Brand Awareness*

## **ABSTRACT**

Name : Riza Hermanto  
NIM : 44520010036  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Title Thesis Report : *Assistance and Management of Social Media Strategy in Building Brand Awareness on “ROPANG GOGO” Instagram Accounts*  
Counsellor : Kurniawan Prasetyo M. Ikom  
Sandy Permata M. Ikom

*In today's digital era, the presence of social media is one of the main keys to expanding market reach and increasing brand awareness, especially for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) such as Ropang Gogo. The purpose of this study is to provide mentoring and management of social media strategies in building brand awareness on the Instagram account of MSME Ropang Gogo.*

*The approach used in this mentoring includes an initial analysis of the condition of the Ropang Gogo Instagram account, formulating a content strategy, to interacting with the audience. Various digital marketing techniques, including the use of effective hashtags, collaborating with local influencers, and creating interesting content, are applied to achieve the goals that have been set. According to Kotler (in Julianto, 2022), a marketing strategy is a marketing logic and based on that, business units are expected to achieve the marketing targets that have been set.*

*The results of the management and mentoring on Instagram @RopangGogo got 249 followers, which means an increase of 69 followers. In addition, it also managed to increase engagement by 9 engagements (from 10 to 19), namely reaching a 9.5% engagement rate and a reach of 54 Accounts Reach 77.8% followers and 22.2% non-followers.*

**Keywords:** *Mentoring and Training, Social Media Marketing, Social Media Management, Instagram, Brand Awareness.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	9
1.3 Solusi Permasalahan Mitra.....	10
1.4 Tujuan .....	11
1.5 Target Luaran .....	11
1.6 Manfaat .....	11
1.6.1 Manfaat Akademis .....	11
1.6.2 Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN .....</b>	<b>13</b>
2.1 UMKM Ropang Gogo .....	13
2.2 Kompetitor .....	14
2.3 Profil Usaha.....	15
2.3.1 Atribut Produk.....	16
2.3.2 Harga dan Kualitas .....	17
2.3.3 Kategori Produk .....	17
2.3.4 Produk Berdasarkan Konsumen.....	18
2.3.5 Pelayanan .....	18
2.4 Gambaran Media Sosial .....	18
2.5 Sumber Daya dan Bahan Baku .....	20
2.6 Khalayak Sasaran .....	21
2.6.1 Mitra.....	21

2.6.2 Target Market.....	21
2.6.3 Target Audiens.....	21
2.6.4 Segmentasi Demografi dalam Menentukan Khalayak Sasaran .....	22
2.6.5 Segmentasi Geografi .....	22
2.7 Peluang Usaha.....	22
2.8 SWOT .....	23
2.8.1 Keunggulan Produk ( <i>Strength</i> ) .....	23
2.8.2 Kelemahan Produk ( <i>Weakness</i> ).....	23
2.8.3 Peluang Produk ( <i>Opportunity</i> ) .....	23
2.8.4 Ancaman Produk ( <i>Threats</i> ).....	23
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP .....</b>	<b>24</b>
3.1 Penelitian Terdahulu .....	24
3.2 Rujukan Karya .....	28
3.2.1 Instagram @warungkondre.....	28
3.2.2 Instagram @ropang.village.....	29
3.3 Komunikasi Digital .....	29
3.4 <i>New Media</i> .....	30
3.5 Media Sosial.....	30
3.5.1 <i>Instagram</i> .....	31
3.6 Social Media Marketing.....	34
3.7 Strategi Media Sosial .....	35
3.7.1 <i>Influencer Marketing</i> .....	38
3.8 The Circular Model of Some by Regina Luttrell .....	39
3.9 <i>Social Media Specialist</i> .....	41
3.10 <i>Brand Awareness</i> .....	42
3.11 UMKM.....	43
<b>BAB IV METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah.....	48
4.1.1 Observasi.....	48
4.1.2 Wawancara Offline .....	48
4.1.3 Diskusi .....	48
4.1.4 Konsultasi.....	48
4.1.5 Simulasi.....	49
4.2 Tahapan Kegiatan.....	49
4.2.1 <i>Research</i> .....	49
4.2.2 Perencanaan .....	49
4.2.3 Pengelolaan .....	50
4.2.4 Pelatihan.....	50

4.2.5 Pendampingan .....	51
4.2.6 Masa Lepas Pendampingan.....	51
4.2.7 Evaluasi .....	51
4.3 Teknik Komunikasi.....	52
4.4 Konsep Perancangan .....	52
4.5 Bentuk - Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan .....	53
4.6 Rencana Mitra Kerja .....	55
4.7 Rencana Publikasi .....	55
4.8 Anggaran Kegiatan .....	56
4.9 Jadwal Kegiatan .....	56
<b>BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERHASILAN .....</b>	<b>58</b>
5.1 Teknik Komunikasi.....	58
5.2 Gambaran Tahap-Tahapan Pelaksanaan .....	59
5.2.1 Tahap Perencanaan.....	59
5.2.2 Tahap Pengelolaan .....	60
5.2.3 Tahap Pelatihan.....	61
5.2.4 Tahap Pendampingan.....	62
5.2.5 Tahap Masa Lepas Pendampingan.....	63
5.2.6 Tahap Evaluasi.....	64
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	66
5.3.1 Hasil Kegiatan TAPN .....	66
5.3.2 Hasil pencapaian pengelolaan Instagram Ropang Gogo.....	74
5.3.3 Hasil dari Evaluasi Akhir.....	77
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan.....	89
5.4.1 Analisis Kegiatan .....	89
5.4.2 Kendala yang Dihadapi .....	99
5.4.3 Potensi Berkelanjutan .....	100
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
6.1 Kesimpulan .....	101
6.2 Saran.....	102
6.2.1 Saran Akademis .....	102
6.2.2 Saran Praktis .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>108</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia .....	2
Gambar 1.3 Jumlah Followers Instagram Ropang Gogo .....	6
Gambar 1.4 Konten Instagram Ropang Gogo .....	6
Gambar 2.1 Lokasi Ropang Gogo .....	12
Gambar 2.2 Logo Ropang Gogo .....	14
Gambar 2.3 Menu Ropang Gogo .....	15
Gambar 2.4 Profil Instagram Ropang Gogo .....	17
Gambar 2.5 Feeds Instagram Ropang Gogo .....	17
Gambar 2.6 Reels Instagram Ropang Gogo .....	18
Gambar 3.1 Konten Instagram Warung Kondre .....	23
Gambar 3.2 Konten Instagram Ropang Village .....	24
Gambar 5.1 Pertemuan Offline bersama mitra .....	46
Gambar 5.2 Pengelolaan Instagram oleh pendamping .....	47
Gambar 5.3 Pelatihan offline pertama .....	48
Gambar 5.4 Pelatihan Offline kedua .....	48
Gambar 5.5 Pelatihan Online pertama .....	48
Gambar 5.6 Pelatihan Online kedua .....	48
Gambar 5.8 Konten yang di posting Kak Mei .....	50
Gambar 5.9 Insight influencer Instagram @anetaputri_ ...S .....	52
Gambar 5.10 Content Strategi Selama Bulan April 2024 .....	53
Gambar 5.11 Caption dan Hashtag pada Instagram Ropang Gogo .....	54
Gambar 5.12 Pengelolaan Instagram Ropang Gogo .....	55
Gambar 5.13 Masa Lepas Pendampingan .....	56
Gambar 5.14 Fitur Instagram Feeds .....	57
Gambar 5.15 Penggunaan Influencer @AnitaPutri_ .....	58
Gambar 5.16 Penggunaan Ads Pada Konten .....	58
Gambar 5.17 Artikel telah diposting di Website .....	65
Gambar 5.18 Data Engagement Ropang .....	77
Gambar 5.19 Konten Informasi .....	87
Gambar 5.20 Konten Hiburan .....	87
Gambar 5.21 Konten <i>Product Knowledge</i> .....	87

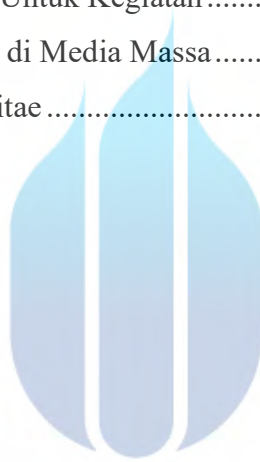
## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 4.1 Tahapan Kerja Social Media Specialist .....	35
Tabel 4.2 KPI Terhadap Perencanaan Media.....	40
Tabel 4.3 Rencana Publikasi .....	42
Tabel 4.4 Anggaran Kegiatan Social Media Specialist.....	42
Tabel 4.5 Jadwal Kegiatan .....	43
Tabel 5.1 Perbandingan Hasil Sebelum, Sesaat, dan Sesudah Pendampingan .....	66
Tabel 5.2 Analisis Kegiatan .....	78



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata (Ketua, Anggota dan Dosen Pendamping).....	109
Lampiran 2 Anggaran Kegiatan .....	111
Lampiran 3 Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas .....	112
Lampiran 4 Surat Pernyataan Kesiediaan dari Mitra .....	113
Lampiran 5 Denah Lokasi Kegiatan .....	114
Lampiran 6 Dokumentasi.....	115
Lampiran 7 Bahan Presentasi Design Banner Untuk Kegiatan .....	117
Lampiran 8 Design Banner Untuk Kegiatan .....	119
Lampiran 9 Bukti Publikasi di Media Massa.....	120
Lampiran 10 Curriculum Vitae .....	121



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA