



**PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN KONTEN KREATIF
DALAM MELAKUKAN PROMOSI UMKM KREASI BOGA
UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Muhammad Nibras Wiksadana Bhamakerti

44320010026

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Nibras Wiksadana Bhamakerti
NIM : 44320010026
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dan Pembuatan Konten Kreatif Dalam Melakukan Promosi UMKM Kreasi Boga 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, 16 Agustus 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Nibras
Wiksadana Bhamakerti

HALAMAN PENGESAHAN UNTUK 2 PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Nibras Wiksadana Bhamakerti
NIM : 44320010026
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dan Pembuatan Konten Kreatif Dalam Melakukan Promosi UMKM Kreasi Boga 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.

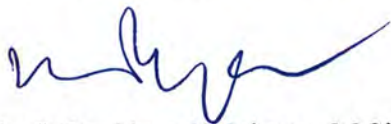
Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Gadis Octory, M.Ikom ()
NIDN : 0314108803
Pembimbing 2 : Engga Probi Endri, M.A ()
NIDN : 0317089402
Ketua Penguji : Dr. Feni Fasta, M.Si ()
NIDN : 0306047601
Penguji Ahli : Sumanjaya, M.Ikom ()
NIDN : 0329018104


Jakarta, 16 Agustus 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 syukur penulis panjatkan atas hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayahnya yang tidak ternilai. Atas Rahmat dan Hidayah-Nya, saya sebagai penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri yang berjudul “Pendampingan dan Perencanaan Pembuatan Konten Kreatif Dalam Melakukan Promosi UMKM Kreasi Boga Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*”. Tugas Akhir Peduli Negeri ini disusun dan ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi di Bidang Advertising and Marketing Communication.

Dalam penulisan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini, Penulis tidak sedikit mengalami kesulitan dan hambatan yang di alami. Tetapi, berkat dukungan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak, pada akhirnya penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang paling dalam, kepada :

1. Ibu **Gadis Octory, M.Ikom** selaku Dosen Pembimbing 1 Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN), yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
2. Bapak **Engga Probi Endri, M.A** selaku Dosen Pembimbing 2 Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN), yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
3. Ibu **Dr. Feni Fasta, M.Si** selaku Ketua Sidang yang sudah meluangkan waktunya untuk melakukan sidang TAPN ini.
4. Bapak **Suman Jaya, M.Ikom** selaku Penguji Ahli yang sudah meluangkan waktunya untuk melakukan sidang TAPN ini.
5. Bapak **Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku Dekan Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Ibu **Eka Perwitasari, S.Sos, MA** selaku Dosen Pengampu Mata Kuliah Riset

Komunikasi, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.

8. Ibu **Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D** selaku Dosen Pengampu Mata Kuliah Tugas Akhir, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
9. Ibu **Susyeni Risnayanthy** selaku pemilik UMKM Kreasi Boga yang telah bersedia untuk berbagi ilmu dan pengalaman selama proses pendampingan.
10. Ayah, bunda, Tete Gya dan Lintang yang telah selalu mendukung dan menyemangati serta mendoakan untuk menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan baik.
11. **Bagus Al Haq** dan **Muhammad Ibnu Fadlikal** sebagai anggota tim yang sudah bekerja sama dan berusaha untuk mencapai tujuan dalam tim TAPN.
12. Kepada **diri sendiri** yang telah berjuang dan tidak menyerah selama perkuliahan, hingga akhirnya sampai pada bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini masih banyak kekurangan baik pada teknik penulisan maupun materi dikarenakan terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan agar kedepannya penulis dapat lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.

Akhir kata rasa hormat dan terima kasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala selalu memberikan rahmat dan ridhonya kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam proses penulisan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.

Jakarta, 24 Juli 2024

Muhammad Nibras Wiksadana Bhamakerti / 4432001002

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Nibras Wiksadana Bhamakerti
NIM : 44320010026
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dan Pembuatan Konten Kreatif Dalam Melakukan Promosi UMKM Kreasi Boga 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.

Jakarta, 16 Agustus 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Nibras Wiksadana
Bhamkaerti)

ABSTRAK

Nama : Muhammad Nibras Wiksadana Bhamakerti
NIM : 44320010026
Program Studi : Ilmu komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dan Pembuatan Konten Kreatif Dalam
Melakukan Promosi UMKM Kreasi Boga Untuk Meningkatkan
Brand Awareness
Pembimbing : Gadis Octory, M.Ikom & Engga Probi Endri, M.A

Pendampingan UMKM Kreasi Boga dipilih karena usaha ini memiliki potensi dalam dunia kuliner dengan produk kue soes dan eclair yang dibuat oleh Ibu Susyeni Risnayanthy. Meskipun Produk dari Kreasi Boga memiliki kualitas tinggi, Kreasi Boga menghadapi tantangan dalam *branding* dan promosi di media sosial. dan Kreasi Boga terletak Jalan Kebon Jeruk No.14, RT003/015, Rawa Belong, Kecamatan Palmerah, Kelurahan Palmerah, Jakarta Barat.

Tujuan dari pendampingan ini untuk melakukan perencanaan dan pendampingan pembuatan konten kreatif yang menarik dan informatif dalam meningkatkan *brand awareness* Kreasi Boga di media sosial, khususnya Instagram, melalui konten promosi yang menarik dan identitas merek yang konsisten. Pendampingan ini penulis sebagai *Creative Director* memiliki tugas pembuatan konten kreatif di Instagram.

Metode penelitian yang diterapkan dalam pendampingan ini adalah melakukan observasi langsung dan wawancara dengan pemilik UMKM. Kegiatan pendampingan ini meliputi, *brainstorming*, perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan, seperti pembuatan konten kreatif pembuatan stiker kemasan produk, penetapan *color pallate* di setiap konten Instagram, membuat *tagline* dan melakukan *photoshoot* dari produk UMKM Kreasi Boga.

Hasil pendampingan menunjukkan Kreasi Boga mengalami peningkatan interaksi audiens dan *brand awareness* di Instagram. Konten menjadi lebih menarik dengan elemen desain yang konsisten dan informatif. Mitra juga terus konsisten menggunakan unsur desain dan memanfaatkan konten kreatif dalam kegiatan promosi di media sosial, Instagram.

Kata Kunci : UMKM, *Brand*, *Awareness*, *Creative*, *Branding*

ABSTRACT

Name : Muhammad Nibras Wiksadana Bhamakerti

NIM : 44320010026

Study Program : Ilmu komunikasi

*Title Internship Report: Assistance and Creative Content Creation in Promoting
UMKM Kreasi Boga to Increase Brand Awareness*

Counsellor : Gadis Octory, M.Ikom & Engga Probi Endri, M.A

Assistance for the UMKM Kreasi Boga was chosen because this business has potential in the culinary world with its soes and eclair cake products made by Mrs. Susyeni Risnayanthy. Even though Kreasi Boga products are of high quality, Kreasi Boga faces challenges in branding and promotion on social media. and Kreasi Boga is located on Jalan Kebon Jeruk No.14, RT003/015, Rawa Belong, Palmerah District, Palmerah Village, West Jakarta.

The aim of this assistance is to plan and assist in creating interesting and informative creative content in increasing brand awareness of Kreasi Boga on social media, especially Instagram, through attractive promotional content and consistent brand identity. In this assistance, the author as Creative Director has the task of creating creative content on Instagram.

The research method applied in this assistance is conducting direct observations and interviews with UMKM owners. These accompanying activities include brainstorming, planning, preparation and implementation, such as creating creative content, making product packaging stickers, determining the color palate for each Instagram content, creating taglines and doing photoshoots of UMKM Kreasi Boga products.

The results of the assistance show that Kreasi Boga has experienced an increase in audience engagement and brand awareness on Instagram. Content becomes more attractive with consistent and informative design elements. Partners also continue to consistently use design elements and utilize creative content in promotional activities on social media, Instagram.

Keywords : UMKM, Brand, Awareness, Creative, Branding

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	10
1.3 Tujuan.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.4.3 Manfaat Sosial.....	11
BAB II	12
GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	12
2.1 Kondisi dan Potensi Wilayah.....	12
2.2 Profil Usaha.....	17
2.3 Sumber daya dan Bahan Baku.....	18
2.4 Khalayak Sasaran.....	18
2.5 Peluang Usaha UMKM Kreasi Boga Dengan Menggunakan Analisis SWOT.....	20

2.5.1 Analisis SWOT	20
BAB III	22
TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	22
3.1 Kegiatan Pendampingan Terdahulu	22
3.2 Rujukan Karya.....	29
3.2.1 Boens Soes	29
3.2.2 ChouxLala.....	30
3.2.3 Soessurgawi	30
3.3 Komunikasi Pemasaran	31
3.3.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	32
3.4 Bauran Pemasarann	33
3.4.1 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	34
3.5 Promosi.....	35
3.5.1 Tujuan Promosi	35
3.5.2 Bauran Promosi.....	36
3.6 Brand Awareness.....	39
3.7 Identitas Merek.....	41
3.8 Digital Marketing	42
3.8.1 Integrated Marketing Communication (IMC).....	43
3.9 Creative Content.....	44
3.10 Content Marketing.....	45
3.11 Media.....	46
3.11.1 Media Sosial.....	46
3.11.2 Media Sosial Instagram.....	47
3.13 Copywriting.....	51
3.14 Creative Brief	52
3.15 Jenis Kegiatan.....	54
3.16 Tema Kegiatan (TAPN)	54
3.17 Sasaran Kegiatan	54
3.18 Tagline.....	55
3.19 Hashtag.....	55
3.20 Warna	56

3.21 Tipografi.....	56
3.22 Lokasi dan Waktu Kegiatan.....	57
3.23 Fasilitas.....	57
3.24 Media Partner	58
BAB IV	59
METODE PELAKSANAAN.....	59
4.1 Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah.....	59
4.1.1 Analisa UMKM Kreasi Boga.....	59
4.1.2 Analisa Media Promosi.....	59
4.1.3 Analisa Desain Konten Instagram.....	60
4.1.4 Mendesain <i>Sticker</i> Untuk <i>Packaging</i>	60
4.2 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	60
4.2.1 Kriteria Peserta.....	61
4.2.2 Penetapan Lokasi	61
4.3 Pelaksanaan Kegiatan.....	61
4.3.1 Observasi.....	62
4.3.2 Wawancara.....	62
4.4 Tahap Kegiatan.....	63
4.4.1 Tahap <i>Brainstorming</i>	63
4.4.2 Tahap Perencanaan	64
4.4.3 Tahap Persiapan	64
4.4.4 Tahap Pendampingan.....	64
4.4.5 Pelaksanaan	65
4.4.6 Proses Pembuatan Konten.....	67
4.5 Teknik Komunikasi	67
4.6 Key Performance Indicator (KPI).....	68
4.7 Anggaran Kegiatan.....	69
4.8 Rencana Mitra Kerjasama	69
4.9 Rencana Publikasi	70
4.9.1 Media Partner.....	70
4.9.2 Publikasi Luaran :	71
4.10 Time Schedule	71

BAB V	74
HASIL YANG DICAPAI.....	74
5.1 Tahapan Kegiatan.....	74
5.1.1 Tahapan Pembuatan Tagline.....	74
5.1.2 Tahapan Pembuatan stiker <i>packaging</i>	74
5.1.3 Tahapan Pembuatan <i>flyer</i> promosi.....	75
5.1.4 Greeting Card Hari Raya Idul Fitri	75
5.1.5 Tahapan Foto Produk.....	75
5.1.6 Tahapan Pembuatan <i>Mini Website</i>	75
5.1.7 Tahapan Pembuatan Konten Media Sosial	76
5.2 Teknik Komunikasi	76
5.2.1 Kegiatan Pendampingan	76
5.2.2 Pendampingan Kegiatan Promosi	79
5.3 Tahap Pasca Pendampingan	109
5.3.1 Pendampingan <i>Photoshoot</i> Bersama Mitra.....	110
5.3.2 Konten Yang Sudah Dibuat Oleh Mitra.....	110
5.4 Perbandingan followers Pra dan Pasca Pendampingan.....	112
5.5 Perbandingan Insight Konten Instagram Pra dan Pasca Pendampingan.....	113
5.6 Analisis Kegiatan	115
5.7 Kendala Kegiatan	118
5.8 Potensi Keberlanjutan.....	119
BAB VI	120
KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
6.1 Kesimpulan.....	120
6.2 Saran	121
6.2.1 Saran Akademis	121
6.2.2 Saran Praktis	121
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Kreasi Boga	3
Gambar 2 Akun Instagram Kreasi Boga	7
Gambar 3 Jumlah UMKM Menurut Kecamatan di Jakarta Barat, 2021	12
Gambar 4 Lokasi UMKM Kreasi Boga	13
Gambar 5 Produk Kreasi Boga	14
Gambar 6 Instagram Boens Soes	29
Gambar 7 Akun Instagram @chouxlala.id.....	30
Gambar 8 Akun Instagram @soessurgawi.....	31
Gambar 9 Piramida Tingkatan Brand Awareness.....	40
Gambar 10 Warna	56
Gambar 11 Font	57
Gambar 12 Instagram Account Fasilitator.....	70
Gambar 13 Instagram Hima Pariwara Universitas Mercu Buana.....	71
Gambar 14 Instagram Info Giveaway.....	71
Gambar 15 Publukasi Luaran.....	71
Gambar 16 Tagline Kreasi Boga.....	77
Gambar 17 Stiketr Packaging	78
Gambar 18 Flyer Kreasi Bogaa.....	79
Gambar 19 Greeting Card.....	80
Gambar 20 Foto Produk Kreasi Boga.....	81
Gambar 21 Mini Website Linkrtree.....	81
Gambar 22 Publikasi Luaran.....	106
Gambar 23 Promosi Media Partner.....	107
Gambar 24 Giveaway Kreasi Boga.....	108
Gambar 25 Discount Kreasi Boga	109
Gambar 26 Konten Dibuat Oleh Mitra	110
Gambar 27 Perbandingan Followers.....	112
Gambar 28 Perbandingan Insight Konten Reels	113
Gambar 29 Perbandingan Insight konten Feeds	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2 Creative Brief.....	53
Tabel 3 Pemilik UMKM Kreasi Boga	61
Tabel 4 Key Performance Indicator Kreasi Boga	68
Tabel 5 Anggaran.....	69
Tabel 6 Time Schedule	71
Tabel 7 Content Pillar	82
Tabel 8 Konten feed pada Instagram Kreasi Boga	83
Tabel 9 Konten Story Instagram Kreasi Boga	101
Tabel 10 Perbandingan Pra Pendampingan dan Pasca Pendampingan.....	111



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara	126
Lampiran 2. Surat Ketersediaan Mitra	128
Lampiran 3 Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas	129
Lampiran 4 Lokasi Kegiatan UMKM Kreasi Boga	129
Lampiran 5 Dokumentasi Kegiatan	130
Lampiran 6 Publikasi Media	132
Lampiran 7 Curriculum Vitae	135

