



**PENGELOLAAN *DIGITAL MEDIA PLANNING* PADA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @SHAVACOFFEE_ UNTUK
MENGOPTIMALKAN KONTEN**



**ATHALLAH ANARGYA MEDRIATAMAPUTRA
44520010037**

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Athallah Anargya Medriatamaputra

NIM : 44520010037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan *Digital Media Planning* Pada Media Sosial Instagram @shavacoffee_ Untuk Mengoptimalkan Konten

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.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Agustus 2024



(Athallah Anargya Medriatamaputra)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Athallah Anargya Medriatamaputra

NIM : 44520010037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan *Digital Media Planning* Pada Media Sosial Instagram @shavacoffee_ Untuk Mengoptimalkan Konten

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 *Digital Communication*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

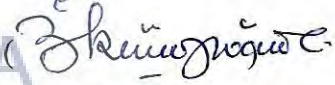
Pembimbing 1 : Muthia Rahayu, M.Ikom
NIDN : 0322029302

Pembimbing 2 : Andi Pajolloi Bate, M.A
NIDN : 0303069401

Ketua Penguji : Yuni Tresnawati, M.Ikom
NIDN : 0326068001

Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom
NIDN : 0330019002

()
()

()

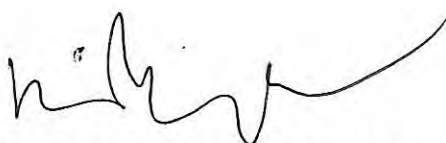
()


Jakarta, 23 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

()
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Athallah Anargya Medriatamaputra
NIM : 44520010037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan *Digital Media Planning* Pada Media Sosial Instagram @shavacoffee_ Untuk Mengoptimalkan Konten

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 Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Agustus 2024

Yang menyatakan,



(Athallah Anargya M)

ABSTRAK

Nama : Athallah Anargya Medriatamaputra
NIM : 44520010037
Program Studi : Digital Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan *Digital Media Planning* Pada Media Sosial Instagram @shavacoffe_ Untuk Mengoptimalkan Konten
Pembimbing 1 : Muthia Rahayu, M.Ikom
Pembimbing 2 : Andi Pajolloi Bate, M.A

Pengelolaan media sosial saat ini sangat memberikan dampak yang besar pada dunia pemasaran dalam memasarkan *brand* atau produk yang dimiliki. Kemudian dampak yang didapatkan saat melakukan pengelolaan media sosial dalam pemasaran sangatlah penting untuk menarik para pelanggan untuk menyadari bahwa *brand* tersebut ada. Salah satunya adalah @shavacoffee_ yang memiliki tujuan meningkatkan brand awarness dari pengelolaan konten yang lebih optimal. Kegiatan yang dilakukan ini menggunakan metode pendampingan kepada @shavacoffee_ , dimana pendamping berperan sebagai *Social Media Planner* yang dimana pengamping merencanakan, mengelola, serta memegang akun Instagram milik @shavacoffee_ untuk mengoptimalisasikan konten.

Pada kegiatan Tugas Akhir Peduli Negeri ini, pendamping juga menggunakan konsep *RACE* untuk memfokuskan pada peningkatan kesadaran merek dan eksposur melalui optimalisasi konten Instagram serta penggunaan hashtag, caption, dan postingan yang terarah.

Hasil dari pendampingan ini Instagram @shavacoffee_ selama kurang lebih 4 bulan mendapatkan peningkatan *followers* sebanyak 259 *followers*, kunjungan profil sebanyak 6,529, dan *content share* sebanyak 1-10 *per post*. Kemudian perubahan pada penulisan *caption*, dan juga *hashtag* baru yang dibuat oleh pendamping.

Kata Kunci: Pendampingan, Pelatihan, Content Plan, Pengelolaan, Media Sosial, Instagram, Caption.

ABSTRACT

Name : Athallah Anargya Medriatamaputra
NIM : 44520010037
Study Program : *Digital Communications*
Title of Thesis : *Pengelolaan Digital Media Planning Pada Media Sosial Instagram @shavacoffe_ Untuk Mengoptimalkan Konten*
Counsellor 1 : Muthia Rahayu, M.Ikom
Counsellor 2 : Andi Pajolloi Bate, M.A

The management of social media currently has a significant impact on the marketing world, particularly in promoting a brand or product. The impact gained from managing social media in marketing is crucial in attracting customers to become aware of the existence of the brand. One such example is @shavacoffee_, which aims to increase brand awareness through more optimized content management.

The activities carried out involve mentoring @shavacoffee_, where the mentor acts as a Social Media Planner, responsible for planning, managing, and handling @shavacoffee_'s Instagram account to optimize its content.

In this Final Assignment for Nation Caring activity, the mentor also applied the RACE concept to focus on increasing brand awareness and exposure through optimized Instagram content, including the strategic use of hashtags, captions, and targeted posts.

As a result of this mentoring, the Instagram account @shavacoffee_ saw a growth of 259 followers, 6,529 profile visits, and content shares ranging from 1 to 10 per post over approximately 4 months. Additionally, there were improvements in caption writing and the creation of new hashtags by the mentor.

Keywords: *Mentoring, Training, Content Plan, Management, Social Media, Instagram, Caption.*

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah Swt, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penyusun dapat membuat Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul “Pengelolaan Digital Media Planning Pada Sosial Media Instagram @Shavacoffe”. Tugas Akhir Peduli Negeri ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di bidang Digital Communication pada Universitas Mercu Buana. Walaupun demikian, penyusun berusaha dengan semaksimal mungkin demi kesempurnaan penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri ini. Dengan ini saya juga menyadari banyak pihak yang saya libatkan dalam penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri ini agar dapat selesai semaksimal mungkin. Maka dari itu, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Ibu Muthia Rahayu, M.Ikom** selaku dosen pembimbing 1 saya yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan saran selama saya dan tim saya melakukan bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
2. **Bapak Andi Pajolloi Bate, M.A** selaku dosen pembimbing 2 saya yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan saran selama saya dan tim saya melakukan bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
4. **Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom** selaku Ketua Sidang pada Tugas Akhir Peduli Negeri kelompok kami.
5. **Bapak Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom** selaku Penguji Ahli pada Tugas Akhir Peduli Negeri kelompok kami.
3. **Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang saya hormati.
4. **Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si** selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang saya hormati.
5. **Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom** selaku **Sekprodi 2** yang saya hormati. Saya ucapkan terima kasih atas saran yang diberikan selama saya berkeluh kesah terkait perkuliahan dan beberapa saran yang bapak berikan.

6. **Kepada orang tua saya yaitu Bapak Ismed Suhan dan Bunda Sri Setiawati** yang sangat saya cintai dan sangat saya banggakan, terima kasih karena telah berjuang membiayakan kuliah saya dengan segala tenaga yang dikeluarkan.
7. **Kepada pemilik NIM 44320010057** saya ucapkan terima kasih atas segala bantuan yang diberikan selama awal pembuatan TAPN saya, walaupun semuanya tidak berjalan dengan baik sampai akhir pengerjaan TAPN saya. Setidaknya Anda sudah membantu, mensupport, dan mendukung saya dalam berbagai aspek untuk pengerjaan TAPN saya.
8. **Kepada Tim TAPN saya Hendry Muhammad Nova, Muhammad Nurul Huda** dan rekan-rekan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terimakasih atas saran dan kritik yang diberikan.
9. **Kepada The Marko** yang mendorong saya untuk tetap mengerjakan TAPN ini sampai selesai.
10. **Kepada Dilla Alhamid, Ananda Atha, Muhammad Yusuf, Alfito Rahma** yang selalu mendorong saya untuk mengerjakan Tugas Akhir ini hingga selesai dan membuat saya tetap waras.
11. **Kepada Komplek In The Sky** yang sudah selalu mensupport saya dalam pengerjaan tugas akhir ini.
12. **Kepada teman-teman Roleplay** saya yang meningkatkan saya untuk mengerjakan Tugas Akhir ini walaupun tetap mengajak untuk login.
13. **Kepada Gicaw, Adit, Riza, Hafiz, Kitoy, Gondrong, Bendot, Tiffany, Intan, dan teman-teman Digicomm 2020** lainnya yang sudah mendorong saya untuk tetap mengerjakan Tugas Akhir hingga selesai dan membantu saya untuk tetap semangat.
14. **Kepada pihak @shavacoffee_** yaitu, **Mas Arthur, Kak Carlista, Pak Risky** yang sudah mau menerima tim TAPN saya untuk melakukan pendampingan pada **@shavacoffee_**.
15. **Kepada anggota kepengurusan Badan Eksekutif Mahasiswa FIKOM 2022/2023** atas pengalaman yang sudah diberikan.

16. **Kepada seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi** yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu pada Kata Pengantar ini, terima kasih atas semua ilmu yang diberikan selama saya mencari ilmu di kampus.

17. Terakhir adalah terima kasih kepada diri saya sendiri sudah dapat memaksimalkan tugas akhir ini walaupun banyak tantangan, masalah, dan hal yang tidak diduga sebelumnya.

Dalam penulisan tugas akhir ini pendamping menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, mengingat terbatasnya kemampuan dan kurangnya pengalaman yang pendamping miliki. Untuk itu dengan kerendahan hati, pendamping mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan tugas akhir ini dan akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi seluruh mahasiswa Universitas Mercu Buana dan umumnya bagi pembaca sekalian.



Athallah Anargya Medritamaputra
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENCTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Analisa Situasi	1
1.2. Permasalahan Mitra	4
1.4. Tujuan.....	5
1.6. Manfaat.....	6
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	7
2.1. UMKM Shava <i>Coffee</i>	7
2.2. Profil Usaha	8
2.3. Brand Positioning	9
2.4. Sumber Daya dan Bahan Baku.....	10
2.5. Khalayak Sasaran	11
2.5.1. Mitra.....	11
2.5.2. Target Market.....	11
2.5.3. Target Audiens	11
2.5.4. Segmentasi Demografi dalam Menentukan Khalayak Sasaran	12
2.5.5. Segmentasi Geografi	12
2.6. Peluang Usaha	12
2.7. Profil Instagram @shavacoffee_	13

BAB III TINJAUAN PUSTAKA	14
3.1. Komunikasi Digital	14
3.2. Pengelolaan Media Sosial	15
3.3. Media Baru	17
3.4. Media Sosial	17
3.5. Instagram	19
3.6. Digital Media Planner	22
3.7. UMKM	23
3.8. Metode RACE	24
BAB IV	26
METODE PELAKSAANAAN.....	26
4.1. Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	26
4.1.1. Observasi.....	29
4.1.2. Wawancara.....	29
4.1.3. Diskusi	29
4.1.4. Konsultasi.....	30
4.1.5. Simulasi.....	30
4.2. Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan	30
4.3. Rancangan Publikasi Konten.....	32
4.4. <i>Content Pillar</i>	33
4.5. Anggaran Kegiatan.....	35
4.6. Timeline Kegiatan	35
4.7. <i>Media Partner</i>	36
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERHASILAN.....	37
5.1 Teknik Komunikasi	37
5.2 Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan	38
5.2.1 Tahap Perencanaan	39
5.2.2 Tahap Pengelolaan.....	39
5.2.3 Tahap Pelatihan.....	40
5.2.5 Tahap Masa Lepas Pendampingan	41
5.2.6 Tahap Evaluasi.....	42

5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	43
5.3.1 Hasil Kegiatan TAPN	43
5.3.2 Hasil Pencapaian Pengelolaan Instagram @shavacoffee_.....	55
5.3.3 Hasil Keberhasilan.....	57
5.4 Analisis Kegiatan	69
5.4.1 Kendala Yang Dihadapi.....	76
5.4.2 Potensi Berkelanjutan	77
BAB VI KESIMPULAN & SARAN	81
6.1 Kesimpulan.....	81
6.2 Saran	82
6.2.1 Saran Akademis	82
6.2.2 Saran Praktis	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86
LAMPIRAN 1: Biodata (Ketua, Anggota, dan Dosen Pembimbing)	86
LAMPIRAN 2: Anggaran Kegiatan.....	88
LAMPIRAN 3: Susunan Organisasi & Pembagian Tugas.....	89
LAMPIRAN 4: Surat Pernyataan Kerja Sama Dengan Mitra.....	90
LAMPIRAN 5: Denah Lokasi Kegiatan	91
LAMPIRAN 6: Dokumentasi.....	92
LAMPIRAN 7: Materi Presentasi	93
LAMPIRAN 8: Bukti Publikasi Media	94
LAMPIRAN 9: <i>Curriculum Vitae</i> (CV).....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Tahapan Kerja <i>Social Media Planner</i>	26
Tabel 4.2. Tahap Pengelolaan Media Sosial.....	27
Tabel 4.3. Indikator Keberhasilan.....	31
Tabel 4.4. Jadwal Publikasi Konten.....	33
Tabel 4.5. <i>Content Pillar</i>	34
Tabel 4.6. Anggaran Kegiatan.....	35
Tabel 4.7. Timeline Kegiatan.....	36
Tabel 4.7. Media Partner	36
Tabel 5.1. Content Pillar.....	49
Tabel 5.2. Perbandingan Hasil Sebelum, Sesaat, dan Sesudah Pendampingan.....	55
Tabel 5.3. Engagement Rate.....	65
Tabel 5.4. Analisis Kegiatan.....	71
Tabel 5.5 Indikator Keberhasilan Pengelolaan Konten.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Profile Instagram @shavacoffee_	7
Gambar 2.1. Google Maps dan Lokasi @shavacoffee_	7
Gambar 2.2. Akun Instagram @shavacoffee_	7
Gambar 2.3. Konten Feeds Instagram @shavacoffee_	7
Gambar 3.1. Pengguna Platform Media Sosial Terbanyak di Indonesia.....	19
Gambar 3.2. Metode Analisis RACE.....	22
Gambar 4.1. Tingkat Engagement Postingan Instagram (sproutsocial).....	27
Gambar 5.1. Bukti Pertemuan Offline.....	35
Gambar 5.2. Tahap Pelatihan.....	37
Gambar 5.3. Penggunaan Hashtag Pada Caption.....	41
Gambar 5.4. Penggunaan Influencers.....	42
Gambar 5.5. Promo Ramadhan.....	43
Gambar 5.6. Interaksi Dengan Audience.....	44
Gambar 5.7. Content Plan.....	44
Gambar 5.8. Instagram Stories Recap.....	47
Gambar 5.9. Arsip Live Instagram.....	48
Gambar 5.10. Instagram Reels	48
Gambar 5.11. Instagram Feeds	49
Gambar 5.12. Penggunaan Hashtag Pada Caption.....	49
Gambar 5.13. Penggunaan Fitur Arroba.....	50
Gambar 5.14. Penggunaan Fitur Direct Message.....	50
Gambar 5.15. Fitur Arsip.....	51
Gambar 5.16. Foto Dengan Mitra.....	52
Gambar 5.17. Potensi Keberhasilan.....	74