



**PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN KONTEN KREATIF "UMKM
CHICKEN PIPPOP'S" DI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Eva Wani Annisa

44320010043

**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 : Eva Wani Annisa
NIM : 44320010043
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dan Pembuatan Konten Kreatif "UMKM Chicken Pippop's" di Instagram 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2024



Eva Wani Annisa

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Eva Wani Annisa
NIM : 44320010043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dan Pembuatan Konten Kreatif "UMKM Chicken Pippop's" di Instagram 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 I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dudi Hartono, M.Ikom
NIDN : 0320037307
Pembimbing 2 : Engga Probi Endri, M.A
NIDN : 0317089402
Ketua Sidang : Marchiyyah, M.Ikom
NIDN : 0314038802
Penguji Ahli : Gadis Octory, M.Ikom
NIDN : 0314108803



Jakarta, 12. AGUSTUS. 2024.....

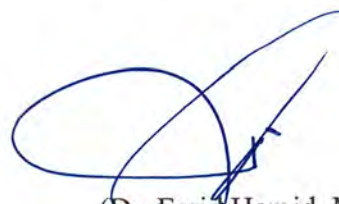
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim. Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) yang berjudul **“PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN KONTEN KREATIF “UMKM CHICKEN PIPPOP’S” DI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS”**. Tugas akhir ini disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi sarjana dan memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran.

Dalam menyusun Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir Peduli Negeri ini. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak **Dudi Hartono, M.Ikom** selaku pembimbing 1 dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas penulis.
2. Bapak **Engga Probi Endri, M.A** selaku pembimbing 2 dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan lapran tugas penulis.
3. Ibu **Palupi** Selaku Pemilik Usaha UMKM “Chicken Pippop’s” yang telah bersedia bekerjasama dan memberikan banyak bantuan kepada penulis dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk laporan tugas akhir.
4. Bapak **Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku Dekan Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu **Dr. Irmulansati T, SH, M.Si** selaku Wakil 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 **Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D** selaku sekretaris program studi Marketing Communication & Advertising.
8. Ibu **Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed** selaku Dosen Mata Kuliah Riset Komunikasi

9. Ayah dan Ibu yang selalu menyemangati, menghibur, mendoakan, mendengarkan keluhan kesah dan memberikan dukungan secara moral dan material.
10. kepada seluruh pihak yang juga telah menyediakan waktu untuk mendukung dan menghibur penulis yang mana tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, dan doanya
11. Teman seperjuangan saya **Anggun Sekar Suci** yang selalu mensupport dan menemani suka dan duka perkuliahan selama 4 tahun ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu segala kritikan serta saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Semoga tugas akhir ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 12 Juli 2024

Eva Wani Annisa

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Eva Wani Annisa
NIM : 44320010043
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dan Pembuatan Konten Kreatif "UMKM Chicken Pippop's" di Instagram 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, mengalih media/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,



Eva Wani Annisa

ABSTRAK

Nama : Eva Wani Annisa
NIM : 44320010043
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan dan Pembuatan Konten Kreatif "UMKM Chicken Pippop's" di Instagram untuk Meningkatkan Brand Awareness
Pembimbing : Dudi Harianto, M.Ikom
Engga Probi Endri, S.I,Kom., M,A

Jenis usaha yang termasuk dalam kategori UMKM yaitu usaha kuline. Chicken Pippop's merupakan usaha kuliner olahan ayam yang didirikan oleh ibu Palupi sejak tahun 2017 dan hingga saat ini telah memiliki 6 outlet.

Dalam konteks media sosial, konten menjadi hal utama agar produk dan jasa yang ditampilkan bisa menarik perhatian para konsumen dan menjangkau khalayak luas. Permasalahan yang dialami oleh UMKM Chicken Pippop's yaitu pembuatan konten kurang dilakukan oleh mitra karena kurangnya kemampuan dalam menyusun ide konten kreatif serta pembuatannya yang masih seadanya.

Hal yang dilakukan dalam pendampingan ini yaitu meningkatkan *brand awareness* melalui konten kreatif. Teknik pelaksanaan berfokus pada pembuatan konten kreatif, konsep desain dan memperkuat *brand identity* dengan menentukan warna dan elemen desain yang menjadi ciri khas chicken Pipopp's. Proses pembuatan konten memanfaatkan aplikasi desain canva. Tata cara pelaksanaan yang dipakai pada pendampingan ini yaitu observasi, wawancara, diskusi, konsultasi dan praktek.

Dari hasil dari kegiatan pembuatan konten terdapat beberapa keberhasilan untuk meningkatkan *awareness* yaitu, pada konten promo, interaktif konten yang dimana konten tersebut mendapatkan *Insight* yang bagus, oleh karena itu, dengan adanya konten yang kreatif dan Inovatif dapat membantu untuk meningkatkan *brand awareness* Chicken Pippop's.

Kata Kunci :UMKM, *Brand Awereness*, *Brand Identity*, Konten Kreatif, Chicken Pippop's

ABSTRACT

Name : Eva Wani Annisa
NIM : 44320010043
Study Program : Advertising & Marketing Communication
Title Thesis : Assistance and Creative Content Creation of “SMEs
Chicken Pippop's” on Instagram to Increase Brand
Awareness
Counsellor : Dudi Harianto, M.Ikom
Engga Probi Endri, S.I,Kom., M,A

The type of business that is included in the MSME category is a culinary business. Chicken Pippop's is a processed chicken culinary business founded by Mrs. Palupi since 2017 and currently has 6 outlets.

In the context of social media, content is the main thing so that the products and services displayed can attract the attention of consumers and reach a wide audience. The problem experienced by Chicken Pippop's MSMEs is that content creation is less done by partners because of the lack of ability to compile creative content ideas and the creation of them that is still modest.

The thing done in this assistance is to increase brand awareness through creative content. The implementation technique focuses on creating creative content, design concepts and strengthening brand identity by determining the colors and design elements that are the characterize of chicken Pipopp's. The content creation process utilizes the canva design application. The implementation procedures used in this assistance are observation, interview, discussion, consultation and practice.

From the results of the content creation activities, there are several successes to increase awareness, namely, on promo content, interactive content where the content gets good Insight, therefore, the existence of creative and innovative content can help to increase Chicken Pippop's brand awareness.

Keywords: MSME, Brand Awareness, Brand Identity, Creative Content, Chicken Pippop's.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN 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 GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Permasalahan Mitra.....	7
1.4. Tujuan Pendampingan.....	8
1.5. Manfaat Perancangan.....	8
1.5.1 Manfaat Akademis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
1.5.3 Manfaat Sosial	8
BAB II.....	9
GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	9
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM	9
2.2 Profil Usaha Mitra	11
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	12
2.4 Khalayak Sasaran	12
2.4.1 Mitra.....	12
2.4.2 Audience	12
2.4.3 Segmentasi Pasar	13
2.5 Peluang Usaha	13

2.6	Analisis SWOT	13
BAB III		15
TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP		15
3.1	Kegiatan Pendampingan Terdahulu	15
3.2	Referensi Karya.....	16
3.3	Teori-Teori	18
3.3.1	Komunikasi Pemasaran.....	18
3.3.2	Tujuan Komunikasi Pemasaran	19
3.3.3	Bauran Komunikasi Pemasaran	20
3.3.4	Digital Marketing.....	21
3.3.5	Integrated Marketing Communication (IMC).....	21
3.3.6	Brand Awereness	22
3.3.7	Brand Identity	22
3.3.8	Strategi Creative.....	23
3.3.9	Creative Brief.....	23
3.3.10	Konten.....	25
3.3.11	Desain Grafis	25
3.3.12	Photography	26
3.3.13	Copywriting	27
3.3.14	Tipografi	28
3.3.15	Teori Warna	30
3.3.16	Media Sosial.....	30
3.3.17	Instagram.....	31
3.4	Konsep Strategi dan Eksekusi	31
3.4.1	Konsep Warna.....	31
3.4.2	Shape.....	32
3.4.3	Tipografi	32
3.4.4	Copywriting	33
3.4.5	KPI (Key Performance Indikator).....	33
BAB IV		34
METODE PELAKSANAAN		34
4.1	Teknik Pelaksanaan atau Tata Cara Pelaksanaan.....	34
4.1.1	Observasi.....	34
4.1.2	Wawancara.....	34
4.1.3	Diskusi	35

4.1.4	Konsultasi	37
4.1.5	Simulasi.....	37
4.2	Tahapan Kegiatan.....	37
4.2.1	Tahap Pelatihan.....	37
4.2.2	Pendampingan.....	37
4.2.3	Perencanaan	38
4.2.4	Persiapan	38
4.2.5	Pelaksanaan.....	39
4.2.6	Evaluasi.....	39
4.3.	Tahapan Kerja Creative Director	40
4.4.	Teknik Komunikasi	41
4.5.	Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	41
4.5.1	Memperkuat Brand Identity	41
4.5.2	Pembuatan Strategi Kreatif Untuk Iklan.....	41
4.5.3	Pembuatan Konten	42
4.6.	Anggaran Kegiatan.....	42
4.7.	Jadwal Kegiatan	43
BAB V	45
HASIL YANG DI CAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	45
5.1.	Hasil yang Dicapai	45
5.2.	Teknik Komunikasi Selama Pendampingan	45
5.2.1	Promosi Online.....	46
5.3.	Gambaran tahap – tahap pelaksanaan pendampingan mitra	51
5.3.1	Tahapan Promosi Hari-Hari Besar.....	51
5.3.2	Tahapan Experiential Marketing “ Creative With Pippop’s”	52
5.3.3	Tahapan Konten Media Sosial	53
5.3.4	Tahapan Konten Pengembangan Produk.....	53
5.4	Hasil kegiatan dan partisipasi peserta.....	53
5.4.1	Membuat Konten Promosi Hari Besar.....	54
5.4.2	Konten Experiential Marketing “ Creative With Pippop’s	54
5.4.3	Photoshoot Produk Chicken Pippop’s	54
5.4.4	Pembuatan desain sorotan Instagram Chicken Pippop’s	59
5.4.5	Membuat Konten di Media Sosial Instagram “Chicken Pippop’s”	59
5.5	Implementasi Karya	77
5.5.1	Big Idea.....	77

5.5.2	Laporan Media Sosial	77
5.6	Data Penjualan.....	78
5.7	Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan.....	78
5.7.1	Analisis Kegiatan	78
5.7.2	Kendala	80
5.7.3	Potensi Keberlanjutan	80
5.7.4	Evaluasi.....	82
5.7.5	Pra-Pendampingan dan Pasca Pendampingan	82
BAB VI.....		83
PENUTUP.....		83
6.1	Kesimpulan.....	83
6.2	Saran.....	83
6.2.1	Saran Praktisi	83
6.2.2	Saran Akademis	84
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial Instagram di Indonesia Februari Tahun 2023	4
Gambar 1. 2 Tampilan Konten Instagram Chicken Pippop's	5
Gambar 1. 3 Tampilan Konten Instagram Geprek Benu	6
Gambar 1. 4 Tampilan Konten Instagram I Am Geprek Benu	6
Gambar 2. 1 Tempat Usaha Chicken Pippop's	9
Gambar 2. 2 Denah Lokasi UMKM Chicken Pippop's	10
Gambar 2. 3 Profil Instagram Chicken Pippop's	10
Gambar 2. 4 Menu Chicken Pippop's	11
Gambar 2. 5 Pemilik UMKM Chicken Pippop's	12
Gambar 3. 1 Tampilan Konten Instagram Geprek Gold Chick	16
Gambar 3. 2 Tampilan Konten Instagram Nasi Kulit Malam Minggu	17
Gambar 3. 3 Tampilan Konten Instagram Chicken Holic	18
Gambar 3. 4 Warna	30
Gambar 3. 5 Konsep Warna Konten	31
Gambar 3. 6 Shape	32
Gambar 3. 7 Font AlQuds Condensed	33
Gambar 3. 8 Font Comfortaa	33
Gambar 4. 1 Wawancara Bersama Pemilik UMKM Chicken Pippop's	35
Gambar 4. 2 Diskusi Dengan Owner "Chicken Pippop's" Terkait Dengan Perencanaan Strategi	36
Gambar 4. 3 Konsep Desain	44
Gambar 5. 1 Promo Tahun Baru	46
Gambar 5. 2 Promo Ulang Tahun	47
Gambar 5. 3 Konten Experiental Marketing	48
Gambar 5. 4 Konten Media Sosial	49
Gambar 5. 5 Konten Interaktif	50
Gambar 5. 6 Konten Informatif	50
Gambar 5. 7 Konten Pengembangan Produk	51
Gambar 5. 8 Skema Tahapan Promosi Hari Besar	52
Gambar 5. 9 Skema Tahapan Experiental Marketing " Creative With Pippop's"	52
Gambar 5. 10 Skema Tahapan Konten Media Sosial	53
Gambar 5. 11 Skema Tahapan Konten Pengembangan Produk	53

Gambar 5. 12 Desain Sorotan Instagram59
Gambar 5. 13 Grafik Penjualan Selama Pendampingan.....78



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kegiatan Pendampingan Terdahulu.....	15
Tabel 3. 2 Creative Brief.....	24
Tabel 4. 1 Tahapan Kerja Creative Director	40
Tabel 4. 2 Anggaran Kegiatan	42
Tabel 4. 3 Jadwal Kegiatan.....	43
Tabel 5. 1 Varian Produk Chicken Pippop's	55
Tabel 5. 2 Visual Brief dan Konten Instagram Chicken Pippop's.....	60
Tabel 5. 4 Konten Saat Masa Pendampingan dan Konten Setelah Masa Pendampingan.....	81
Tabel 5. 5 Pra-Pendampingan dan Pasca Pendampingan	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae.....	86
Lampiran 2. Anggaran Kegiatan.....	87
Lampiran 3. Susunan Organisasi Tim dan Pembagian Tugas	88
Lampiran 4. Surat Kesediaan Mitra	89
Lampiran 5. Denah Lokasi.....	90
Lampiran 6. Dokumentasi.....	91
Lampiran 7. Detail Lokasi Kegiatan.....	92
Lampiran 8. Bukti Publikasi Media Massa.....	93

