



**PENDAMPINGAN OPTIMALISASI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* PADA  
UMKM BAKSO TEBAR**

**( PERIODE MARET 2023 - JULI 2024 )**

**TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:  
**Mohamad Alishan Fayzel Irfandi**  
**44520010025**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohamad Alishan Fayzel  
Irfandi  
NIM : 44520010025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri : “PENDAMPINGAN OPTIMALISASI  
PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DALAM  
MENINGKATKAN ENGAGEMENT  
RATE PADA UMKM BAKSO  
TEBAR”.

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri 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 Tugas Akhir Peduli Negeri saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

MERCU BUANA

Jakarta, 22 Agustus 2024



Mohamad Alishan Fayzel Irfandi

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini diajukan oleh :

Nama : Mohamad Alishan Fayzel Irfandi  
NIM : 44520010025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Tuags Akhir Peduli Negeri : “PENDAMPINGAN OPTIMALISASI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE PADA UMKM BAKSO TEBAR”.

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	: Siti Muslichatul M, M.Ikom.	(  )
NIDN	: 0326089202	
Pembimbing 2	: Andi Pajolloi Bate, M.A.	(  )
NIDN	: 0303069401	
Ketua Penguji	: Dr. Farid Hamid, M.Si	(  )
NIDN	: 0301117301	
Penguji Ahli	: Wiyanto Hidayatullah M. Ikom	(  )
NIDN	: 0330019002	

Jakarta, 22 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

Syukur Alhamdulillah segala puji saya ucapkan kepada Allah SWT, karena tidak hentinya melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada para hamba-Nya. Atas seizin-Nya pula untuk menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang berjudul **“PENDAMPINGAN OPTIMALISASI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE PADA UMKM BAKSO TEBAR”** sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Digital Communication Universitas Mercu Buana.

Pendamping mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada setiap pihak-pihak yang telah mendukung baik berupa kritik, hingga saran serta membantu pendamping selama proses penyelesaian tugas akhir ini hingga selesainya laporan ini. Ucapan terima kasih pendamping sampaikan pada:

1. Ibu Siti Muslichatul M, M.Ikom selaku dosen pembimbing I dan Bapak Andi Pajolloi Bate, M.A selaku dosen pembimbing II yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam proses penyusunan Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu Irmulansati TH, SH, M.Si 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 Jakarta.
5. Bapak Andi Pajolloi Bate, M.A selaku Sekretaris Bidang Studi *Digital Communication* Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, terima kasih atas ilmu yang sangat berharga, serta terima kasih atas segala dukungan dan pesan-pesan yang memotivasi untuk pendamping menuju sarjana.
7. Keluarga pendamping, terimakasih untuk *Mom, Dad, Gafi, dan Kakak Rara* yang selalu ada dan terus memberi semangat serta motivasi besar dalam menyelesaikan tugas akhir.
8. Teman-teman dari tim Tugas Akhir Peduli Negeri yang melakukan proses tugas akhir bersama dan telah berjuang untuk menyusun tugas akhir yaitu Debbie Urbaningrum dan Achmad Riha.
9. Terimakasih untuk sahabat-sahabat penulis dari SMPN 19 Jakarta Rasya, Athiya, Audra, Ama, Rafel, Cella, Astari, dan Ayra.
10. Terimakasih untuk Abya, Nadya, Kevin, Marsya, Anya, Dea, Raihan, Farza, Aurel, Mahira, Keishana, dan Aya telah menemani proses dan memberi banyak dukungan untuk penulis.
11. Terimakasih untuk Afi dan Kintan yang telah memberi *support* dan berjuang bersama untuk mendapatkan gelar dan menyelesaikan tugas akhir ini.

12. Terima kasih untuk teman-teman magang MNC CHANNELS Bima, Khilda, Rara, Ebi, dan Dini.

Penulis menyadari bahwa TAPN ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun akan pendamping terima dengan senang hati. Pendamping berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.



Mohamad Alishan Fayzel Irfandi

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Mohamad Alishan Fayzel  
Irfandi  
NIM : 44520010025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri : “PENDAMPINGAN OPTIMALISASI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE PADA UMKM BAKSO TEBAR”.

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, 22 Agustus 2024

Yang menyatakan,



( Mohamad Alishan Fayzel Irfandi )

## ABSTRAK

Nama : Mohamad Alishan Fayzel Irfandi  
NIM : 44520010025  
Program Studi : Komunikasi Digital  
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Opimalisasi Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan *Engagement Rate* Pada UMKM Bakso Tebar  
Pembimbing 1 : Siti Muslichatul M, M.Ikom  
Pembimbing 2 : Andi Pajjoloji Bate, M.A.

Perkembangan teknologi komunikasi, khususnya media sosial, telah mengubah sumber informasi beralih ke era digital, di mana banyak pelaku UMKM menggunakan media sosial, terutama Instagram, untuk pemasaran digital dan meningkatkan kesadaran merek. Salah satu contohnya adalah UMKM Bakso Tebar, yang berfokus pada peningkatan kesadaran merek melalui akun Instagram mereka. Untuk mencapai tujuan ini, diperlukan perencanaan dan strategi yang tepat.

Kegiatan pendampingan ini melibatkan peran pendamping sebagai Spesialis Media Sosial yang menyusun perencanaan pemasaran digital sebagai solusi untuk meningkatkan kesadaran merek. Model *The Circular Model of SOME* oleh Regina Luttrell, yang terdiri dari *Share* ( Bagi ), *Optimize* ( Optimal ), *Manage* ( Mengatur ), dan *Engage* ( Melibatkan ), digunakan untuk pengelolaan media sosial, memudahkan komunikasi dan interaksi. Selain itu, proses Social Media Marketing menurut Walter Lim juga diterapkan untuk tujuan komunikasi dan interaksi.

Hasil dari pendampingan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan jumlah pengikut bertambah dari 189 menjadi 317, kunjungan profil sebanyak 171, akun yang mengunjungi profil mencapai 211, jumlah reach sebesar 3.751, dan jumlah impression sebesar 6.844.

**Kata Kunci** : Pemasaran Digital, Kesadaran Merek, Media Sosial, Instagram, dan UMKM.



## ***ABSTRACT***

Name : Mohamad Alishan Fayzel Irfandi  
NIM : 44520010008  
Study Program : *Digital Communications*  
Thesis Title : *Mentoring for Optimizing Instagram Social Media Management to Increase Engagement Rate for UMKM Bakso Tebar*  
Counsellor 1 : Siti Muslichatul M, M.Ikom  
Counsellor 2 : Andi Pajjoloji Bate, M.A.

*The advancement of communication technology, particularly social media, has shifted information sources to the digital era, where many SMEs use social media, especially Instagram, for digital marketing and increasing brand awareness. One example is UMKM Bakso Tebar, which focuses on increasing brand awareness through their Instagram account. To achieve this goal, proper planning and strategy are required.*

*This mentoring activity involves the mentor's role as a Social Media Specialist, who develops a digital marketing plan as a solution to increase brand awareness. The Circular Model of SOME by Regina Luttrell, consisting of Share, Optimize, Manage, and Engage, is used for social media management, facilitating communication and interaction. Additionally, the Social Media Marketing process according to Walter Lim is also applied for communication and interaction purposes.*

*The results of this mentoring show significant improvement, with the number of followers increasing from 189 to 317, profile visits reaching 171, the number of accounts visiting the profile reaching 211, the reach amounting to 3,751, and the number of impressions reaching 6,844.*

***Keywords*** : *Digital Marketing, Brand Awareness, Social Media, Instagram, and UMKM.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Manfaat .....	10
1.4 Target Luaran .....	10
1.5 Manfaat Akademis .....	11
1.6 Manfaat Praktis .....	11
1.7 Manfaat Sosial.....	11
<b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....</b>	<b>12</b>
2.1 Demografis UMKM.....	12
2.2 Mitra .....	13
2.3 Profil Usaha .....	13
2.4 Segmentasi Demografi dalam Menentukan Khalayak Sasaran .....	13
2.5 Targeting.....	14
2.5.1 Target Market .....	14
2.5.2 Target Audiens.....	14
2.6 Brand Positioning .....	14
2.7 Bahan Baku.....	15
2.8 Analisis Sumber Daya .....	15
<b>BAB III PENELITIAN TERDAHULU DAN KONSEP TEORI.....</b>	<b>17</b>

3.1 Penelitian Terdahulu.....	17
3.2 Komunikasi Digital.....	20
3.2.1 Unsur Komunikasi Digital.....	21
3.3 Digital Marketing.....	21
3.2.2 Tujuan Digital Marketing.....	23
3.4 The Circular Model of SOME.....	24
3.5 Peran Social Media Specialist.....	27
3.6 Media Sosial.....	28
3.6.1 Instagram.....	28
3.6.2 Manfaat Instagram.....	29
3.6.3 Fitur-fitur Instagram.....	30
3.7 Engagement.....	32
3.8 UMKM.....	32
<b>BAB IV METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>34</b>
4.1 Alur Kerja.....	35
4.2 Tata Cara Pelaksanaan.....	36
4.2.1 Observasi.....	36
4.2.2 Wawancara.....	37
4.2.3 Diskusi.....	37
4.2.4 Konsultasi.....	38
4.2.5 Simulasi.....	38
4.3 Tahapan Kegiatan.....	39
4.3.1 Pra-Produksi.....	39
4.3.2 Produksi.....	39
4.3.6 Pasca-Produksi.....	41
4.5 Teknik Komunikasi.....	46
4.6 Bentuk – Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	47
4.7 Anggaran Kegiatan.....	51
4.8 Jadwal Kegiatan.....	52
4.10 Rencana Publikasi Luaran.....	59
<b>BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....</b>	<b>60</b>

5.1 Teknik Komunikasi .....	60
5.2 Gambaran Tahap- tahap Pelaksanaan .....	62
5.2.1 Tahap Perencanaan .....	62
5.2.2 Tahap Pengelolaan .....	63
5.2.3 Tahap Pelatihan .....	67
5.2.4 Tahap Pendampingan .....	69
5.2.5 Tahap Masa Lepas Pendampingan .....	70
5.2.6 Tahap Evaluasi .....	70
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta .....	71
5.3.1 Hasil dari Kegiatan TAPN .....	72
5.3.2 Hasil pencapaian pengelolaan Instagram Bakso Tebar .....	79
5.3.3 Hasil dari Evaluasi Akhir .....	80
5.4 Analisis kegiatan, Kendala dan Potensi keberlanjutan .....	92
5.4.1 Analisis Kegiatan .....	92
5.4.2 Tabel Perbandingan .....	100
5.4.4 Kendala yang Dihadapi .....	102
5.4.5 Potensi Berkelanjutan .....	103
<b>BAB VI KESIMPULAN .....</b>	<b>109</b>
6.1 Kesimpulan .....	109
6.2 Saran .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>115</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Digital Esensial .....	2
Gambar 1. 2 Instagram Mitra Bakso Tebar .....	6
Gambar 4. 1 Grafik Alur Kerja Strategic Digital Marketing .....	35
Gambar 5. 1 Chat WhatsApp Group bersama mitra .....	62
Gambar 5. 2 Pertemuan dengan pemilik Bakso Tebar .....	63
Gambar 5. 3 Feeds Instagram .....	64
Gambar 5. 4 Caption Instagram Bakso Tebar .....	66
Gambar 5. 5 Caption Instagram Bakso Tebar .....	66
Gambar 5. 6 Mini Workshop Juni 12 .....	68
Gambar 5. 7 Materi Buku Saku Social Media Specialist .....	68
Gambar 5. 8 Pengelolaan Instagram Bakso Tebar .....	73
Gambar 5. 9 Feedback berupa komentar .....	74
Gambar 5. 10 Fitur Instagram Story .....	75
Gambar 5. 11 Pemasang Iklan & Kerja sama dengan Influencer .....	77
Gambar 5. 12 Zoom Meeting wawancara bersama mitra .....	83
Gambar 5. 13 Contoh pelatihan UMKM Go Digital dari komunitas UMKM Danone Indonesia .....	106
Gambar 5. 14 Contoh webinar tentang digitalisasi pada UMKM .....	106
Gambar 5. 15 Contoh Festival Bazar F&B UMKM .....	107
Gambar 5. 16 Contoh Festival Bazar Kuliner UMKM .....	107

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4. 1 Tabel Deskripsi Pekerjaan Tim TAPN.....	36
Tabel 4. 2 Timeline Publikasi Konten.....	48
Tabel 4. 3 Indikator Hasil Penilaian Pendampingan.....	49
Tabel 4. 4 Indikator Keberhasilan Mitra .....	50
Tabel 4. 5 Rancangan Kegiatan Maret – September 2023 .....	52
Tabel 4. 6 Rancangan Kegiatan Februari – Maret 2024.....	53
Tabel 4. 7 Rancangan Kegiatan April -Juni 2024.....	53
Tabel 4. 8 Rancangan Kegiatan Juli .....	54
Tabel 4. 9 Rancangan Kegiatan Mini Workshop dan Pelatihan.....	56
Tabel 4. 10 Rencana Publikasi Luaran .....	59
Tabel 5. 1 Tabel Hasil Post Konten Secara Rutin .....	76
Tabel 5. 2 Analisis Kegiatan.....	92