



**OPTIMALISASI PRODUKSI KONTEN PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA AKUN
INSTAGRAM UMKM EATKUY_IN**

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Muhammad Iqbaal

44520010060

**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 Iqbaal
NIM : 44520010060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Optimalisasi Produksi Konten Promosi
Dalam Meningkatkan *Engagement* Pada
Akun Instagram UMKM Eatkuy_In

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, 20 Agustus 2024



Muhammad Iqbaal

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Iqbaal
NIM : 44520010060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Optimalisasi Produksi Konten Promosi Dalam Meningkatkan *Engagement* Pada Akun Instagram UMKM Eatkuy_In

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 : Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.Kom. 
NIDN : 0302066903
Pembimbing 2 : Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A. 
NIDN : 0317089402
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid, M.Si 
NIDN : 0301117301
Penguji Ahli : Andri Budi Widodo, M.I.Kom. 
NIDN : 0313037302

Jakarta, 20 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

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga pendamping dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Optimalisasi Produksi Konten Promosi Dalam Meningkatkan *Engagement* Pada Akun Instagram UMKM Eatkuy_In”. Penyusunan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan *Digital* Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Pendamping menyadari bahwa tugas akhir ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, dengan tulus dan senang hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. **Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.Kom**, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan serta solusi pada setiap masalah selama proses penyusunan tugas akhir ini,
2. **Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A**, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan serta solusi pada setiap masalah selama proses penyusunan tugas akhir ini,
3. **Andri Budi Widodo, M.IKom** selaku penguji ahli dalam sidang tugas akhir,
4. **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku ketua sidang tugas akhir sekaligus ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta
5. **Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta,
6. **Dr. Irmulansati Tomodhardjo, SH, MSi** selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta,
7. **Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A**, selaku Sekertaris Bidang Studi *Digital Communication* Universitas Mercu Buana Jakarta dan juga Dosen Mata Kuliah Tugas Akhir,

8. **Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta**, yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga selama masa perkuliahan kepada pendamping,
9. **Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta**, yang telah membantu pengurusan dokumen syarat tugas akhir,
10. **Keluarga pendamping** yang telah memberikan dukungan penuh kepada pendamping selama pendamping menyusun laporan tugas akhir,
11. **Ivo Nandayarni** selaku pemilik UMKM Eatkuy In yang telah bersedia menjadi mitra dan bersikap responsif selama pendampingan,
12. **Febrian Aditya dan Muhammad Naswan Azmi** selaku anggota tim penyusun tugas akhir atas kerjasamanya dengan baik serta selalu memberikan dukungan dan semangat kepada satu sama lain selama proses penyusunan tugas akhir,
13. Terimakasih kepada diri saya sendiri karena telah melakukan semua kerja keras ini, tidak pernah berhenti berusaha dan tidak pernah menyerah sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

Dalam penulisan tugas akhir ini tentunya tidak luput dari kekurangan maupun kesalahan. Oleh karena itu, pendamping mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan tugas akhir ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi pendamping maupun pembacanya.

Muhammad Iqbaal

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Muhammad Iqbaal
NIM : 44520010060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Optimalisasi Produksi Konten Promosi Dalam Meningkatkan *Engagement* Pada Akun Instagram UMKM Eatkuy_In

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Agustus 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Iqbaal)

ABSTRAK

Nama : Muhammad Iqbaal
NIM : 44520010060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Optimalisasi Produksi Konten Promosi Dalam Meningkatkan *Engagement* Pada Akun Instagram UMKM Eatkuy_In
Pembimbing : Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.Kom,
Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A.

Saat ini, media sosial telah menjadi sarana penting bagi para pelaku bisnis, termasuk UMKM, untuk melakukan kegiatan promosi. Konten yang menarik menjadi dasar utama dalam pemasaran di media sosial, karena mampu meningkatkan keterlibatan (*engagement*) dengan pelanggan, memperluas pengenalan merek dan mendorong tindakan pembelian produk.

UMKM Eatkuy In menggunakan media sosial sebagai media promosi tetapi memiliki kendala mengenai produksi konten promosi. Berdasarkan permasalahan tersebut, dapat dianalisa bahwa perlu untuk dilakukan pendampingan dalam produksi konten promosi.

Kegiatan pendampingan ini dilakukan selama 8 bulan yang terdiri dari 5 tahapan kegiatan yaitu perencanaan, pengelolaan, pendampingan, masa lepas pendampingan dan evaluasi. Konsep yang digunakan dalam pendampingan ini mengacu pada konsep produksi konten yang dikemukakan oleh Thifalia dan Susanti, yang mencakup 4 tahap proses produksi konten : Ide, *Visualisasi*, Revisi dan *Final Artwork*.

Hasil dari kegiatan pendampingan ini menunjukkan bahwa UMKM Eatkuy In berhasil meningkatkan produksi konten untuk akun Instagram @eatkuy_in sebesar 39 postingan, yang sebelumnya 18 postingan menjadi 57 postingan, dengan tampilan *feed* Instagram yang lebih rapi dan menarik, serta variasi konten yang lebih beragam. Peningkatan ini tidak hanya memperkuat identitas merek Eatkuy In di media sosial tetapi juga meningkatkan interaksi dengan pengikut, yang pada akhirnya diharapkan dapat mendorong peningkatan penjualan produk. Dengan demikian, program pendampingan ini terbukti efektif dalam membantu UMKM Eatkuy In mengoptimalkan strategi pemasaran mereka melalui media sosial.

Kata kunci: Pendampingan, Media Sosial, Produksi Konten, *Engagement*, UMKM

ABSTRACT

Name : Muhammad Iqbaal
NIM : 44520010060
Study Program : *Communication Sciences*
Title Internship Report : *Optimisation of Promotional Content Production in Increasing Engagement on the Instagram Account of Eatkuy_In*
Counsellor : Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.Kom,
Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A.

Today, social media has become an important tool for businesses, including MSMEs, to conduct promotional activities. Engaging content is the main basis of social media marketing, as it is able to increase engagement with customers, expand brand recognition and encourage product purchase actions.

Eatkuy In MSMEs use social media as a promotional medium but have constraints regarding the production of promotional content. Based on these problems, it can be analysed that it is necessary to provide assistance in the production of promotional content.

This mentoring activity was carried out for 8 months consisting of 5 stages of activities, namely planning, management, mentoring, post-assistance period and evaluation. The concept used in this mentoring refers to the concept of content production proposed by Thifalia and Susanti, which includes 4 stages of the content production process: Idea, Visualisation, Revision and Final Artwork.

The results of this mentoring activity show that Eatkuy In MSMEs have succeeded in increasing content production for the @eatkuy_in Instagram account by 39 posts, from 18 posts to 57 posts, with a neater and more attractive Instagram feed display, and a more diverse variety of content. This increase not only strengthens Eatkuy In's brand identity on social media but also increases interaction with followers, which in turn is expected to drive increased product sales. Thus, this mentoring programme has proven to be effective in helping Eatkuy In MSMEs optimise their marketing strategies through social media.

Keywords: Mentoring, Social Media, Content Production, Engagement, MSMEs

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
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Analisis Situasi	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	10
1.3 Solusi Permasalahan Mitra.....	10
1.4 Tujuan Pendampingan.....	11
1.5 Target Luaran	11
1.6 Manfaat Pendampingan.....	11
1.6.1 Manfaat Akademis.....	11
1.6.2 Manfaat Praktis	12
1.6.3 Manfaat Sosial	12
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	13
2.1 Demografi UMKM.....	13
2.2 Profil Usaha.....	14

2.2.1 Atribut Produk	14
2.2.2 Harga Dan Kualitas Produk	15
2.2.3 Keunggulan Produk	15
2.2.4 Kategori Produk	15
2.2.5 Pelayanan	15
2.3 Gambaran Media Sosial	16
2.4 Sumber Daya	17
2.5 Khalayak Sasaran	17
2.5.1 Mitra	17
2.5.2 Target <i>Marketing</i>	18
2.5.3 Target Audiens	18
2.5.4 Segmentasi Demografi dalam Menentukan Khalayak Sasaran	19
2.5.5 Segmentasi Geografi	19
2.6 SWOT	19
2.6.1 Kekuatan (<i>Strengths</i>):	20
2.6.2 Kelemahan (<i>Weaknesses</i>):	20
2.6.3 Peluang (<i>Opportunities</i>):	20
2.6.4 Ancaman (<i>Threats</i>):	21
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	22
3.1 Komunikasi Digital	22
3.2 Media Baru (<i>New Media</i>)	22
3.3 Media sosial	23
3.4 <i>Social Media Marketing</i>	24
3.5 Instagram	25
3.6 Konten	27

3.6.1 Produksi Konten	28
3.6.2 Elemen Desain Dalam Konten.....	30
3.6.3 Tipe-tipe Konten	31
3.7 Promosi <i>Digital</i>	32
3.8 Referensi Karya.....	33
3.9 UMKM	35
BAB IV METODE PELAKSANAAN	37
4.1 Teknik Atau Tata Cara Pelaksanaan.....	37
4.1.1 Observasi	38
4.1.2 Wawancara.....	39
4.1.3 Diskusi	39
4.1.4 Konsultasi	39
4.1.5 Simulasi	40
4.2 Tahapan Kegiatan.....	40
4.2.1 Perencanaan	40
4.2.2 Pengelolaan.....	41
4.2.3 Pendampingan.....	41
4.2.4 Masa Lepas Pendampingan	41
4.2.5 Evaluasi.....	41
4.3 Tahapan Kerja	42
4.4 Teknik Komunikasi	43
4.5 Bentuk-Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	43
4.6 Anggaran Kegiatan.....	44
4.7 Jadwal Kegiatan	45
4.8 Rencana Publikasi Luaran	49

BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....	50
5.1 Teknik Komunikasi	50
5.2 Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan	51
5.2.1 Tahap Perencanaan	51
5.2.2 Tahapan Pengelolaan	53
5.2.3 Tahap Pendampingan.....	55
5.2.4 Tahap Masa Lepas Pendampingan	56
5.2.5 Tahap Evaluasi.....	57
5.3 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	58
5.3.1 Hasil Kegiatan TAPN	58
5.3.2 Hasil Konten Media Sosial Instagram	68
5.3.3 Hasil Pencapaian Produksi Konten Promosi Instagram Eatkuy In.....	74
5.3.4 Hasil dari Evaluasi Akhir.....	77
5.4 Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Keberlanjutan.....	83
5.4.1 Analisis Kegiatan.....	83
5.4.2 Kendala Yang Dihadapi.....	85
5.4.3 Potensi Keberlanjutan.....	86
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	89
6.1 Kesimpulan.....	89
6.2 Saran	90
6.2.1 Saran Akademis	90
6.2.2 Saran Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Tren Internet dan Media Sosial Tahun 2024 di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Tampilan <i>profile</i> Instagram Eatkuy In	4
Gambar 1. 3 Platform media sosial yang paling banyak digunakan tahun 2024	5
Gambar 1. 4 Tampilan konten Instagram isifreezer.....	6
Gambar 1. 5 Tampilan konten Instagram sovina frozenfood.....	8
Gambar 2. 1 Bio Instagram Eatkuy In	16
Gambar 2. 2 Postingan Instagram Eatkuy In	16
Gambar 3. 1 Proses Produksi Konten	28
Gambar 3. 2 Contoh refrensi karya	33
Gambar 4. 1 Tahapan <i>Social Media Marketing Process</i>	37
Gambar 5. 1 Bukti Screenshot <i>Google Meeting</i>	53
Gambar 5. 2 Tampilan <i>Feeds</i> Instagram @eatkuy_in pada tahap pengelolaan	54
Gambar 5. 3 Kegiatan Pendampingan untuk UMKM Eatkuy In.....	55
Gambar 5. 4 Kegiatan Pendampingan untuk UMKM Eatkuy In.....	55
Gambar 5. 5 Kegiatan Pendampingan untuk UMKM Eatkuy In.....	56
Gambar 5. 6 Tampilan <i>feeds</i> Instagram @eatkuy_in pada tahap masa lepas pendampingan	57
Gambar 5. 7 Colour palette pada akun @eatkuy_in	60
Gambar 5. 8 Konten Informasi.....	60
Gambar 5. 9 Konten promosi.....	61
Gambar 5. 10 Konten informasi.....	60
Gambar 5. 11 Konten hari raya.....	61
Gambar 5. 12 Konten interaksi.....	60
Gambar 5. 13 Konten hiburan.....	61
Gambar 5. 14 <i>Font</i> palette pada akun @eatkuy_in.....	62
Gambar 5. 15 Proses Produksi Konten	63
Gambar 5. 16 Pengecekan konten.....	64
Gambar 5. 17 <i>Final Artwork</i>	65
Gambar 5. 18 Hasil flat lay	66
Gambar 5. 19 Hasil detailed shots	66

Gambar 5. 20 Publikasi luaran artikel.....	67
Gambar 5. 21 Publikasi luaran media partner.....	68
Gambar 5. 22 Sebelum pendampingan.....	72
Gambar 5. 23 Selama pendampingan.....	73
Gambar 5. 24 Setelah pendampingan.....	74
Gambar 5. 25 Konten pada akun Instagram @eatkuy_in	75
Gambar 5. 26 Konten pada akun Instagram @eatkuy_in	76
Gambar 5. 27 Tampilan <i>feeds</i> Instagram @eatkuy_in.....	76
Gambar 5. 28 Screenshoot wawancara melalui <i>google meeting</i>	77
Gambar 5. 29 Tampilan <i>feeds</i> Instagram @eatkuy_in.....	87
Gambar 5. 30 Konten quiz.....	87
Gambar 5. 31 Konten testimoni	88



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis SWOT	19
Tabel 4. 1 Tahapan kerja <i>social media marketing</i> proses	38
Tabel 4. 2 Tahapan kerja <i>content creator</i>	42
Tabel 4. 3 Indikator Keberhasilan pendampingan UMKM Eatkuy In.....	44
Tabel 4. 4 Anggaran pemasukan	44
Tabel 4. 5 Anggaran pengeluaran	45
Tabel 4. 6 Rancangan kegiatan Maret 2023 – Juni 2024	46
Tabel 4. 7 Rencana publikasi luaran	49
Tabel 5. 1 Hasil konten yang dibuat oleh pendamping.....	69
Tabel 5. 2 Hasil konten yang dibuat oleh mitra	71

