



PENDAMPINGAN PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PRODUK “NASI KULIT BROTHERS” DALAM MENINGKATKAN AWARENESS DAN PENJUALAN

TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1) Komunikasi
Bidang Studi *Digital Advertising and Marketing Communication*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :
Aditya Noer Alfarisie

44317010064

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aditya Noer Alfariesie
NIM : 44317010064
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **PENDAMPINGAN PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PRODUK “NASI KULIT BROTHERS” DALAM MENINGKATKAN AWARENESS DAN PENJUALAN** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 1 Desember 2021

Yang membuat pernyataan,

MERCU BUANA



(Aditya Noer Alfariesie)

Pembimbing I

(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

Mengetahui,

Pembimbing II

(Dudi Hartono, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Aditya Noer Alfarisie
NIM : 44317010064
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Judul : **PENDAMPINGAN PERANCANGAN STRATEGI
PROMOSI PRODUK “NASI KULIT BROTHERS”
DALAM MENINGKATKAN AWARENESS DAN
PENJUALAN**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Desember 2021

Mengetahui,

Pembimbing

Pembimbing

(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

(Dudi Hartono, M.Ikom)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Aditya Noer Alfarisie
NIM : 44317010064
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Judul : **PENDAMPINGAN PERANCANGAN STRATEGI
PROMOSI PRODUK “NASI KULIT BROTHERS”
DALAM MENINGKATKAN AWARENESS DAN
PENJUALAN**

Jakarta, 25 Desember 2021

Ketua Sidang : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

(.....)

Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom

(.....)

Pembimbing I : Dewi Sad Tanti, M.Ikom

(.....)

Pembimbing II : Dudi Hartono, M.Ikom

(.....)



Universitas
Mercu Buana
Fakultas Ilmu
Komunikasi

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **PENDAMPINGAN PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PRODUK “NASI KULIT BROTHERS” DALAM MENINGKATKAN AWARENESS DAN PENJUALAN**

Nama : Aditya Noer Alfarisie
NIM : 44317010064
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 25 Desember 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I


(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

Pembimbing II


(Dudi Hartono, M.Ikom)

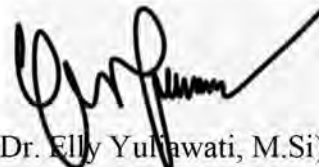
Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing Communication


(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dr. Elly Yulhawati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir peduli negeri yang berjudul **“PENDAMPINGAN PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PRODUK NASI KULIT BROTHERS DALAM MENINGKATKAN AWARENESS DAN PENJUALAN”** tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan proposal tugas akhir ini adalah untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication.

Dalam menyusun proposal tugas akhir ini, penulis tidak mengalami kesulitan dan hambatan. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam dalamnya berkat segala dukungan dan semangat dari berbagai pihak yang telah membantu, sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal ini. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom selaku dosen pembimbing 1, dalam menyusun proposal tugas akhir yang sudah memberikan bimbingan, dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyusun tugas akhir penulis
2. Bapak Dudi Hartono, M.Ikom selaku dosen pembimbing II dalam menyusun proposal tugas akhir ini yang sudah memberikan bimbingan, dukungan, tenaga, waktu, pikiran, serta pengajaran dalam menyelesaikan proposal tugas akhir penulis.
3. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication.
4. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku Sekertaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communication.
5. Kepada pemilik mitra usaha “Nasi Kulit Brothers” saudara Reza yang telah bersedia bekerjasama dan memberikan bantuan yang baik kepada penulis dan tim The Brothers dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk keperluan dalam menyusun proposal tugas akhir.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan proposal tugas akhir.
7. Kepada seluruh keluarga besar dirumah yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi, secara moril dan materil hingga proposal tugas akhir ini dapat selesai.

8. Kepada teman-teman Galih Widyanto & Eko Wahyu selaku dari tim The Brothers yang telah bekerjasama, saling memberikan dukungan, bantuan, semangat, serta mampu berjuang bersama-sama dalam menyusun tugas akhir peduli negeri hingga proposal tugas akhir dapat selesai.
9. Kepada teman-teman penulis Shinta Devi Larasati Aditya Putri, Dela safira, Tavni, Bayu, Chikal, Innah, Jhodie, Arif Wicaksono, Gemilang Ramadhan, Muhammad Marie, Agel, Grace yang telah bersedia memberikan waktunya untuk menemani penulis dalam menyusun proposal tugas akhir dengan memberikan dukungan, semangat, motivasi, serta mendengar keluh kesah penulis.

Dalam penyusunan proposal tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa hasil proposal ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritikan dan saran akan membantu penulis, semoga proposal ini dapat memberikan manfaat untuk mahasiswa lain. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan bantuan dari semua pihak.



Jakarta, 1 Desember 2021

Aditya Noer Alfarisie

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Perkembangan jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) semakin bertambah seiring berjalannya waktu. Ini menandakan geliat usaha dari masyarakat terus meningkat, sehingga pertumbuhan yang terus bertambah ini patut menjadi perhatian yang serius dari berbagai pihak khususnya dari pemerintah untuk tetap menjaga eksistensi para UMKM tersebut. Tidak dipungkiri UMKM ini memiliki peran penting dalam menopang perekonomian bangsa. Diantara UMKM yang banyak bermunculan tersebut adalah UMKM di bidang kuliner. Usaha di bidang kuliner merupakan bisnis yang sedang berkembang khususnya di Jakarta. Munculnya berbagai makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat, sehingga keberadaan para UMKM ini harus dijaga keberlanjutannya agar dapat terus memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsa.

Untuk meningkatkan penjualan, maka diperlukan strategi pemasaran yang baik dengan hal-hal yang dapat dilakukan oleh Nasi Kulit Brothers ini adalah dengan adanya promosi melalui social media seperti endorse beberapa selebgram untuk mereview Nasi Kulit Brother di channel instagram pribadi endorser, meningkatkan followers instagram, dan akan mengadakan promosi buy 2 get 1, Buy 1 Get 1, dan Give Away.

Untuk menciptakan perencanaan pemasaran yang strategis guna meningkatkan penjualan dari produk Nasi Kulit Brothers tersebut dengan membuat inovasi-inovasi terbaru seperti menciptakan varian rasa baru, membuat hastag, membuat slogan yang menarik, membuat packaging yang lebih menarik lagi.

Brand Awareness merupakan kesanggupan calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. Masyarakat cenderung membeli merek yang sudah terkenal karena mereka merasa aman dengan sesuatu yang dikenal. Dengan tingkatan Brand Awareness : Top of mind (puncak pikiran), Brand Recall (pengingatan kembali), Brand Recognition (pengenalan merek), Unawarde Of Brand (tidak menyadari merek) akan mudah mengenali target sasaran.

Brand Awareness dapat dilakukan dengan berbagai kegiatan baik online maupun offline. Secara online dilakukan melalui media sosial seperti instagram dengan membuat konten yang menarik dan kreatif untuk meningkatkan awareness pada konsumen, agar lebih mengenal produk "Nasi Kulit Brothers", secara offline copywriter bersama designer membuat logo yang bertujuan untuk memberikan identitas produk, dan membikin plang dengan design nama toko "Nasi Kulit Brothers".

Kata Kunci : Brand Awareness, Strategic Planning, Branding

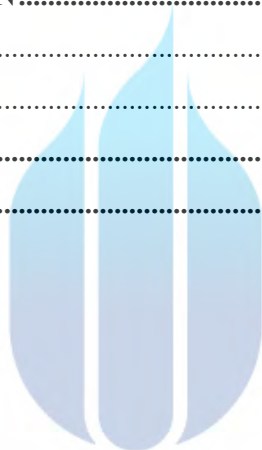
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan.....	9
1.3. Tujuan	9
1.4. Manfaat	10
1.4.1. Manfaat Sosial.....	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II	11
GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	11
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM	11
2.2 Profil Usaha.....	12
2.3 Sumber Daya dan Bahan Baku.....	13
2.4 Khalayak Sasaran	13
2.5 Peluang Usaha.....	14
BAB III	15
TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP	15
3.1 Referansi Terdahulu	15
3.2 Komunikasi Pemasaran	16
3.3 Intergated Marketing Communication.....	18
3.4 Promosi	20

3.4.1. Tujuan Promosi	20
3.4.2. Jenis-Jenis Promosi.....	21
3.5 Bauran Promosi	23
3.6 Perencanaan Strategis.....	26
3.7 Pengukuran Keberhasilan	28
BAB IV	32
METODE PELAKSANAAN	32
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan	32
4.1.1. Sosialisasi	32
4.1.2. Pelatihan	32
4.1.3. Pendampingan	33
4.1.4. Wawancara	35
4.2 Tahapan Kegiatan.....	36
4.2.1. Perencanaan.....	36
4.2.2. Persiapan	36
4.3 Indikator Keberhasilan.....	37
4.4 Teknik Komunikasi	37
4.4.1 Isi.....	37
4.4.2 Media.....	37
4.4.3 Komunikasi	38
4.5 Jadwal Kegiatan.....	39
4.6 Anggaran Kegiatan.....	40
4.7 Rencana Publikasi	40
BAB V.....	41
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	41
5.1 Teknik Komunikasi Dalam Branding dan Promosi Yang Dilaksanakan	41
5.1.1 Kegiatan Offline	41
5.1.1.1 Event Marcomm	41
5.1.2 Kegiatan Online.....	42
5.1.2.1 Mengadakan question di media sosial Instagram “Makan Siang Apa Hari Ini?”	42
5.1.2.2 Mengadakan question di media sosial Instagram “Makan Siang Nasi Kulit Brothers Enaknya Pakai Sambel Apa Nih?”	42
5.1.2.3 Mengadakan question di media sosial Instagram “Kamu Tim Mana?”	42
5.1.2.4 Mengadakan question di media sosial Instagram “Obrolan Makan Siang	

Sobat Kulit”	43
5.1.2.5 Event Marcomm	43
5.2 Gambaran Tahapan-Tahapan Pelaksanaan	44
5.2.1 Banner	44
5.2.2 Pendaftaran Lokasi Outlate Nasi Kulit Brothers di Google Maps.....	45
5.2.3 Mengadakan Promosi Buy 2 Get 1 (Opening Outlate)	45
5.2.4 Mengadakan Promosi Buy 1 Get 1 (Khusus Dine in & Take Away)	46
5.2.5 Mengadakan Promosi Buy 2 Get 1(Khusus Dine In & Take Away)	46
5.2.6 Mengadakan Question di Sosial Media Instagram (Makan Siang Apa Hari Ini?)	47
5.2.7 Mengadakan Question di Media Sosial Instagram (Makan Siang Nasi Kulit Brothers Enaknya Pakai Sambel Apa Nih).....	47
5.2.8 Mengadakan Question di Media Sosial Instagram (Kamu Tim Mana?)	48
5.2.9 Mengadakan Promosi Discount 20% (Khusus GoFood)	48
5.2.10 Mengadakan Give Away (Jumat Berbagi).....	49
5.2.11 Mengadakan Buy 2 Get 1 PPKM (Promo Paket Kenyang & Mantap)	49
5.2.12 Mengadakan Promosi Discount 20% (PPKM)	50
5.3 Hasil Kegiatan & Partisipasi Peserta	50
5.3.1 Banner Nasi Kulit Brothers	50
5.3.2 Alamat Lokasi Mitra Nasi Kulit Brothers Pada Google Maps	51
5.3.3 Promo Buy 2 Get 1 (Grand Opening Outlate)	52
5.3.4 Promo Buy 1 Get 1 (Dine In & Take Away).....	53
5.3.5 Promo Buy 2 Get 1 (Promo Tanggal Tua).....	53
5.3.6 Question di media sosial Instagram “Makan Siang Apa Hari Ini?”	54
5.3.7 Question di media sosial Instagram “Makan Siang Nasi Kulit Brothers Enaknya Pakai Sambel Apa Nih?”	54
5.3.8 Question di media sosial Instagram “Kamu Tim Mana?”	55
5.3.9 Question di media sosial Instagram “Obrolan Makan Siang Sobat Kulit”	56
5.3.10 Promo discount 20%.....	57
5.3.11 Give Away Jumat Berbagi.....	57
5.3.12 Pomo Buy 2 Get 1 PPKM (Promo Paket Kenyang & Mantap)	58
5.3.13 Promo discount 20%.....	59
5.3.14 Mengadakan Endorsement Kepada Influencer Di Media Social Instagram....	59
5.3.15 Mengadakan Endorsement/Paid Promote Kepada Situs Web Berita & Media	61
5.3.16 Membuatkan Akun Media Sosial Instagram & Ecommers GoFood dan	

GrabFood Nasi Kulit Brothers.....	64
5.3.17 Mengadakan Iklan Ads Instagram	65
5.4 Implementasi Konsep Karya/Program.....	65
5.5 Insight Postingan	66
5.6 Pendapatan Keuntungan Perminggu dan Perbulan Selama Pendampingan	78
5.7 Data Penjualan.....	78
5.8 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan.....	80
5.8.1 Analisis Kegiatan.....	80
5.8.2 Kendala.....	81
5.8.3 Potensi Keberlanjutan.....	82
BAB VI.....	83
KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
6.1 Kesimpulan.....	83
6.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	87



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jadwal Kegiatan.....	39
Tabel 4.2 Anggaran Kegiatan.....	40
Tabel 5.1 Data Penjualan Bulan Mei 2021	78
Tabel 5.2 Data Penjualan Bulan Juni 2021.....	78
Tabel 5.3 Data Penjualan Bulan Juli 2021.....	79
Tabel 5.4 Data Penjualan Bulan Agustus 2021	80



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Profile Instagram, Menu, Nasi Kulit Brothers, Foto Produk, Best Seller, dan Lokasi.....	12
Gambar 3.1 Buy 1 Get 1, Discount, dan Give Away	15
Gambar 3.2 Membuat promo Buy 2 Get 1, Discount dan Give Away	15
Gambar 3.3 Promo Discount, Give Away, dan Buy 1 Get 1.....	16
Gambar 3.4 Insight Instagram	28
Gambar 3.5 Instagram Ads	28
Gambar 3.6 KOL.....	29
Gambar 3.7 Discount, Buy 1 Get 1, dan Give Away	30
Gambar 3.8 Pencapaian.....	31
Gambar 5.1 <i>Banner</i> Nasi Kulit Brothers	50
Gambar 5.2 Alamat Lokasi Mitra Nasi Kulit Brothers Pada Google Maps	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Curriculume Vitae.....	87
Lampiran 2 Anggaran Kegiatan	88
Lampiran 3 Surat Persetujuan Kerja Sama Mitra.....	89
Lampiran 4 Denah Detail Lokasi Kegiatan.....	90
Lampiran 5 Penjualan	90
Lampiran 6 Dokumentasi.....	90

