



**PENDAMPINGAN PEMBUATAN KONTEN KREATIF DI
MEDIA SOSIAL UNTUK *BRANDING* UMKM ISFAHAN
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR PEDULI NEGRI

**DAFFA MOESLIM FADILLAH
44320010018**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Daffa Moeslim Fadillah
NIM : 44320010018
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Pembuatan Konten Kreatif di Media Sosial Untuk Branding UMKM Isfahan Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Menyatakan bahwa laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung unsur plagiarisme, serta seluruh sumber, baik yang dikutip secara langsung maupun tidak langsung telah saya nyatakan benar. Apabila di dalam laporan Skripsi ini ditemukan bukti kuat unsur plagiarisme, maka saya siap untuk dikenakan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana



Jakarta, 14 September 2024



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Daffa Moeslim Fadillah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Daffa Moeslim Fadillah
NIM : 44320010018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Pembuatan Konten Kreatif Di Media Sosial Untuk *Branding* UMKM Isfahan Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

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 : Andri Budiwidodo M.I.Kom ()
NIDN : 0313037302
Pembimbing 2 : Wiyanto Hidayatullah M.I.Kom ()
NIDN : 0330019002
Ketua Penguji : Rika Yessica Rahma M.I.Kom ()
NIDN : 0314057804
Penguji Ahli : Mardhiyyah M.I.Kom ()
NIDN : 0314038802

Jakarta, 03 Oktober 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas ke hadirat Allah SWT yang selalu berada di sisi penulis. Atas rahmat dan karunianya, saya mampu menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul Pendampingan Pendampingan Pembuatan Konten Kreatif di Media Sosial untuk *Branding* UMKM Isfahan Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* ini dengan baik.

Tugas akhir ini dibuat dan diajukan sebagai syarat untuk memenuhi gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi dengan program studi *Advertising and Marketing Communication*, Universitas Mercu Buana.

Saya sadar bahwa penulisan ini tidak akan mampu selesai tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga saya mampu menyelesaikan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri. Maka dari itu, saya ingin menyampaikan terima kasih secara tulus kepada:

1. Bapak **Andri Budiwidodo S.Si., M.I.Kom** selaku dosen pembimbing I dalam penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri ini yang selalu memberikan waktu berharganya, tenaga, kesabaran, pengajaran, dan dukungan untuk membimbing saya dan tim dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
2. Bapak **Wiyanto Hidayatullah M.I.Kom** selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan waktu untuk menghibur dan menyemangati juga tidak lupa membimbing saya dan tim untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
3. Bapak **Dr. Farid Hamid M.Si** selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu **Melly Ridaryanthi M.Soc. Sc, Pd.D** selaku stretatis Program Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan,

Universitas Mercu Buana sekaligus dosen mata kuliah Tugas Akhir yang selalu memberikan arahan dan solusi.

5. Bapak **Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu **Dr. Irmulansati Tomohardjo M.Si** selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Bapak **Kurniawan Prasetyo S.I.Kom., M.I.Kom** selaku dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membantu saya untuk mengembangkan potensi yang saya miliki di awal perkuliahan.
8. Ibu **Eka Perwitasari S.Sos., M. Ed** selaku dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memperkenalkan dan memberikan kesempatan saya untuk mengikuti beberapa kegiatan internasional.
9. Seluruh **Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi** atas segala ilmu dan dukungan yang baik sehingga saya dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik.
10. Kepada seluruh **Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi** atas segala bantuan administrasi perkuliahan selama saya aktif berkuliah di Universitas Mercu Buana.
11. Bapak **Khasemi Isfahan** selaku pemilik Toko Isfahan yang selalu bersedia untuk bekerja sama dan memberikan banyak waktu dan bantuan kepada saya dan tim dalam menyelesaikan laporan ini hingga selesai.
12. Kepada **Bapak, Ibu, dan Abang** yang selalu memberikan dukungan penuh, yang selalu mendoakan tiada henti, dan menjadi motivasi utama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

13. Pemilik NIM 44220010052 dari bidang studi Public Relation yang selalu memberikan support tiada henti, menemani proses pembuatan tugas akhir, dan meyakinkan bahwa penulis mampu menjalankan semua hal yang dia jalankan.
14. Tim TAPN NAD salam satu nafas, Nida dan Amal yang telah bersedia menjadi teman satu tim saya.
15. Teman-teman seperjuangan saya yang dari awal hingga akhir masa kuliah yaitu, Eka Rahma Disty, Muhammad Ibnu, Tiara Hannyza, Tamana Febrianti
16. Teman-teman UKM Sepak Bola Periode 2022-2023 yang telah mau berjuang bersama selama masa jabatan Ormawa 2022-2023 disela-sela tanggung jawab akademik dan non akademik yaitu Fidelis Roi Lamatoka, Aly Chaidar, Yusuf Ridwan, Sinta Nur Rizky, Hadi Awaludin, Syahril Irawan, Kamaludin, Muhammad Fauzi, Farhan Syahidin, Rifyan Alfando
17. Teman-teman dari lion parcel khusus team people yang memberikan kemudahan penulis dalam perizinan untuk melakukan bimbingan tugas akhir.
18. Teman-teman rumah yang selalu berbagi tawa kepada penulis hingga lupa mengerjakan tugas akhir yaitu, Alif Agil Maulana, Yadri Zakhir, Erina Puspita, Dendy Arfian & Trian Panggi wicaksono.
19. Dan yang terakhir peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada diri peneliti sendiri yang telah mau berjuang dan selalu percaya bahwa dirinya bisa melewati segala rintangan yang dihadapi selama hidupnya serta mau untuk berposes menjadi pribadi yang lebih baik untuk kedepannya.

Saya menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih sangat jauh untuk dibilang sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang saya miliki. Oleh sebab itu saya menghadapkan adanya saran yang membangun dari berbagai pihak dan semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat. Akhir kata, saya ucapkan terima kasih kepada pihak yang terlibat, semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang membantu saya.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Daffa Moeslim Fadillah
NIM : 44320010018
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Pembuatan Konten Kreatif di Media Sosial Untuk Branding UMKM Isfahan Dalam 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 sebenarnya.

Jakarta, 14 September 2024
Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Da  (h)

DAFFA MOESLIM FADILLAH

ABSTRAK

Nama : Daffa Moeslim Fadillah

NIM : 44320010090

Program Studi : *Advertising and Marketing Communciation*

Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Pembuatan Konten Kreatif Di media sosial Untuk *Branding* UMKM Isfahan Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Pembimbing :1. Andri Budiwidodo S.Si., M.I.Kom

2. Wiyanto Hidayatullah S.I.Kom., M.I.Kom

Toko Isfahan merupakan usaha yang menjual Kain tekstil. Salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Toko Isfahan di berada di Jl.KH Wahid Hasyim Cipadu No.01 RT.02/08 Tangerang Kec. Larangan 15155. Toko Isfahan di didirikan oleh Bapak Khasemi mulai dari tahun 2020 hingga saat ini. Pada saat ini mitra masih mengalami beberapa permasalahan dalam menentukan strategi *branding* yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness*. Selama usahanya ini, masih banyak masalah yang dihadapi dalam implementasi strategi branding, termasuk banyak kompetitor yang menjual kain seperti Toko Isfahan dan kurang aktifnya dalam membuat konten kreatif di media sosial. Guna memperkenalkan dan memperluas pangsa pasar produk, Toko Isfahan harus meningkatkan *brand awareness* dalam membangun loyalitas konsumen sehingga dapat memperluas penjualan. Dalam membangun *positioning* di benak konsumen melalui konten kreatif, Toko Isfahan dapat menggunakan *content marketing* untuk aktivitas promosi di media sosial. Dengan memperkuat *brand identity* produk akan jauh lebih dikenal melalui tagline, logo, warna, kemasan, dll. logo yang akan di perkenalkan akan disesuaikan dengan identitas *brand* yang akan dibuat sebagai atribut *brand*. Hal ini dapat mengukur keberhasilan *branding* di media sosial, melihat dari peninjauan *insight* konten yang telah diunggah untuk dievaluasi sehingga dapat menghadirkan konten yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan memberikan konten yang menarik, kreatif, dan berinovasi akan meningkatkan branding Toko Isfahan akan meluas di benak masyarakat serta membuat konten yang sesuai dengan identitas brand agar Toko Isfahan dapat dikenal lebih mudah di khalayak.

Kata Kunci: Toko Isfahan, konten kreatif, *brand identity*, *brand awareness*.

ABSTRACT

Nama : Daffa Moeslim Fadillah

NIM : 44320010090

Program Studi : *Advertising and Marketing Communciation*

Judul Laporan Skripsi : *Pendampingan Pembuatan Konten Kreatif Di media sosial Untuk Branding UMKM Isfahan Dalam Meningkatkan Brand Awareness*

Pembimbing :1. Andri Budiwidodo S.Si., M.I.Kom

2. Wiyanto Hidayatullah S.I.Kom., M.I.Kom

Isfahan Store is a business that sells textile fabrics, classified as a Micro, Small, and Medium Enterprise. Located at Jl. KH Wahid Hasyim Cipadu No.01 RT.02/08 Tangerang, Kec. Larangan 15155, Isfahan Store was established by Mr. Khasemi in 2020 and has been operating ever since. Currently, the store is facing several challenges in determining the right branding strategy to enhance brand awareness. One of the main issues is the stiff competition with other stores selling similar fabrics, as well as the lack of activity in creating creative content on social media.

To introduce and expand its product market, Isfahan Store needs to focus on increasing brand awareness to build customer loyalty and thus broaden sales. In establishing a strong positioning in consumers' minds through creative content, Isfahan Store can leverage content marketing for promotional activities on social media. Strengthening the brand identity—through elements such as taglines, logos, colors, and packaging—will make the brand more recognizable. The logo that will be introduced will be aligned with the brand identity being created as a brand attribute.

The success of branding on social media can be measured by reviewing the insights of the content that has been uploaded, allowing for evaluation and the creation of content that meets the needs of the audience. By providing engaging, creative, and innovative content, Isfahan Store's branding will become more prominent in the minds of the public, making the store more easily recognized.

Keywords: *Isfahan Store, creative content, brand identity, brand awareness.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Tujuan Kegiatan.....	5
1.3. Luaran (Hasil).....	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	7
GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....	7
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM.....	7
2.1.1. Profil Usaha	8
2.1.2. Bahan Baku.....	8
2.1.3. Khalayak Sasaran.....	9
2.2 Peluang Usaha	11
2.3. Analisis SWOT	11
BAB III	13
TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP.....	13
3.1. Kegiatan Pendampingan Terdahulu dan Referensi Karya	13
3.2. Referensi Karya	14
3.2.1. Knitto Textile	14
3.2.2. CMI Textile	15

3.2.3. Kanaya Textile	16
3.3. Komunikasi Pemasaran	17
3.3.1. Tujuan Komunikasi Pemasaran	18
3.5. Promosi	20
3.5.1. Tujuan Promosi	20
3.5.2. Fungsi Promosi	21
3.6. <i>Brand Awareness</i>	22
3.7. New Media.....	23
3.7.1. Media Sosial.....	24
3.8. <i>Creative Content</i>	31
3.9. Design Grafis	33
3.10. <i>Copywriting</i>	34
3.11. Tipografi	34
3.12. Fotografi	35
3.13. Teori Warna.....	35
3.14. Referensi Karya	37
3.15. Key Performance Indicators	38
3.16. Aplikasi Yang digunakan	40
BAB IV	41
METODE PELAKSANAAN	41
4.1. Teknik Tatacara Pelaksanaan	41
4.1.1. Observasi.....	41
4.1.3 Diskusi	42
4.1.4. Konsultasi	43
4.2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan.....	44
4.2.1. Pelatihan.....	44
4.2.2. Pendampingan.....	45
4.2.3. Perencanaan	45
4.2.4. Persiapan	45
4.2.5. Pelaksanaan.....	47
4.3. Tahapan kerja Creative Content.....	48
4.4. Teknik Komunikasi.....	49

4.5. Bentuk-Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	49
4.5.1. Memperkuat Brand Identity	49
4.5.2. Pembuatan Strategi Kreatif Untuk Iklan.....	49
4.5.3. Rencana Timetable dan Big Idea Konten.....	50
4.5.4. Pembuatan Konten	50
4.5.5. Pembuatan Design Packaging.....	50
4.5.6. Kriteria Keberhasilan Pendampingan	51
4.6. Anggaran Kegiatan	51
4.7. Jadwal Kegiatan.....	52
BAB V.....	55
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	55
5.1. Teknik Komunikasi.....	55
5.2. Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan dengan Mitra.....	55
5.3. Pendampingan Kegiatan Promosi.....	58
5.4. Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan	65
5.4.1. Tahap Pembuatan Desain logo	65
5.4.2. Tahap Pembuatan Banner Toko	65
5.4.3. Tahapan Pembuatan Konten Media Sosial.....	66
5.4.4. Tahap Pembuatan Desain iklan dimedia sosial	66
5.4.5. Tahapan Foto Produk	66
5.4.6. Kegiatan <i>Branding</i> yang dilakukan Toko Isfahan.....	66
5.5. Tahapan Pasca-Pendampingan.....	67
5.5.1. Proses pendampingan dengan Mitra mengenai penggunaan media sosial Instagram dan TikTok.....	68
5.5.2. Proses Pendampingan Bersama Mitra	69
5.5.3. Konten-konten yang dibuat oleh mitra pasca pendampingan	70
5.5.4. Alat yang Di gunakan.....	70
5.5.5. Menggunakan Media Luar Ruangan.....	71
5.6. Perbandingan Pra-Pendampingan dan Pasca-Pendampingan.....	71
5.7. Implementasi Karya.....	72
5.7.1. Big Idea	72

5.7.2. Laporan Media Sosial	72
5.8. Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan	73
BAB VI	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
6.1. Kesimpulan.....	76
6.2. Saran	77
6.2.1 Saran Akademis	77
6.2.2. Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	81



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Profile Usaha.....	9
Tabel 3.1 Kegiatan Pendampingan Terdahulu.....	14
Tabel 3.2 Aplikasi Yang di Gunakan.....	41
Table 4. 1 Tahapan Kerja <i>Creative Director</i>	50
Table 4. 2 Key Performance Indicators.....	63
Table 4. 3 Anggaran Kegiatan.....	63
Table 4. 4 Jadwal Kegiatan	64
Tabel 5.1 Konten yang telah di buat.....	60
Tabel 5.2 Pra-Pendampingan dan Pasca-Pendampingan.....	72



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Produk Isfahan.....	10
Gambar 3.1 Instagram @knitto.textiles	16
Gambar 3.2 Instagram @cmi.textile	17
Gambar 3.3 Instagram @kanaya.textile.....	18
Gambar 3.5 Teori Warna.....	37
Gambar 3.6 Referensi Karya	39
Gambar 5.1 Design Logo	57
Gambar 5.2 Design Banner Toko Isfahan.....	58
Gambar 5.3 Akun media sosial Tik-Tok & Instagram Toko Isfahan.....	59
Gambar 5.4 Foto Produk Toko Isfahan.....	60
Gambar 5.6 Konten Humor Paling Efektif untuk Brand Awareness.....	68
Gambar 5.7 Pendampingan pada Karyawan Toko isfahan.....	69
Gambar 5.8 Pendampingan pada karyawan Toko Isfahan.....	70
Gambar 5.9 Konten yang di buat Mitra.....	71
Gambar 5.10 Alat yang digunakan.....	71