



**PENDAMPINGAN UNTUK MENINGKATKAN OPTIMASI
MEDIA PROMOSI DALAM MEMBANGUN KESADARAN
MEREK UMKM *ICE CREAM SAVANA* MARET - DESEMBER
2024**

LAPORAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

BURHANUDIN DWI SAPUTRA

44321010091

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Burhanudin Dwi Saputra

NIM : 44321010091

Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Untuk Meningkatkan Optimasi Media Promosi Dalam Membangun Kesadaran Merek UMKM Ice Cream Savana Periode Maret – Desember 2024

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, 22 Januari 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Burhanudin Dwi Saputra

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Burhanudin Dwi Saputra
NIM : 44321010091
Program Studi : Advertising and Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Untuk Meningkatkan Optimasi Media Promosi
Dalam Membangun Kesadaran Merek UMKM Ice Cream Savana Periode Maret –
Desember 2024

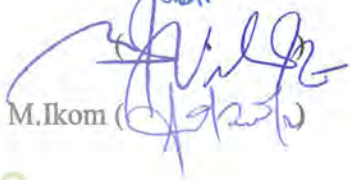
Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dewi Sad Tanti S.Sos, M.Ikom
NIDN : 0726067701
Pembimbing 2 : Fauziyyah Sitanova. M.Ikom
NIDN : 8814033420
Ketua Penguji : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si
NIDN : 0319027201
Penguji Ahli : Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum, S.Ikom, M.Ikom
NIDN : 0303078802

()

()

()

U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

Jakarta, Januari 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

()

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

()

(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri yang berjudul " Pendampingan Untuk Meningkatkan Efektifitas Optimasi Media Promosi Dalam Membangun Kesadaran Merek UMKM *Ice Cream Savana*".

Tugas Akhir Peduli Negeri ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi *Marketing Communication*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta. Selain itu, Tugas Akhir ini juga dibuat sebagai salah satu wujud implementasi dari ilmu yang telah didapatkan selama masa perkuliahan di Program Studi *Marketing Communication*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam perjalanan yang panjang ini, penulis menyadari bahwa tidak sedikit dukungan, doa dan kasih sayang yang penulis terima dari berbagai pihak. Penulis juga menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan. Tugas Akhir ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dewi Sad Tanti, M.I.Kom, atas kesediaannya menjadi pembimbing Tugas Akhir Peduli Negeri ini. Kesabaran, perhatian, dan kebijaksanaan Ibu telah menjadi lentera yang menerangi perjalanan kami dalam menyelesaikan tugas ini. Tak terhitung waktu dan tenaga yang telah Ibu curahkan untuk memberikan arahan, masukan, serta motivasi yang begitu berarti di setiap langkah kami. Kebajikan hati dan ilmu yang Ibu bagikan tidak hanya memudahkan kami menyelesaikan tugas ini, tetapi juga memberi pelajaran hidup yang akan selalu kami ingat sepanjang perjalanan karier kami. Kehangatan dan keikhlasan Ibu dalam membimbing telah membuat setiap tantangan terasa lebih ringan. Tanpa bimbingan dan dukungan Ibu, tugas akhir ini mungkin tidak akan pernah terwujud seperti sekarang. Dengan segala kerendahan hati, kami persembahkan hasil tugas akhir ini sebagai

bentuk rasa terima kasih dan penghargaan atas segala yang Ibu berikan. Semoga segala kebaikan Ibu dibalas dengan limpahan berkah dan keberkahan yang tak terhingga.

2. Ibu Fauziyyah Sitanova M.I.kom S.I.Kom yang telah bersedia menjadi dosen pembimbing Tugas Akhir Peduli Negeri Terimakasih ibu Dewi telah sabar, penuh perhatian, dan bijaksana dalam memberikan bimbingan selama proses penyusunan tugas akhir ini. Tak terhitung jumlah waktu dan tenaga yang telah dikeluarkan untuk memberikan arahan, masukan, dan motivasi, baik dalam penyusunan konsep maupun dalam setiap tahap pengerjaan. Kebaikan hati, kesabaran, serta pengetahuan yang telah dibagikan memberikan pelajaran yang berharga kepada kami, yang tentunya akan berguna dalam perjalanan karier kami. Kami merasa sangat beruntung dan bersyukur karena kami mendapatkan dosen pembimbing yang memudahkan kami dalam setiap kegiatan bimbingan, tanpa bantuan bu Ova penyelesaian tugas akhir ini tentu akan sangat sulit terwujud. Dengan Segala rasa hormat dan terimakasih, kami dedikasikan hasil tugas akhir ini sebagai wujud apresiasi kami atas segala bantuan dan bimbingan yang diberikan kepada kami.
3. Pak Ahsanul Ghony selaku pemilik *Ice Cream Savana* dan Mas Kiki selaku karyawan *Ice Cream Savana* yang telah membantu, berbagi pengetahuan, serta memberikan fasilitas yang dibutuhkan untuk keberhasilan kegiatan pendampingan ini. Tanpa kerjasama yang baik, penyelesaian tugas ini tentu tidak akan berjalan dengan lancar. Kami berharap hasil dari tugas akhir peduli negeri ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan *Ice Cream Savana*, serta memberikan kontribusi positif dalam upaya memajukan UMKM. Terima kasih atas segala kesempatan dan kepercayaan yang telah diberikan kepada kami.
4. Kepada Dr. Farid Hamid Umarella. S.Sos, M.Si selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi serta pengajaran yang sangat berarti selama penulis menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri.

5. Kepada Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si selaku Ketua sidang seminar proposal dan Tugas Akhir Peduli Negeri yang telah meluangkan waktu untuk memberikan penilaian, masukan, dan koreksi yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini.
6. Kepada Dr. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum, S.IKom, M.Ikom selaku Penguji ahli pada sidang tugas akhir peduli negeri yang telah meluangkan waktu untuk memberikan penilaian, masukan, dan koreksi yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini.
7. Bapak/Ibu dosen terkhusus kepada dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana terkait dalam penyusunan tugas akhir peduli negeri. Tanpa adanya bantuan dan arahan yang sangat berarti dari Bapak/Ibu, kami tidak akan dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Semoga segala bentuk dukungan yang telah diberikan dapat menjadi amal baik bagi Bapak/Ibu sekalian. Saya juga berharap agar karya ini dapat memberikan manfaat positif bagi masyarakat terutama kepada UMKM *Ice Cream Savana*
8. Kedua orang tua saya, Ayah dan Bunda, kepada beliau berdua-lah Tugas Akhir Peduli Negeri ini penulis persembahkan. Terimakasih atas rasa kasih dan sayang yang tidak pernah putus, terimakasih atas doa-doa yang tak henti terucap dalam setiap ibadahnya dan atas pengorbanan yang tak terhitung jumlahnya. Karena kalian lah alasan aku tetap berjuang dan karena kalianlah aku sampai di titik sekarang. Segala lelah selama ini terbayar dengan senyum kalian, dan Tugas Akhir ini adalah wujud kecil dari rasa terima kasih aku kepada kalian. Semoga ini menjadi bukti perjuangan kecil aku yang dapat aku persembahkan kepada kalian dari banyak hal yang telah kalian berikan kepada aku. Kesuksesan dan segala hal baik kedepannya yang akan aku dapatkan nantinya adalah untuk kalian berdua.
9. Tidak lupa saya juga mengucapkan terima kasih kepada Kakak, dan Adik penulis yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri. Terima kasih atas semangat dan kebersamaan yang selalu terjaga, baik dalam keadaan suka maupun duka

10. Terimakasih yang sebesar besarnya kepada keluarga besar saya yang senantiasa memberikan doa, motivasi, dan kasih sayang yang tulus kepada saya.
11. *Uniteam* - Tim Tugas Akhir Peduli Negeri yang beranggotakan "Ghani Utomo", dan "Desinta Yuliansah" yang telah menjadi partner luar biasa dalam proses yang panjang ini. Terima kasih atas kerja keras, dedikasi dan komitmen yang telah di bangun bersama dalam menghadapi berbagai tantangan selama penyusunan Tugas Akhir Peduli Negeri ini. Keberhasilan kita adalah bukti nyata dari kerja sama *Uniteam* yang solid, saling mendukung antar satu sama yang lain. Terimakasih telah memberikan energi yang positif dan solusi yang terbaik meskipun sedang berada dalam tekanan. Semoga kebersamaan ini terus terjalin.
12. Teman-teman yang menemani saya dari awal perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir peduli negeri ini. Tanpa adanya dukungan dan kebersamaan kalian, saya tidak akan bisa melewati tantangan dan rintangan yang ada. Terima kasih telah memberikan kepercayaan, berbagi cerita, dan saling mendukung saya. Kalian menjadikan perjalanan ini menjadi lebih berarti dan penuh warna. Saya berharap hubungan ini terus terjalin, dan kita semua dapat terus melangkah maju bersama, mencapai impian kita satu demi satu.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kontribusinya selama proses penyusunan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.
14. Segenap staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.

Penulis menyadari tugas akhir ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengalaman dan pengetahuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran, masukan, dan kritik yang membangun. Semoga tugas Akhir Peduli Negeri ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi para pembaca dan semua pihak yang

ikut serta dalam Tugas Akhir Peduli Negeri. Penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada.

Sebagai Akhir kata penutup, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan doa selama proses penyusuna Tugas Akhir Peduli Negeri ini. Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan berkat-Nya kepada setiap orang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya ini.

Jakarta, 05 Januari 2025



Burhanudin Dwi Saputra

44321010091



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Burhanudin Dwi Saputra
NIM : 44321010091
Program Studi : Advertising and Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pendampingan Untuk Meningkatkan Optimasi Media Promosi Dalam Membangun Kesadaran Merek UMKM Ice Cream Savana Periode Maret – Desember 2024

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/forman-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 Januari 2025

Yang menyatakan,



Burhanudin Dwi Saputra

ABSTRAK

Nama : Burhanudin Dwi Saputra
NIM : 44321010091
Study Program : *Digital Advertising and Marketing Communication*
Judul Laporan : Pendampingan Untuk Meningkatkan Optiomasi Media Promosi
Dalam Membangun Kesadaran Merek UMKM *Ice Cream Savana* Maret –
Desember 2024
Dosen Pembimbing 1 : Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom
Dosen Pembimbing 2 : Fauziyyah Sitanova, M.Ikom

Penulisan ini bertujuan untuk meningkatkan optimasi media promosi UMKM *Ice Cream Savana* dalam rangka membangun kesadaran merek selama periode Maret hingga Desember 2024. Permasalahan utama yang diangkat adalah minimnya penggunaan media promosi, baik *online* maupun *offline*, kurangnya strategi pemasaran berbasis *media social*, dan keterbatasan pemasaran yang hanya mengandalkan metode *word of mouth*.

Dalam penulisan ini, teori komunikasi pemasaran dan brand awareness menjadi landasan utama untuk merancang strategi promosi yang efektif. Teori komunikasi pemasaran membantu memahami bagaimana menyampaikan pesan promosi secara optimal melalui saluran online dan offline, sehingga dapat menarik perhatian, membangun hubungan dengan konsumen, dan mendorong tindakan seperti pembelian. Teori brand awareness berfokus pada peningkatan pengenalan dan pengingatan merek oleh konsumen, memastikan produk mudah diidentifikasi dan diingat saat mereka menghadapi keputusan pembelian.

Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara mendalam, pelatihan, dan konsultasi bersama mitra usaha. Hasil penulisan menunjukkan adanya peningkatan interaksi di *media social* setelah peluncuran akun *Instagram @icecreamsavana* yang dikelola secara strategis. Selain itu, penggunaan media *Offline* seperti *x-banner*, spanduk, dan stiker kemasan berhasil memperkuat citra merek di pasar lokal. Konten menarik seperti testimoni, informasi produk, dan mini games di *media social* juga berkontribusi dalam meningkatkan keterlibatan audiens.

Kesimpulan dari penulisan ini adalah strategi promosi terpadu yang menggabungkan media *online* dan *offline* mampu meningkatkan kesadaran merek *Ice Cream Savana* secara signifikan. Program ini juga menciptakan potensi keberlanjutan dengan memberdayakan mitra untuk mengelola promosi secara mandiri.

Kata Kunci: UMKM, *Ice Cream Savana*, Media Promosi, *Brand awareness*

ABSTRACT

Nama : Burhanudin Dwi Saputra
NIM : 44321010091
Study Program : *Digital Advertising and Marketing Communication*
Title : Pendampingan Untuk Meningkatkan Optiomasi Media Promosi Dalam Membangun Kesadaran Merek UMKM *Ice Cream Savana* Maret – Desember 2024
Dosen Pembimbing 1 : Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom
Dosen Pembimbing 2 : Fauziyyah Sitanova, M.Ikom

This study aims to improve the optimization of promotional media for UMKM Ice Cream Savana in order to build brand awareness during the period March to December 2024. The main problems raised are the minimal use of promotional media, both online and offline, the lack of social media-based marketing strategies, and the limitations of marketing that only relies on word of mouth methods.

In this study, marketing communication theory and brand awareness are the main foundations for designing an effective promotional strategy. Marketing communication theory helps understand how to optimally convey promotional messages through online and offline channels, so that it can attract attention, build relationships with consumers, and encourage actions such as purchases. Brand awareness theory focuses on increasing brand recognition and recall by consumers, ensuring that products are easily identified and remembered when they face purchasing decisions.

The methods used include observation, in-depth interviews, training, and consultation with business partners. The results of the study showed an increase in interaction on social media after the launch of the strategically managed Instagram account @icecreamsavana. In addition, the use of Offline media such as x-banners, banners, and packaging stickers has succeeded in strengthening the brand image in the local market. Interesting content such as testimonials, product information, and mini games on social media also contribute to increasing audience engagement.

The conclusion of this study is that an integrated promotional strategy that combines online and offline media is able to significantly increase brand awareness of Ice Cream Savana. This program also creates potential for persistence by empowering partners to manage promotions independently.

Keywords: *UMKM, Ice Cream Savana, Promotional Media, Brand Awareness*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan Mitra	13
1.3 Tujuan Pengabdian	14
1.4 Manfaat Praktis.....	15
1.4.1 Manfaat Praktis.....	15
1.4.2 Manfaat Akademis.....	15
1.4.3 Manfaat Sosial	15
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	17
2.1 Sasaran Kegiatan UMKM	17
2.2 Profil Usaha	21
2.3 Sumber Daya Bahan Baku	24
2.4 Khalayak Sasaran	24
2.5 Peluang Usaha	25
2.6 Analisis SWOT.....	26
2.7 Media Promosi Ice Cream Savana	27
2.8 Optimasi Media Promosi yang diharapkan	28

2.9 Merancang Strategi Optimasi Media Promosi	29
2.10 Hasil Kesepakatan	30
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP PERENCANAAN	32
3.1 Kegiatan TAPN Terdahulu.....	32
3.2 Kajian Konseptual	34
3.2.1 Komunikasi Pemasaran	34
3.2.2 Media Promosi.....	39
3.2.2.1 Media	39
3.2.2.2 Promosi	40
3.2.2.3 Media Offline Sebagai Media Promosi.....	40
3.2.3 Media Social Sebagai Media Promosi.....	41
3.2.4 Instagram	44
3.2.5 Instagram Bisnis	46
3.2.5.1 <i>Instagram Insight</i>	46
3.2.5.2 <i>Instagram Engagement</i>	46
3.2.4 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	47
3.2.5 Brand awareness	48
3.2.6 Creative Brief.....	50
BAB IV METODE PELAKSANAAN	52
4.1 Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	52
4.1.1 Observasi	52
4.1.2 Wawancara Mendalam	53
4.1.3 Negosiasi.....	54
4.1.4 Konsultasi	55
4.1.5 Pelatihan	55
4.1.6 Pendampingan.....	56
4.1.7 Praktek	57
4.2 Tahapan Kegiatan.....	57
4.2.1 Tahap Perancangan Media Promosi	58
4.2.1.1 Strategi Media Promosi.....	59
4.2.1.2 Menetapkan Jadwal Media	59

4.2.2 Tahap Pelaksanaan.....	60
4.2.3 Evaluasi.....	61
4.3 Teknik Komunikasi	61
4.4 Bentuk – Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan	62
4.5 Anggaran Kegiatan.....	64
4.6 Jadwal Konten	64
4.7 Jadwal Kegiatan	65
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	67
5.1 Teknik Komunikasi	67
5.2 Tahapan Pelaksanaan Media Promosi Online	67
5.2.1 Social Media Instagram	67
5.3 Tahapan Pelaksanaan Media Promosi Offline	77
5.4 Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	79
5.4.1 Media Promosi Offline	79
5.4.1.1 Logo Ice Cream Savana	79
5.4.1.2 Mascot Ice Cream Savana.....	80
5.4.1.3 Tagline Ice Cream Savana	81
5.4.1.4 Hastag Ice Cream Savana	81
5.4.1.5 Stiker Kemasan Ice Cream Savana	82
5.4.1.6 Banner Ice Cream Savana.....	83
5.4.1.7 X-banner Ice Cream Savana	84
5.4.1.8 Menu Ice Cream Savana	85
5.4.1.9 Content Brief Instagram.....	86
5.4.2 Insight Social Media Instagram	88
5.4.3 Data <i>Insight</i> dan Penjadwalan Konten.....	90
5.4.4 Interaktif Followers	97
5.4.5 Press Release	100
5.4.6 Influencer.....	101
5.4.7 Evaluasi.....	101
5.4.7.1 Hasil Evaluasi Khalayak Sasaran.....	101
5.4.7.2 Hasil Evaluasi Mitra	104

5.5 Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan	106
5.5.1 Analisis Kegiatan.....	106
5.5.2 Analisis Kendala.....	112
5.5.3 Potensi Keberlanjutan.....	113
5.5.4 Publikasi	115
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
6.1 Kesimpulan.....	118
6.2 Saran.....	119
6.2.1 Saran Akademis	119
6.2.2 Saran Praktis	120
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN.....	126



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Sosial media di Indonesia tahun 2024	5
Gambar 1. 2 Pengguna <i>Platform Sosial media</i> di Indonesia 2024.....	6
Gambar 1. 3 Toko Ice Cream Savana	9
Gambar 2. 1 Varian Menu Best Seller	17
Gambar 2. 2 Competitor Ice Cream Savana.....	22
Gambar 4. 1 Flowchat Pendampingan	56
Gambar 4. 2 Tahapan Kegiatan.....	58
Gambar 4. 3 Konsep Perancangan Media Promosi.....	58
Gambar 4. 4 Jadwal Konten	64
Gambar 5. 1 Awal Social Media Instagram	68
Gambar 5. 2 Social Media Instagram Sekarang.....	68
Gambar 5. 3 Logo Ice Cream Savana	79
Gambar 5.4 Mascot Ice Cream Savana.....	80
Gambar 5. 5 Stiker Kemasan Ice Cream Savana	82
Gambar 5. 6 Media Offline Banner.....	83
Gambar 5. 7 Before After Banner	83
Gambar 5. 8 Media Offline X-banner	84
Gambar 5. 9 After Menggunakan X-banner	85
Gambar 5. 10 Media Offline Menu.....	85
Gambar 5. 11 Creative Brief Konten	87
Gambar 5. 12 Tampilan Awal Profile Instagram Ice Cream Savana.....	89
Gambar 5. 13 Tampilan Akun Instagram Ice Cream Savana.....	89
Gambar 5. 14 Top Location Followers	94
Gambar 5. 15 Rata Rata Usia Followers	95
Gambar 5. 16 Rata Rata Gender Follower	96
Gambar 5. 17 Rata Rata Jam Active Followers	96
Gambar 5. 18 Evaluasi Khalayak Sasaran	102
Gambar 5. 19 Evaluasi Mitra.	104
Gambar 5. 20 DM Ajakan Mengikuti Event kepada Mitra.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jobdesk Team.....	10
Tabel 2. 1 Analisis SWOT <i>Ice Cream Savana</i>	27
Tabel 3. 1 TAPN Terdahulu.....	32
Tabel 3. 2 Rujukan Karya UMKM Terdahulu.....	34
Tabel 3. 3 Creative Brief.....	50
Tabel 4. 1 Kegiatan Pelaksanaan Media Promosi.....	60
Tabel 4. 2 Anggaran Kegiatan Promosi.....	64
Tabel 4. 3 Jadwal Kegiatan Periode 1.....	65
Tabel 4. 4 Jadwal Kegiatan Periode 2.....	66
Tabel 5 1 Kegiatan Konten Feed @icecreamsavana.....	70
Tabel 5 2 Kegiatan Konten Feed @icecreamsavana.....	76
Tabel 5 3 Data Insight Instagram.....	90
Tabel 5 4 Bentuk Interaktif Followers.....	97
Tabel 5 5 Before & After Pendampingan.....	108
Tabel 5 6 Publikasi.....	115

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Curriculum Vitae	126
Lampiran 2 Anggaran Kegiatan	128
Lampiran 3 Susunan Anggota Tim Uniteam	129
Lampiran 4 Denah Lokasi Mitra	130
Lampiran 5 Dokumentaasi Kegiatan.....	131
Lampiran 6 Dokumentasi Pelatihan kepada Mitra.....	133
Lampiran 7 Uniteam	134
Lampiran 8 Bahan Presentasi.....	135
Lampiran 9 Desain Printed Material	140
Lampiran 10 Content Plan Instagram @icecreamsavana	142
Lampiran 11 Content Ice Cream Savana	143
Lampiran 12 Laporan Keuangan Ice Cream Savana.....	144
Lampiran 13 Bukti Publikasi di Media Massa	145
Lampiran 14 Insight Instagram	148
Lampiran 15 Hasil Post.....	150
Lampiran 16 Brainstorming	156

UNIVERSITAS
MERCU BUANA