

**PENGUNAAN DIGITAL MARKETING MELALUI
PLATFORM MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA UMKM MASAKAN
NUSANTARA PAKDE JURI
PROYEK MEDIA SOSIAL MANAJEMEN**



Nama : Muhammad Syaifullah

NIM : 43121010239

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025

**PENGUNAAN DIGITAL MARKETING MELALUI
PLATFORM MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA UMKM MASAKAN
NUSANTARA PAKDE JURI**

**Proyek Media Sosial Manajemen Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Gelar Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Muhammad Syaifullah

NIM : 43121010239

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Syaifullah

NIM : 43121010239

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa proyek media sosial ini adalah murni karya kami sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing. Apabila kami mengutip hasil karya orang lain, maka kami mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kami bersedia dikenai sanksi pembatalan proposal ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 10 Maret 2025



Muhammad Syaifullah

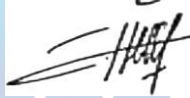
43121010239

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Muhammad Syaifullah
NIM : 43121010239
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Penggunaan Digital Marketing Melalui Platform Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri
Tanggal Sidang : 25 Februari 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Diky Firdaus, S.Kom., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis **S I T A** Ketua Program Studi S1
Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-03254967



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Proyek pengelolaan media sosial UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri telah berhasil mengimplementasikan strategi digital yang komprehensif selama delapan bulan. Peran strategis dalam community engagement mencakup interaksi dengan mitra, pengelolaan keuangan, manajemen krisis, dan pengelolaan reputasi online. Hasil yang dicapai meliputi peningkatan keterlibatan audiens, strukturisasi dokumentasi finansial, serta ROI berkisar antara 45-52%, menunjukkan efektivitas strategi media sosial. Manajemen krisis dan reputasi dijalankan secara optimal melalui pemantauan real-time dan pengembangan konten positif. Pertemuan rutin serta laporan bulanan memastikan transparansi dan kesuksesan proyek. Secara keseluruhan, proyek ini berhasil mentransformasi pengelolaan media sosial menjadi lebih terstruktur, terukur, dan berorientasi pada pertumbuhan bisnis.

Kata kunci: media sosial, UMKM, engagement, manajemen krisis, ROI



ABSTRACT

The social media management project for UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri has successfully implemented a comprehensive digital strategy over eight months. Strategic roles in community engagement included partner interaction, financial management, crisis management, and online reputation management. The achieved outcomes include increased audience engagement, structured financial documentation, and an ROI ranging from 45-52%, demonstrating the effectiveness of the social media strategy. Crisis and reputation management were optimally executed through real-time monitoring and proactive content development. Regular meetings and monthly reports ensured transparency and project success. Overall, this project has successfully transformed social media management into a more structured, measurable, and growth-oriented approach.

Keywords: social media, UMKM, engagement, crisis management, ROI



KATA PENGANTAR

Kami bersyukur kepada Allah SWT karena berkat dan izin-Nya, kami, sebagai tim penyusun, berhasil menyelesaikan proposal terkait Tugas Akhir Proyek Media sosial sebagai alternatif skripsi bagi mahasiswa. Tujuan dari skripsi ini adalah agar seluruh anggota komunitas akademik Prodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis memahami dasar pemikiran dan proses pelaksanaan alternatif Proyek Tugas Akhir mahasiswa hingga sidang. Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Biro Sarana Prasarana dan Biro Operasional Pembelajaran yang telah membantu kami dengan menyediakan ruangan dan meminjamkan kunci untuk kegiatan penyusunan.

Penyusunan skripsi ini selalu terikat dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap hati penulis ingin mengucapkan dalam bentuk terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Diky Firdaus, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Kepada kedua Orang Tua saya tercinta dengan kasih sayang dan dukungan tiada akhir dalam memberikan do'a dan motivasi selama ini.
5. Terima kasih kepada orang yang telah mensupport saya yaitu Muhammad Neo Khalifah, Andre Syahputra, Muhammad Luthfi Nugroho, Azura Maharani Shakira dan Muhammad Arsyiel Adzhiem yang telah berkontribusi dalam pengerjaan proyek sosial media manajemen.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.

Penulis menyadari bahwa Proyek Media Sosial ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga Proyek Media Sosial ini bermanfaat dan dapat mengubah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Januari 2025

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Bagi Mahasiswa.....	15
1.4.2 Bagi Perguruan Tinggi.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Proyek – Proyek Terkait.....	17
2.2 Platform Yang Digunakan.....	22
2.2.1 Elemen – Elemen Pendukung.....	28
2.3 Teori dan Pengertian	45
BAB III METODOLOGI Pengerjaan Proyek.....	74
3.1 Tempat dan Objek Perusahaan	74
3.2 Pembagian Kerja Tim.....	77
3.3 <i>Time schedule</i> Kegiatan.....	85
3.4 Target Luaran/ <i>Social Networking Sites</i>	86
3.5 <i>Customer journey</i>	89
3.5.1 Brand UMKM : Masakan Nusantara Pakde Juri	90
3.5.2 Jenis dan Karakter Media sosial	90

3.5.3 <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i>	94
3.5.4 <i>Competitor Analysis</i>	96
3.5.5 <i>AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)</i>	102
3.5.6 <i>Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT)</i>	107
3.6 <i>Penentuan Media Sosial Platform dan Tools</i>	111
3.6.1 <i>Media Sosial Platform</i>	112
3.6.2 <i>Tools</i>	114
3.7 <i>Rancangan Desain Tampilan</i>	121
3.8 <i>Rencana Organisasi Tim</i>	123
BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA	126
4.1 <i>Community Engagement</i>	126
4.1.1 <i>Interaksi Dengan Mitra</i>	126
4.1.2 <i>Social Media Financial</i>	129
4.1.3 <i>Crisis Management in Social Media</i>	149
4.1.4 <i>Persetujuan Hasil Laporan Proyek Media Sosial</i>	152
4.1.5 <i>Online Reputation Management</i>	159
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	163
5.1 <i>Kesimpulan</i>	163
5.2 <i>Saran</i>	164
5.2.1 <i>Saran Praktisi</i>	164
5.2.2 <i>Saran Teoritis</i>	165
DAFTAR PUSTAKA	166
LAMPIRAN	171

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Permasalahan Umum UMKM	2
Tabel 1. 2 Konten Media Sosial	7
Tabel 1. 3 Keuangan Sebelum Proyek	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2. 2 Platform yang Digunakan	23
Tabel 2. 3 Tools yang Digunakan	28
Tabel 3. 1 Pembagian Kerja Tim.....	78
Tabel 4.1.1. 1 Hasil Jobdesc Interaksi dengan Mitra	127
Tabel 4.1.1. 2 Diskusi dengan Mitra Melalui Chat	128
Tabel 4.1.2. 1 Laporan Keuangan Sebelum Proyek.....	130
Tabel 4.1.2. 2 Laporan Keuangan Bulan Agustus	132
Tabel 4.1.2. 3 Biaya Produksi Bulan November.....	136
Tabel 4.1.2. 4 Laporan Laba Rugi Bulan Oktober	136
Tabel 4.1.2. 5 Laporan ROI Bulan Agustus	137
Tabel 4.1.2. 6 Bukti Laporan Keuangan Sebelum Proyek	138
Tabel 4.1.2. 7 Bukti Laporan Keuangan Setelah Proyek	141
Tabel 4.1.2. 8 Biaya Produksi Bulan Juni.....	146
Tabel 4.1.2. 9 Laporan Laba Rugi Bulan November	147
Tabel 4.1.2. 10 Memonitor ROI Bulan Agustus	148
Tabel 4.1.3. 1 Crisis Management	150
Tabel 4.1.4. 1 Hasil Jobdesc Persetujuan Hasil Laporan	152
Tabel 4.1.4. 2 Monitoring Engagement pada Setiap Platform.....	156
Tabel 4.1.5. 1 Tindakan Menjaga Reputasi UMKM	160

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data UMKM 2018 – 2023.....	1
Gambar 1.2 Data Pengguna Media sosial di Indonesia.....	4
Gambar 1. 3 Instagram UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Yang Mengalami Kendala Lupa Kata Kunci Akun	7
Gambar 1. 4 Instagram UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Terbaru ...	7
Gambar 1. 5 Whatsapp UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri yang mengalami Kendala	8
Gambar 1. 6 Whatsapp UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Terbaru ...	8
Gambar 1.7 TikTok UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Yang Mengalami Kendala Lupa Kata Kunci Akun	8
Gambar 1. 8 TikTok UMKM Masakan Nusantara Pakde Juri Terbaru	8
Gambar 1. 9 Buku Kas Untuk Mitra	13
Gambar 2. 1 System Development Life Cycle	57
Gambar 2. 2 Tampilan Feeds Instagram	60
Gambar 3. 1 Tempat Objek UMKM.....	74
Gambar 3. 2 Time schedule Kegiatan	85
Gambar 3. 3 Logo UMKM	102
Gambar 3. 4 Konten Media Sosial.....	103
Gambar 3. 5 Konten Media Sosial.....	103
Gambar 3. 6 Konten Edukasi.....	104
Gambar 3. 7 Konten Edukasi.....	104
Gambar 3. 8 Testimoni Konsumen.....	105
Gambar 3. 9 Pelanggan membeli produk	106
Gambar 3. 10 Pelanggan membeli produk	106
Gambar 3. 11 Call-to-Action (CTA) pada konten TikTok.....	107
Gambar 3. 12 Logo UMKM	121
Gambar 3. 13 Mockup Desain Instagram.....	122
Gambar 4.1.1. 1 Diskusi mengenai proyek menu makanan.....	127
Gambar 4.1.1. 2 Diskusi mengenai proyek konten	127
Gambar 4.1.1. 3 Diskusi mengenai laporan keuangan	127
Gambar 4.1.1. 4 Diskusi dengan mitra mengenai menu makanan.....	128
Gambar 4.1.1. 5 Diskusi dengan mitra mengenai konten	128
Gambar 4.1.1. 6 Diskusi dengan mitra melalui G-meet	129
Gambar 4.1.2. 1 Grafik Laporan Keuangan	137
Gambar 4.1.2. 2 Diagram Laporan Keuangan.....	146
Gambar 4.1.3. 1 Kesalahan Harga Menu Paket.....	150
Gambar 4.1.3. 2 Menu dengan Desain Baru dan Harga yang Sudah Sesuai	150
Gambar 4.1.3. 3 Menanggapi Kritik dari Pelanggan	151
Gambar 4.1.4. 1 Surat Permohonan Izin	152

Gambar 4.1.4. 2 Memonitor Engagement pada Platform Media Sosial	152
Gambar 4.1.4. 3 Membuat Kesimpulan dan Evaluasi.....	153
Gambar 4.1.4. 4 Memberikan Laporan Bulanan kepada Mitra	153
Gambar 4.1.4. 5 Surat Permohonan Izin Penggunaan Produk kepada Mitra	154
Gambar 4.1.4. 6 Monitoring Engagement TikTok	156
Gambar 4.1.4. 7 Monitoring Engagement Whatsapp Business	156
Gambar 4.1.4. 8 Monitoring Engagement Instagram.....	156
Gambar 4.1.4. 9 Memberikan Kesimpulan dan Evaluasi Setiap Bulan	158
Gambar 4.1.4. 10 Memberikan Hasil Laporan Bulanan Kepada Mitra	159
Gambar 4.1.5. 1 Memantau Interaction pada Platform Media Sosial.....	160
Gambar 4.1.5. 2 Memantau Insight pada Platform TikTok	161
Gambar 4.1.5. 3 Memantau Insight pada Platform Instagram	161
Gambar 4.1.5. 4 Konten Testimoni dengan Pelanggan	162
Gambar 4.1.5. 5 Mengevaluasi insiden krisis pada media sosial	162



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pernyataan Kesiediaan Kerjasama dari Mitra Usaha dalam Pelaksanaan Program Proyek Media Sosial Manajemen.....	171
Lampiran 2 Time Schedule	172
Lampiran 3 Laporan Keuangan	173
Lampiran 3 a Laporan Keuangan:.....	173
Lampiran 3 b Total Laporan Keuangan UMKM:.....	173
Lampiran 3 c Laporan Biaya Produksi	174
Lampiran 3 d Laporan Laba Rugi UMKM.....	174
Lampiran 3 e Laporan ROI UMKM.....	175
Lampiran 4 Matriks.....	175
Lampiran 5 Monthly Report.....	176
Lampiran 6 ID Password Akun	180
Lampiran 7 Similarity Check	181

