

**PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI
OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN UMKM DI BIDANG PAKAIAN ANAK
(STUDI KASUS PADA ADR KIDS DI KOTA TANGERANG)**

PROYEK MEDIA SOSIAL



Nama : Gisela Nur Fatihah

NIM : 43121010015

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

2025

**PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI
OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN UMKM DI BIDANG PAKAIAN ANAK
(STUDI KASUS PADA ADR KIDS DI KOTA TANGERANG)**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana**



Nama : Gisela Nur Fatihah

NIM : 43121010015

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

JAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gisela Nur Fatimah

NIM : 43121010015

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 20 Maret 2025



Gisela Nur Fatimah

43121010015

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Gisela Nur Fatihah
NIM : 43121010015
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengembangan Strategi Pemasaran Melalui Optimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan UMKM di Bidang Pakaian Anak (Studi Kasus pada ADR Kids di Kota Tangerang)
Tanggal Sidang : 25 Maret 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-04255041



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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap penjualan pada UMKM ADR Kids. UMKM termasuk ke dalam sektor perdagangan yang memainkan peran tidak terganti dan menyumbangkan kontribusi luar biasa terhadap perekonomian Indonesia. Namun, salah satu permasalahan yang dialami oleh UMKM adalah tidak mengoptimalkan media sosial secara efektif. UMKM ADR Kids merupakan suatu jenis usaha bergerak di bidang pakaian anak secara *online* berlokasi di Kota Tangerang yang tidak mengoptimalkan strategi pemasaran dengan media sosial mempengaruhi penjualan. Konsep yang digunakan yaitu SMAC (*Social, Mobile, Analysis, dan Cloud*) pada proyek sosial media. Platform media sosial menggunakan *Instagram, Tiktok, dan Facebook* sebagai alat promosi produk UMKM ADR Kids. Tools dalam konten dengan menggunakan *Canva, Capcut, Google Drive, Google Spreadsheet, Microsoft Word, Mendeley, Power Point, dan Publish or Perish*. Jenis Tampilan konten dan fitur dalam perencanaan pembuatan konten antara lain *product knowledge*, edukasi, informasi, testimoni, dan interaksi. Hasil dari proyek media sosial menunjukkan bahwa peran strategis *content creator* dalam merancang dan mengelola strategi pemasaran digital memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan jangkauan, keterlibatan pelanggan, serta pertumbuhan penjualan pada UMKM ADR Kids. Dengan menciptakan perencanaan konten yang terstruktur dan strategi konten yang relevan dan menarik, *content creator* dapat membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan audiens, serta mencapai target penjualan yang lebih tinggi di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Kata Kunci: *Content Creator*, Strategi pemasaran, Optimalisasi Media Sosial, Meningkatkan Penjualan,

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of social media on sales at ADR Kids MSMEs. MSMEs are included in the trade sector which plays an irreplaceable role and contributes tremendous contributions to the Indonesian economy. However, one of the problems experienced by MSMEs is not optimizing social media effectively. ADR Kids MSME is a type of business engaged in online children's clothing located in Tangerang City that does not optimize marketing strategies with social media to affect sales. The concept used is SMAC (Social, Mobile, Analysis, and Cloud) in social media projects. Social media platforms use Instagram, Tiktok, and Facebook as a means of promoting ADR Kids MSME products. Tools in content using Canva, Capcut, Google Drive, Google Spreadsheet, Microsoft Word, Mendeley, Power Point, and Publish or Perish. Types of content display and features in content creation planning include product knowledge, education, information, testimonials, and interaction. The results of the social media project show that the strategic role of content creators in designing and managing digital marketing strategies has a significant impact on increasing reach, customer engagement, and sales growth in ADR Kids MSMEs. By creating structured content planning and relevant and engaging content strategies, content creators can help MSMEs increase competitiveness, expand audience reach, and achieve higher sales targets amidst increasingly tight market competition.

Keywords: Content Creator, Marketing strategy, Social Media Optimization, Increase Sales,

KATA PENGANTAR

Puji bersyukur kepada Allah SWT karena berkat dan izin-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengembangan Strategi Pemasaran Melalui Optimalisasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM di Bidang Pakaian Anak (Studi Kasus pada ADR Kids di Kota Tangerang).** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. 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. Bapak Dudi Permana, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, S.E, M.M. selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Yanto Ramli, M.M selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran kepada penulis.
6. Teristimewa, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Jamaludin dan Ibunda Sari Rita terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis hingga saat ini. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, namun mampu mendidik penulis, melangitkan doa-doa baik, memotivasi, dukungan moral dan material

yang tiada henti-hentinya, serta memberi semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk ayah dan mamah.

7. Terima kasih kepada adik tersayang Mochammad Dafa Apriansyah yang sudah membantu dan memberikan semangat yang selalu diberikan untuk penulis. Tumbuhlah menjadi versi yang lebih hebat adikku.
8. Terima kasih kepada orang yang telah mendukung penulis yaitu, Andre Syahputra, dan Nurul Hanyfah yang telah berkontribusi dalam pengerjaan proyek manajemen media sosial.
9. Terima kasih kepada sahabat penulis, Anisa Malika Putri, Annisa Tria Lestari, Inaya Fairuza, Reza Nita, Ashilah Shafwah yang selalu menemani, memberi motivasi dan semangat yang luar biasa dari penulis SMA hingga saat ini. Terima kasih sudah menjadi sahabat yang sangat baik. Terima kasih selalu menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada Bharada Dunga Muhamad Rosul yang telah kebersamaan penulis selama penyusunan dan pengerjaan skripsi dalam kondisi apapun. Terima kasih telah berkontribusi dalam segala hal yang mendukung, mendengarkan keluh kesah, serta menghibur penulis dalam kesedihan dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
11. Dan terakhir. Terima kasih untuk diri saya sendiri Gisela Nur Fatimah terima kasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan

luar. Yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Terima kasih diriku semoga tetap rendah hati, tetap semangat kamu pasti bisa.

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

Jakarta, 22 Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Proyek-Proyek Terkait	11
2.2 Platform yang Digunakan.....	14
2.3 Elemen-Elemen Pendukung	17
2.4 Teori dan Pengertian	21
2.4.1 Teori dan Pengertian Platform Media Sosial.....	21
2.4.2 Teori dan Pengertian <i>Tools</i>	24
2.5 Konsep Proyek Media Sosial Manajemen	30
BAB III METODOLOGI Pengerjaan Proyek.....	36
3.1 Tempat dan Objek Perusahaan	36
3.1.1 Tempat Proyek.....	36
3.1.2 Objek Proyek	36
3.2 Pembagian Kerja Tim.....	37
3.3 <i>Time Schedule</i> Kegiatan	44
3.4 Target Luaran/ <i>Social Networking Sites</i>	45
3.5 <i>Customer Journey</i>	47
3.5.1 Brand UMKM: ADR Kids.....	47
3.5.2 Jenis dan Karakter Media Sosial.....	48
3.5.3 <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i>	52
3.5.4 <i>Competitor Analysis</i>	55
3.5.5 <i>Attention, Interest, Desire, dan Action (AIDA)</i>	63
3.5.6 <i>Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT)</i>	66

3.6	Penentuan Platform Media Sosial dan Tools	71
3.6.1	<i>Platform</i> Media Sosial	71
3.6.2	<i>Tools</i>	74
3.7	Rancangan Desain Tampilan.....	79
3.7.1	Logo	80
3.7.2	Mockup Desain Post <i>Instagram</i>	80
3.8	Rencana Organisasi Tim	81
3.8.1	Penyusunan Rencana Konten.....	82
3.8.2	Penjadwalan Posting Konten	82
3.8.3	Pengembangan Grafis dan Desain	82
3.8.4	Penulisan Konten	82
3.8.5	Pengawasan dan Manajemen Keterlibatan	83
3.8.6	Analisis Kinerja dan Pelaporan.....	83
BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA.....		84
4.1	<i>Content Creator</i>	84
4.1.1	Menulis dan Menyusun Ide Konten.....	85
4.1.2	Penyusunan dan Pembuatan Konten.....	90
4.1.3	<i>Brainstorming Creativity</i>	97
4.1.4	Pengembangan Grafis dan Desain	101
4.1.5	<i>Social Media Essentials</i>	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		127
5.1	Kesimpulan.....	127
5.2	Saran.....	129
5.2.1	Saran Teoritis.....	129
5.2.2	Saran Praktisi	130
DAFTAR PUSTAKA		131
LAMPIRAN.....		135

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Permasalahan UMKM.....	4
Tabel 2. 1 Proyek-Proyek Terkait	11
Tabel 2. 2 Platform yang digunakan	15
Tabel 2. 3 Tools yang digunakan	17
Tabel 3. 1 Pembagian Kerja Tim	38
Tabel 4. 1 Hasil Pencapaian Media Sosial	120
Tabel 4. 2 KPI Triwulan I	121
Tabel 4. 3 KPI Triwulan II	123
Tabel 4. 4 KPI Triwulan III.....	124
Tabel 4. 5 Penilaian KPI	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2023.....	2
Gambar 1. 2 Kontribusi UMKM di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Logo ADR Kids	5
Gambar 1. 4 Laporan Penjualan ADR Kids.....	5
Gambar 1. 5 Akun Instagram ADR Kids.....	6
Gambar 2. 1 Tampilan <i>Feeds</i> Instagram.....	33
Gambar 3. 1 <i>Time Schedule</i>	44
Gambar 3. 2 Logo ADR Kids	80
Gambar 3. 3 Mockup Instagram	81
Gambar 4. 1 <i>Content Pillar</i> Edukasi.....	86
Gambar 4. 2 <i>Content Pillar Product Knowledge</i>	87
Gambar 4. 3 <i>Content Pillar</i> Informasi	87
Gambar 4. 4 <i>Content Pillar</i> Interaksi.....	88
Gambar 4. 5 <i>Content Pillar</i> Testimoni.....	88
Gambar 4. 6 <i>Content Brief</i>	89
Gambar 4. 7 <i>Content Planner</i> Instagram	90
Gambar 4. 8 <i>Content Planner</i> Facebook.....	91
Gambar 4. 9 <i>Content Planner</i> TikTok	91
Gambar 4. 10 <i>Content Type</i>	92
Gambar 4. 11 <i>Content Pillar</i>	92
Gambar 4. 12 Status	93
Gambar 4. 13 Referensi.....	93

Gambar 4. 14 Caption	94
Gambar 4. 15 CTA/Link	94
Gambar 4. 16 Hastag.....	95
Gambar 4. 17 <i>Copywriting</i>	96
Gambar 4. 18 <i>Marketing Campaign</i>	98
Gambar 4. 19 Melakukan <i>Live Streaming</i>	99
Gambar 4. 20 Hasil <i>Live Streaming</i>	100
Gambar 4. 21 Logo ADR Kids	102
Gambar 4. 22 Palet Warna ADR Kids	102
Gambar 4. 23 <i>Before</i> Desain <i>Feeds</i> Instagram.....	104
Gambar 4. 24 <i>After</i> Desain <i>Feeds</i> Instagram	105
Gambar 4. 25 <i>Ads</i> Instagram.....	107
Gambar 4. 26 <i>Ads</i> Facebook	108
Gambar 4. 27 <i>Ads</i> TikTok.....	108
Gambar 4. 28 Konten Kualitas Visual dan Pesan	110
Gambar 4. 29 Penjadwalan Postingan.....	111
Gambar 4. 30 <i>Monthly Report</i>	113
Gambar 4. 31 Akun Instagram Sebelum	114
Gambar 4. 32 Akun Instagram Sesudah.....	115
Gambar 4. 33 Akun TikTok Sebelum	116
Gambar 4. 34 Akun TikTok Sesudah.....	117
Gambar 4. 35 Akun Facebook Sebelum	118
Gambar 4. 36 Akun Facebook Sesudah	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Kerjasama dengan Mitra UMKM	135
Lampiran 2 Time Schedule Proyek Media Sosial.....	136
Lampiran 3 <i>Content Pillar, Content Planner, Content Report</i>	137
Lampiran 4 Postingan Konten Media Sosial.....	148
Lampiran 5 Matriks.....	152
Lampiran 6 <i>Monthly Report</i>	153