

**PERAN PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA MANAGEMENT* PADA
UMKM KRIPIK PISANG “CAU GELIS” BERDASARKAN
PERSPEKTIF CONTENT CREATOR
(STUDI KASUS PADA UMKM KRIPIK PISANG CAU GELIS
DI KEMBANGAN)**



Nama : Tia kamila

NIM : (43121010063)

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

**PENGARUH PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA MANAGEMENT* PADA
UMKM KRIPIK PISANG “CAU GELIS” (STUDI KASUS PADA UMKM
KRIPIK PISANG CAU GELIS
DI KEMBANGAN)**



**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 : Tia Kamila
NIM : 43121010063
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, 26 Mei 2025



Tia Kamila

43121010063

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : TIA KAMILA
NIM : 43121010063
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA MANAGEMENT PADA UMKM KRIPIK PISANG “CAU GELIS” (STUDI KASUS PADA UMKM KRIPIK PISANG CAU GELIS DI KEMBANGAN)
Hasil Pengecekan Turnitin : 5%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **5%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 29 April 2025

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/April/29/0000000038/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tia Kamila
NIM : 43121010063
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Peran Penggunaan Social Media Management Pada UMKM kripik pisang Cau Gelis berdasarkan Perspektif Content Creator (Studi kasus pada UMKM kripik pisang Cau Gelis di Kembangan)
Tanggal Sidang : 26 Mei 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-06255094



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

ABSTRAK

Proyek ini bertujuan untuk menganalisis penerapan penggunaan manajemen media sosial terhadap pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Kripik Pisang Cau Gelis di Meruya Selatan. Seiring perkembangan teknologi, media sosial menjadi alat strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui perluasan jangkauan pasar dan penguatan brand image. UMKM Cau Gelis yang sebelumnya hanya mengandalkan pemasaran tradisional, didampingi dalam proses pengelolaan media sosial seperti Instagram dan TikTok. Proyek ini mencakup perencanaan konten, pembuatan konten visual dan video, pemanfaatan fitur interaktif, serta kerja sama dengan *influencer*. Hasil dari implementasi proyek ini menunjukkan peningkatan *brand awareness* dan penjualan, ditunjukkan melalui peningkatan pengikut, interaksi pengguna, dan laba usaha. Dengan pengelolaan media sosial yang terstruktur dan profesional, UMKM Cau Gelis berhasil meningkatkan visibilitas dan efisiensi dalam aktivitas pemasaran.

Kata kunci: Manajemen Media Sosial, UMKM, Kripik Pisang, Instagram, TikTok, *Brand Awareness*, Strategi Pemasaran Digital.



ABSTRACT

This project aims to analyze the implementation of social media management on the development of the Micro, small, and medium enterprise Kripik Pisang Cau Gelis located in Meruya Selatan. With the rapid advancement of technology, social media has become a strategic tool for MSMEs to expand their market reach and strengthen brand image. Previously relying on traditional marketing methods, Cau Gelis was guided in the use of digital platforms such as Instagram and TikTok. The project involved content planning, creation of visual and video materials, use of interactive features, and collaborations with influencers. The results of this implementation showed increased brand awareness and sales, as evidenced by the growth in followers, user engagement, and business profits. Through structured and professional social media management, Cau Gelis successfully improved its visibility and marketing efficiency.

Keywords: *Social Media Management, MSME, Banana Chips, Instagram, TikTok, Brand Awareness, Digital Marketing Strategy.*



KATA PENGANTAR

Kami bersyukur kepada Allah SWT atas rahmat dan Karunianya, sehingga kami sebagai tim penyusun dapat menyelesaikan Tugas Akhir mengenai proyek Sosial Media sebagai alternatif pengganti skripsi bagi mahasiswa. Tugas Akhir ini bertujuan agar seluruh anggota komunitas akademik Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis memahami dasar pemikiran dan proses pelaksanaan alternatif Proyek Tugas Akhir mahasiswa hingga tahap sidang.

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 proyek ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Aldina Shiratina, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran-saran kepada penulis sehingga proyek tugas akhir ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir 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 tercinta dengan kasih sayang dan dukungan tiada akhir dalam memberikan do'a dan motivasi selama ini.
5. Terima kasih kepada teman teman saya Wahyu Eka Ananda, M. Dzaki Ridwan yang selalu saling support satu dengan yang lainnya.

6. Terimakasih juga kepada sahabat sahabat saya Indriana Muifatul, Siti Duwiyanti dan Fitri yang selalu menemani saya dalam suka maupun duka.
7. 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, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga tugas akhir Proyek Media Sosial ini bermanfaat dan dapat mengubah pengetahuan khususnya bagi tim proye dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Mei 2025

Tia Kamila



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Analisasi Existing	3
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan.....	12
1.4 Manfaat	13
1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa.....	13
1.4.2 Manfaat Bagi Perguruan Tinggi.....	13
1.4.3 Manfaat bagi UMKM	14
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI.....	15
2.1 Proyek Terkait	15
2.2 platform yang digunakan	22
2.2.1 Elemen – Elemen Pendukung	24
2.3 Teori dan Pengertian.....	35
2.3.1 Teori dan Pengertian Platform Media Sosial	35
2.3.2 Teori dan Pengertian Tools.....	37
2.3.3 Konsep Proyek Media sosial Manajemen.....	41
2.3.4 Teori SWOT.....	46
2.3.5 Teori STP	47

2.3.6 Teori AIDA.....	50
BAB III.....	52
METODEOLOGI Pengerjaan Project	52
3.1 Tempat dan Objek UMKM.....	52
3.2 Pembagian Kerja Tim.....	55
3.3 Time Schedule Kegiatan.....	57
3.4 Target Luaran	57
3.5 Customer Journey	60
3.5.1 <i>Brand</i> UMKM.....	60
3.5.2 Jenis dan Karakter Sosial Media.....	61
3.5.3 <i>Segmenting, Targeting dan Postioning (STP)</i>	61
3.5.4 Competitor Analysis	63
3.5.5 AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	66
3.5.6 Strenghts,Weaknesses,Opportunities, dan Treaths (SWOT)	75
3.6 Penentuan Media Social Platform dan Tolls	78
3.6.1 Media Social Platform	78
3.6.2 Tolls	79
3.7 Rancangan Desain Tampilan.....	83
3.8 Rencana Organisasi Tim.....	85
3.9 Tugas Content Creator.....	86
BAB IV	88
MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA.....	88
4.1 Content Creator	88
4.2 Tugas Content Creator di TikTok dan Instagram.....	88
4.2.1 Menulis dan menyusun ide konten	88
4.2.2 Penyusunan dan Pembuatan Konten.....	92
4.2.3 Pengeditan konten dan pengembangan desain grafis.....	94
4.2.4 Publikasi konten.....	102
4.2.5 Sosial Media Essentials.....	104
BAB V.....	110
KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1 KESIMPULAN	110
5.2 SARAN.....	110

5.2.1 Bagi UMKM Kripik Pisang Cau Gelis	110
5.2.2 Bagi Tim Proyek Selanjutnya	111
5.2.3 Bagi Universitas.....	111
DAFTAR PUSTKA	113
LAMPIRAN.....	120



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. 1 Harga Pokok Penjualan Kripik Pisang Cau Gelis.....	4
Tabel 1.1. 2 Hitungan Investasi Awal Usaha Kripik Pisang.....	6
Tabel 1.1. 3 Data pendapatan usaha kripik pisang Cau Gelis.....	9
Tabel 1.1. 4 Proyeksi Laba/Rugi pada usaha UMKM kripik pisang Cau Gelis	10
Tabel 1.1. 5 Hitungan Investasi awal pada tahun pertama sebelum proyek	11
Tabel 2. 1 Liteatur Teori proyek terkait.....	15
Tabel 3. 1 Profil UMKM	52
Tabel 3. 2 pembagian kerja tim.....	55
Tabel 3. 3 Pembagian Kerja Tim	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna internet Indonesia pada tahun 2018 - 2024	1
Gambar 1.1. 1 Lokasi UMKM kripik pisang Cau Gelis	8
Gambar 1.1. 2 Tampilan WhatsApp UMKM	8
Gambar 2.3.3. 1 Social Commerce system	42
Gambar 2.3.3. 2 pengenalan produk via media sosial	43
Gambar 2.3.3. 3 Interaksi dengan konsumen by komentar	43
Gambar 2.3.3. 4 Ulasan produk	44
Gambar 2.3.3. 5 Etalase produk yang disertai tombol CTA	45
Gambar 2.3.3. 6 Layanan purna jual	45
Gambar 3. 1 Tempat proyek UMKM	52
Gambar 3. 2 Time schedule	57
Gambar 3.5.5. 1 Logo UMKM	66
Gambar 3.5.5. 2 Content video	67
Gambar 3.5.5. 3 Event bazar UMKM	68
Gambar 3.5.5. 4 Deskripsi Produk	69
Gambar 3.5.5. 5 content edukasi	70
Gambar 3.5.5. 6 Review Konsumen	70
Gambar 3.5.5. 7 Paket Bundling	71
Gambar 3.5.5. 8 Momen Bersama teman	72
Gambar 3.5.5. 9 Tombol CTA pada setiap konten	72
Gambar 3.5.5. 10 Pembelian produk	73
Gambar 3.5.5. 11 produk tersedia di berbagai platform	74
Gambar 3.5.5. 12 Tawaran berbagai pengiriman	74
Gambar 3.7. 1 Design logo tampilan	83
Gambar 3.7. 2 Kemasan produk	84
Gambar 3.7. 3 Banner dan Grafis UMKM	84
Gambar 4.2.1. 1 UMKM sebelum project	89
Gambar 4.2.1. 2 Menulis dan menyusun ide	90
Gambar 4.2.1. 3 Ide konten dan hasil recreate konten	91
Gambar 4.2.1. 4 Campaign Give away	92
Gambar 4.2.2. 1 proses pembuatan konten	93
Gambar 4.2.2. 2 pengambilan foto produk	94
Gambar 4.2.3. 1 proses pengeditan konten menggunakan canva	95
Gambar 4.2.3. 2 proses pengeditan konten menggunakan capcut	96

Gambar 4.2.3. 3 Stiker UMKM sebelum project.....	97
Gambar 4.2.3. 4 Stiker logo sesudah project	97
Gambar 4.2.3. 5 Kemasan produk Tinwall	98
Gambar 4.2.3. 6 Kemasan produk ziplock.....	99
Gambar 4.2.3. 7 Iklan produk menggunakan banner	100
Gambar 4.2.3. 8 Design konten	100
Gambar 4.2.3. 9 Grafis konten kampanye	101
Gambar 4.2.4. 1 Finalisasi konten	102
Gambar 4.2.4. 2 penulisan caption dan hastag.....	103
Gambar 4.2.4. 3 penautan produk dalam konten	103
Gambar 4.2.4. 4 monitoring hubungan dengan customer	103
Gambar 4.2.5. 1 Konten IG dan Tik Tok.....	107
Gambar 4.2.5. 2 penjadwalan konten IG	108
Gambar 4.2.5. 3 Penjadwalan konten TikTok	108
Gambar 4.2.5. 4 jenis konten	108
Gambar 4.2.5. 5 progres konten.....	109
Gambar 4.2.5. 6 Tingkat penjualan UMKM.....	109