



**Optimalisasi Peran *Community Engagement* dalam Pengelolaan Media Sosial
UMKM Ratu Snack Box**

PROYEK MEDIA SOSIAL

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Satu (S1)
Bidang Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

Muhammad Reviyanto

43121010038

**S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Reviyanto

NIM : 43121010038

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa proposal ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan proposal ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian karya ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 07 Juli 2025

UNIVERSIT
MERCU BU



Muhammad Reviyanto

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Reviyanto
NIM : 43121010038
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Optimalisasi Peran Community Engagement dalam Pengelolaan Media Sosial UMKM Ratu Snack Box
Tanggal Sidang : 19 Juni 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing

Riska Rosdiana, 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-07255123



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

	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 : MUHAMMAD REVIYANTO
NIM : 43121010038
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Peran Community Engagement dalam Pengelolaan Media Sosial UMKM Ratu Snack Box
Hasil Pengecekan Turnitin : 4%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **4%** 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 July 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/Juli/29/0000000242/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

ABSTRAK

Seiring berkembangnya media sosial di era *digital*, pemasaran *digital* sangatlah diperlukan untuk meningkatkan penjualan dari Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Project ini bertujuan untuk mengetahui dampak penggunaan media sosial terhadap jangkauan pasar Ratu Snack Box. Metode yang dilakukan dalam *project* ini adalah *project management* (aplikatif) dengan mengelola media sosial milik UMKM Ratu Snack Box. Media sosial yang digunakan dalam *project management* ini adalah Instagram, TikTok, dan Facebook.

Kata Kunci: Media Sosial, Project Management.



ABSTRAK

As social media develops in the digital era, digital marketing is very necessary to increase sales from Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM). This project aims to determine the impact of the use of social media on the market reach of Ratu Snack Box. The method used in this project is project management (applicative) by managing social media of Ratu Snack Box. The social media used in this project management are Instagram, TikTok, and Facebook.

Keywords: Social Media, Project Management



KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun Tugas Akhir Proyek Media Sosial yang berjudul "**Optimalisasi Peran Community Engagement dalam Pengelolaan Media Sosial UMKM Ratu Snack Box**". Proposal ini merupakan bagian dari upaya untuk memperoleh gelar Sarjana Satu (S1) Jurusan Manajemen di Universitas Mercu Buana.

Penulis juga berharap hasil dari proyek kami dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Manajemen Sosial Media. Tidak lupa, kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi dalam proses penulisan proposal ini. Kami ingin mengucapkan terima kasih 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. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Riska Rosdiana, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing proyek tugas akhir.
5. Orang tua tercinta, yang selalu memberikan kasih sayang yang tiada henti dan senantiasa mendukung penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini.
6. Teman, sahabat, dan rekan seperjuangan saya yaitu Emir Gibran Beka, Rizvan Shafry Suyanto yang telah memberikan dukungan dan semangat tiada henti dalam menyelesaikan tugas akhir proyek media sosial ini yang selalu memberikan doa, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun material.

Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis memohon maaf kepada semua pihak atas segala kekurangan yang pernah diperbuat. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih

Jakarta, 1 Mei 2025

Muhammad Reviyanto

43121010038



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat.....	7
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Proyek-Proyek Terkait.....	9
2.2 Platform Yang Digunakan	18
2.2.1 Elemen Elemen Pendukung	20
2.3 Teori dan Pengertian.....	24
BAB 3 METODOLOGI Pengerjaan Proyek.....	31
3.1 Tempat dan Objek Perusahaan	31
3.2 Pembagian Kerja Tim	32
3.3 Time Schedule Kegiatan.....	33
3.4 Target Luaran/ <i>Social Networking Sites</i>	34
3.5 <i>Customer Journey</i>	36
3.5.1 <i>Brand</i> UMKM.....	36
3.5.2 Jenis dan Karakter Sosial Media	37
3.5.3 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP)	39
3.5.4 <i>Competitor Analysis</i>	41
3.5.5 Attention, Interest, Desire, dan Action (AIDA)	43
3.5.6 <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (SWOT)	45

3.6	Penentuan <i>Social Media Platform</i> dan <i>Tools</i>	52
3.6.1	Penentuan <i>Social Media</i>	52
3.7	Rancangan Desain Tampilan	57
3.8	Rencana Organisasi Tim	59
BAB 4 MANAJEMEN <i>DESIGN</i> SERTA PENGELOLAAN <i>SOCIAL MEDIA</i>		61
4.3	<i>COMMUNITY ENGAGEMENT</i>	61
4.3.1	Interaksi dengan Mitra	65
4.3.2	<i>Social Media Financial</i>	69
4.3.3	<i>Crisis Management in Social Media</i>	76
4.3.4	Persetujuan Hasil Laporan Proyek Media Sosial	78
4.3.5	<i>Online Reputation Management</i>	87
4.3.6	<i>Time Schedule KPI</i>	93
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		95
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Saran	97
5.2.1	Saran Untuk Akademisi	97
5.2.2	Saran Untuk Praktisi	97
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN		103


 UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah UMKM yang Memanfaatkan Media Sosial.....	3
Gambar 1.2 Profil Instagram Ratu Snack Box.....	5
Gambar 3.1 Logo Ratu Snack Box	31
Gambar 3.2 Statistik Pengguna Media Sosial di Indonesia	53
Gambar 3.3 Rancangan Desain Tampilan.....	58
Gambar 4.3.1.1 Diskusi Mengenai Akun Instagram Ratu Snack Box.....	64
Gambar 4.3.1.2 Diskusi Mengenai Foto Produk Ratu Snack Box.....	64
Gambar 4.3.1.3 Memberikan <i>Update Insight</i> Media Sosial Ratu Snack Box.....	64
Gambar 4.3.1.4 Diskusi Konten Media Sosial dengan Mitra	65
Gambar 4.3.1.5 Presentasi <i>Content Planning</i> Kepada Mitra	65
Gambar 4.3.1.6 Diskusi Proyek di Rumah Mitra.....	65
Gambar 4.3.2.1 Bukti Spreadsheet Pengerjaan Laporan Keuangan	66
Gambar 4.3.2.2 Grafik Pendapatan Sebelum Proyek.....	67
Gambar 4.3.2.3 Grafik Pendapatan Setelah Proyek.....	68
Gambar 4.3.2.4 Grafik Pendapatan Ratu Snack Box	69
Gambar 4.3.2.5 Rumus ROI	70
Gambar 4.3.2.6 Grafik Laba Bersih Ratu Snack Box.....	72
Gambar 4.3.2.7 Grafik ROI Ratu Snack Box	72
Gambar 4.3.3.1 Screenshot Halaman Notifikasi Instagram.....	74
Gambar 4.3.3.2 Screenshot Halaman Notifikasi TikTok.....	74
Gambar 4.3.3.3 Screenshot Halaman Notifikasi Facebook	74
Gambar 4.3.4.1 Dashboard Instagram	76
Gambar 4.3.4.2 Dashboard TikTok	77
Gambar 4.3.4.3 Dashboard Facebook.....	77
Gambar 4.3.4.4 Grafik <i>Insight</i> Instagram	79
Gambar 4.3.4.5 Grafik <i>Insight</i> TikTok	80
Gambar 4.3.4.6 Grafik <i>Insight</i> Facebook.....	80
Gambar 4.3.4.7 Spreadsheets <i>Content Report</i>	81
Gambar 4.3.4.8 Membuat <i>Monthly Report</i>	81
Gambar 4.3.4.9 Mengirim <i>Content Report</i> di Grup WhatsApp.....	81
Gambar 4.3.4.10 Presentasi <i>Monthly Report</i> Kepada Tim dan Mitra	82

Gambar 4.3.4.11 Diskusi Monthly Report dengan Mitra.....	82
Gambar 4.3.4.12 Bukti Memberikan Evaluasi dan Masukan Terkait Strategi Konten Saat Sedang Diskusi dengan Tim	83
Gambar 4.3.5.1 Profil Instagram Sebelum Proyek	85
Gambar 4.3.5.2 Profil Instagram Setelah Proyek.....	85
Gambar 4.3.5.3 Profil TikTok Sebelum Proyek	86
Gambar 4.3.5.4 Profil TikTok Setelah Proyek.....	86
Gambar 4.3.5.5 Profil Facebook Sebelum Proyek.....	86
Gambar 4.3.5.6 Profil Facebook Setelah Proyek	86
Gambar 4.3.5.7 Interaksi dengan Audiens Instagram	87
Gambar 4.3.5.8 Interaksi dengan Audiens TikTok.....	88
Gambar 4.3.5.9 Interaksi dengan Audiens Facebook	88
Gambar 4.3.5.10 Performa SEO Konten Ratu Snack Box di Google.....	89



DAFTAR TABEL

Table 2.1 Proyek-proyek Terkait	11
Table 3.1 Pembagian Kerja Tim	32
Table 3.2 Time Schedule Kegiatan	34
Table 3.3 Tools yang Digunakan	56
Table 3.4 Rencana Organisasi Tim	59
Tabel 4.3.1.1 Jenis Interaksi dan Hasilnya	62
Tabel 4.3.1.2 Hasil Jobdesk Interaksi dengan Mitra Melalui Grup WhatsApp	65
Tabel 4.3.1.3 Hasil Jobdesk Interaksi dengan Mitra Melalui Google Meet	66
Tabel 4.3.2.1 Laporan Pendapatan Sebelum Proyek	67
Tabel 4.3.2.2 Laporan Pendapatan Setelah Proyek	68
Tabel 4.3.2.3 Pengeluaran <i>Digital Marketing</i>	69
Tabel 4.3.2.4 Data Laba Bersih dan ROI	71
Tabel 4.3.3.1 Bukti Pemantauan Notifikasi Aktivitas <i>Social Media</i> Ratu Snack Box	74
Tabel 4.3.4.1 Bukti Pemantauan Dashboard Media Sosial	76
Tabel 4.3.4.2 <i>Insight</i> Media Sosial Instagram	78
Tabel 4.3.4.3 <i>Insight</i> Media Sosial TikTok	78
Tabel 4.3.4.4 <i>Insight</i> Media Sosial Facebook	79
Tabel 4.3.4.5 Grafik <i>Insight</i> Media Sosial	79
Tabel 4.3.4.6 Proses Laporan <i>Insight</i> Media Sosial	81
Tabel 4.3.5.1 Perbandingan Profil Media Sosial Sebelum dan Setelah Proyek	85
Tabel 4.3.5.2 Interaksi Responsif dengan Audiens di Media Sosial	87