

**OPTIMALISASI KAMPANYE DIGITAL BERBASIS MEDIA SOSIAL
PADA UMKM KUSUKA UBIKU UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Program Studi S-1 Sistem Informasi



Disusun oleh:

ANTA KHOSIYA ROHMANA

212103004

**PROGRAM STUDI S-1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK & TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

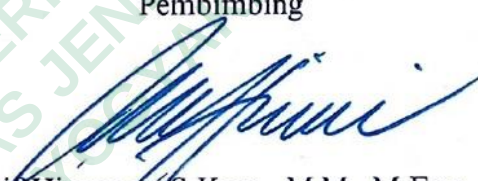
Ujian Tugas Akhir

OPTIMALISASI KAMPANYE DIGITAL BERBASIS MEDIA SOSIAL PADA UMKM KUSUKA UBIKU UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN

diajukan oleh
Anta Khosiya Rohmana
212103004

telah disetujui pada tanggal:
..... 26 Juni 2025

Pembimbing


Arif Himawan, S.Kom., M.M., M.Eng.
NIDN: 0517127402

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**OPTIMALISASI KAMPANYE DIGITAL BERBASIS MEDIA SOSIAL
PADA UMKM KUSUKA UBIKU UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN**

Diajukan oleh:

ANTA KHOSIYA ROHMANA
2121033004

Telah dipertahankan di depan dewan penguji dan dinyatakan sah
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
di Fakultas Teknik & Teknologi Informasi
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Tanggal: 7 Juli 2025

Mengesahkan:

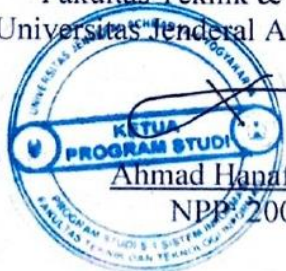
Pembimbing


Arif Himawan, S.Kom., M.M., M.Eng.
NIDN: 0517127402

Penguji


Irmma Dwijayanti, S.Kom., M.Eng.
NIDN: 0512059801

Ketua Program Studi S-1 Sistem Informasi
Fakultas Teknik & Teknologi Informasi
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Ahmad Hapafi, S.T., M.Eng.
NPP: 2008.13.0020

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, adalah mahasiswa Fakultas Teknik dan Teknologi Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta,

Nama : Anta Khosiya Rohmana
NPM : 212103004
Program Studi : S-1 Sistem Informasi
Judul Tugas Akhir : Optimalisasi Kampanye Digital Berbasis Media Sosial pada UMKM Kusuka Ubiku untuk Meningkatkan Penjualan

Menyatakan bahwa hasil penelitian dengan judul tersebut di atas adalah asli karya saya sendiri dan bukan hasil plagiarisme. Semua referensi dan sumber terkait yang dikutip dalam karya ilmiah ini telah ditulis sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan ini, saya menyatakan untuk menyerahkan hak cipta penelitian kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta guna kepentingan ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak mana pun. Apabila terdapat kekeliruan atau ditemukan adanya pelanggaran akademik di kemudian hari, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai ketentuan akademik.

Yogyakarta, 7 Juli 2025



Anta Khosiya Rohmana

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul: “Optimalisasi Kampanye Digital Berbasis Media Sosial pada UMKM Kusuka Ubiku untuk Meningkatkan Penjualan”. Penyusunan laporan ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi di Program Studi S-1 Sistem Informasi Fakultas Teknik & Teknologi Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Laporan ini dapat diselesaikan atas bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan rendah hati mengucapkan terima kasih dengan setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Aris Wahyu Murdiyanto, S.Kom., M.Cs. selaku Dekan Fakultas Teknik dan Teknologi Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta;
2. Bapak Ahmad Hanafi, S.T., M.Eng. selaku Ketua Program Studi S-1 Sistem Informasi Fakultas Teknik dan Teknologi Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta;
3. Bapak Arif Himawan, S.Kom., M.M., M.Eng. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir;
4. Para dosen yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Fakultas Teknik dan Teknologi Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta;
5. Almarhum Ayah, ibu, dan keluarga saya, yang telah memberikan dukungan semangat serta doa restu kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan studi saya;
6. Kharisa Metzlani Putri yang telah memberikan semangat dan doa kepada saya;
7. Rekan-rekan mahasiswa Prodi S-1 Sistem Informasi di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang sudah memberi dukungan dan kerja sama selama pembuatan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati penulis sangat menghargai adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang bersedia meluangkan waktu untuk membaca laporan tugas akhir ini.

Yogyakarta, 7 Juli 2025

Anta Khosiya Rohmana

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran.....	xi
Daftar Singkatan.....	xii
Intisari.....	xiii
Abstract	xiv
Bab 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Pertanyaan Penelitian	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	8
Bab 2 Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 <i>Business Model Canvas</i>	12
2.2.2 <i>Digital Marketing</i>	14
2.2.3 <i>Digital Campaign</i>	15
2.2.4 <i>Social Media Analytics</i>	16
Bab 3 Metode Penelitian	18
3.1 Bahan dan Alat Penelitian	18
3.1.1 Bahan Penelitian	18
3.1.2 Alat Penelitian	19
3.2 Jalan Penelitian	19
3.2.1 Tahap Pengumpulan Data	21
3.2.2 Tahap Analisis Data.....	21
3.2.3 Tahap Perancangan Strategi <i>Digital Campaign</i>	22
3.2.4 Tahap Implementasi dan Evaluasi	23
3.2.5 Tahap Analisis Hasil dan Penarikan Kesimpulan.....	24
Bab 4 Hasil Penelitian.....	25
4.1 Ringkasan Hasil Penelitian	25
4.2 Profil UMKM Kusuka Ubiku	26
4.3 Analisis Kondisi Pemasaran Digital UMKM Kusuka Ubiku	27
4.3.1 Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial.....	27
4.3.2 Analisis Kinerja Akun Instagram	28

4.3.3 Analisis Kinerja Akun Facebook Eksisting	31
4.3.4 Analisis Kondisi Pemasaran Digital <i>Reseller</i>	35
4.4 Perancangan Strategi Optimalisasi Kampanye Digital Berbasis Media Sosial	37
4.4.1 Desain Konten Digital Campaign.....	37
4.4.2 Strategi Penjadwalan Konten (<i>Content Calendar</i>)	40
4.5 Pembahasan	44
4.5.1 Optimalisasi Kampanye Digital Berbasis Media Sosial pada UMKM Kusuka Ubiku	45
4.5.2 Integrasi Pemasaran Digital dengan Sistem <i>Reseller</i> Tanpa Menimbulkan Konflik Distribusi.....	46
4.5.3 Efektivitas Platform Media Sosial dalam Meningkatkan Engagement Pelanggan dan Penjualan bagi Kusuka Ubiku.....	53
4.5.4 Peran <i>Social Media Analytics</i> (SMA) dalam Menyusun Strategi Pemasaran bagi Kusuka Ubiku.....	69
4.5.5 Relevansi, Kegunaan, dan Keterbatasan Penelitian.....	71
Bab 5 Kesimpulan dan Saran.....	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
Lampiran.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Rangkuman Performa Akun Instagram Kusuka Ubiku 5 Tahun Terakhir	29
Tabel 4.2. Rangkuman Performa Akun Facebook Kusuka Ubiku 5 Tahun Terakhir	32
Tabel 4.3. Strategi Penjadwalan Konten Kampanye Digital Kusuka Ubiku.....	41

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Alur Penelitian	20
Gambar 4.1. Tampilan Profil Akun Instagram Kusuka Ubiku	28
Gambar 4.2. Unggahan Instagram Kusuka Ubiku	31
Gambar 4.3. Tampilan Profil Akun Facebook Kusuka Ubiku Eksisting	32
Gambar 4.4. Unggahan Instagram Kusuka Ubiku	35
Gambar 4.5. Contoh Desain Konten Kampanye Digital Kusuka Ubiku.....	39
Gambar 4.6. BMC Kusuka Ubiku Sebelum Optimalisasi	48
Gambar 4.7. BMC Kusuka Ubiku Setelah Optimalisasi	53
Gambar 4.8. Perbandingan Pertumbuhan Jumlah Pengikut	60
Gambar 4.9. Perbandingan Rata-rata <i>Likes</i>	61
Gambar 4.10. Perbandingan Rata-rata Komentar	63
Gambar 4.11. Perbandingan Rata-rata <i>Shares</i>	64
Gambar 4.12. Kunjungan Profil dan Tayangan	65
Gambar 4.11. Perbandingan Rata-rata <i>Shares</i>	64
Gambar 4.12. Kunjungan Profil dan Tayangan	65
Gambar 4.13. Perbandingan Rata-Rata Penjualan Perhari.....	65
Gambar 4.14. Perbandingan Penjualan Perbulan.....	65
Gambar 4.15. Data Pemindaian QR Code.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	81
Lampiran 2 Contoh Konten dan Jadwal Upload Konten	82
Lampiran 3 Dokumentasi	124
Lampiran 4 Jadwal Penelitian.....	125
Lampiran 5 Lembar Bimbingan Dosen	126
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiarisme	127

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

DAFTAR SINGKATAN

AISAS	:	<i>Attention, Interest, Search, Action, and Share</i>
BMC	:	<i>Business Model Canvas</i>
CTA	:	<i>Call To Action</i>
CTR	:	<i>Click Through Rate</i>
MUI	:	Majelis Ulama Indonesia
PIRT	:	Produk Industri Rumah Tangga
QR	:	<i>Quick Response</i>
SDM	:	Sumber Daya Manusia
SMA	:	<i>Social Media Analytics</i>
SMM	:	<i>Social Media Marketing</i>
UMKM	:	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah