

**STRATEGI PEMASARAN UMKM RUMAH LAPAR
DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT*
MELALUI PLATFORM MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM DAN TIKTOK)**

KARYA AKHIR

**Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Bina Darma**



ABDUL RAHMAN

211910045

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA

UNIVERSITAS BINA DARMA

2025

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN UMKM RUMAH LAPAR DALAM
MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT MELALUI PLATFORM
MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM DAN TIKTOK)

ABDUL RAHMAN

211910045

KARYA AKHIR

Telah Diterima sebagai Salah Satu Syarat Untuk memperoleh Sarjana Ilmu
Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Menyetujui,

Palembang, 16 September 2025
Fakultas Sosial dan Humaniora
Universitas Bina Darma

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom
NIDN.0208127303

Dekan Fakultas Sosial Humaniora



Universitas Bina Darma
Fakultas Sosial Humaniora

Nuzsep Almigo, S.P.SI., M.Si, Ph.D
NIDN.001200970607

HALAMAN PENGESAHAN KARYA AKHIR

Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing Untuk Dipertahankan Pada Ujian Akhir Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang.

Nama : ABDUL RAHMAN

Nim : 211910045

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran UMKM Rumah Lapar Dalam Meningkatkan *Customer Engagement* Melalui Platform Media Sosial (Instagram dan Tik Tok)

Menyetujui,

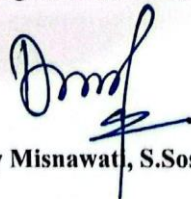
Dosen Pembimbing



Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si. M.I.Kom.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom.

HALAMAN PENGESAHAN KARYA AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN UMKM RUMAH LAPAR DALAM
MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT MELALUI PLATFORM
MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM DAN TIK TOK)**

Disusun Oleh:

ABDUL RAHMAN

211910045

Telah dipertahankan dihadapan panitia penguji Skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang pada 25 Agustus 2025 guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu dengan sebutan S.I.Kom dan hasil telah memenuhi syarat dan di nyatakan Lulus

Panitia Penguji Skripsi

Pembimbing : Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom (.....)

Penguji 1 : Siti Rahayu Pratami Lexianingrum, M.I.Kom (.....)

Penguji 2 : Dwi Maharani, M.I.Kom (.....)

Tanggal Sidang 25 Agustus 2025

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Desy Misnawati., S.Sos., M.I.Kom

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ABDUL RAHMAN

NIM : 211910045

Dengan ini menyatakan :

1. Karya Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau perguruan tinggi lain.
2. Karya Akhir ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing.
3. Di dalam Karya Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dan mencantumkan nama pengarang dan dimasukan ke dalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia Karya Akhir yang saya hasilkan ini di cek keasliannya menggunakan plagiarism checker serta diunggah ke internet sehingga dapat diakses secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila bukti melakukan penyimpangan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Palembang, 9 September 2025

Yang Membuat Pernyataan,


ABDUL RAHMAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : ABDUL RAHMAN
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Agama : Islam
Tempat & Tanggal Lahir : Jakarta, 10 Februari 2003
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Talang Keramat, Perumahan Griya Alam Indah
Blok A29
Telp / HP : 085373213514

PENDIDIKAN

1. TK A Muhajirin Jakarta
2. TK B Nusa Indah Palembang
3. SD IT Bina Ilmi Palembang
4. SD Mandiri Palembang
5. SMP Adabiyah Palembang
6. SMA YPI Tunas Bangsa Palembang

7. Tercatat Sebagai Mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Program Studi Ilmu Komunikasi Dalam Penyelesaian Tugas Akhir

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi pemasaran digital yang dijalankan UMKM Rumah Lapar di Palembang melalui media sosial Instagram dan TikTok dalam upaya meningkatkan *customer engagement*. Latar belakang penelitian didasari oleh fenomena rendahnya interaksi pelanggan meskipun Rumah Lapar telah aktif memanfaatkan kedua platform tersebut. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, penelitian ini menganalisis bagaimana konten *visual*, *storytelling*, testimoni pelanggan, serta pemanfaatan tren media sosial mampu membangun keterlibatan pelanggan secara kognitif, emosional, dan perilaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram lebih berperan dalam menjaga loyalitas dan citra merek melalui konten yang konsisten dan informatif, sedangkan TikTok efektif untuk memperluas jangkauan pasar melalui video singkat yang kreatif dan mudah viral. Temuan ini menegaskan bahwa konsistensi, kreativitas, serta komunikasi dua arah menjadi kunci utama bagi UMKM kuliner dalam mengoptimalkan media sosial untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen di era digital.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Media Sosial, Instagram, TikTok, *Customer Engagement*, UMKM Kuliner.

ABSTRACT

This study examines the digital marketing strategies implemented by the Rumah Lapar MSME in Palembang through Instagram and TikTok to increase customer engagement. The research was motivated by the phenomenon of low customer interaction despite Rumah Lapar's active use of both platforms. Using qualitative descriptive methods through interviews, observations, and documentation studies, this study analyzes how visual content, storytelling, customer testimonials, and the use of social media trends can build cognitive, emotional, and behavioral customer engagement. The results indicate that Instagram plays a greater role in maintaining brand loyalty and image through consistent and informative content, while TikTok is effective for expanding market reach through creative, short videos that easily go viral. These findings confirm that consistency, creativity, and two-way communication are key for culinary MSMEs in optimizing social media to build long-term relationships with consumers in the digital era.

Keywords: *Marketing Strategy, Social Media, Instagram, TikTok, Customer Engagement, Culinary MSMEs.*

MOTTO

“Maka Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain). Dan hanya kepada Tuhan mu lah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah,6-8)

"Setiap mimpi besar membutuhkan perjuangan yang tidak ringan. Namun, di balik setiap tetes keringat dan doa yang dipanjatkan, Allah telah menyiapkan jalan terbaik. Jangan pernah menyerah, karena setiap langkah kecil yang konsisten akan membawa kita menuju puncak keberhasilan."

PERSEMBAHAN

Untuk Kedua Orang Tua Tercinta, Dengan penuh syukur, gelar ini saya persembahkan kepada kedua orang tua yang selalu menjadi sumber doa, kasih sayang, dan kekuatan. Segala pengorbanan serta dukungan tanpa henti menjadi motivasi terbesar bagi saya untuk terus berjuang meraih masa depan yang lebih baik.

Untuk Dosen Pembimbing, Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom, Terima kasih kepada dosen pembimbing atas arahan, bimbingan, dan motivasi yang diberikan selama proses penelitian ini. Dukungan tersebut menjadi bekal berharga bagi saya untuk terus berkembang.

Untuk Teman Kelas Ilmu Komunikasi B Angkatan 2021 dan Teman di UKM Futsal Bina Darma, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang terjalin baik di ruang kelas maupun di lapangan. Setiap tawa, kerja sama, dan perjuangan bersama telah menjadi kenangan berharga yang memberi kekuatan untuk terus melangkah hingga mencapai titik ini.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warrohmatullahi wabarokaatuh, Puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul "STRATEGI PEMASARAN UMKM RUMAH LAPAR DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* MELALUI PLATFORM MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM DAN TIKTOK)" tepat waktu yang telah ditentukan.

Penulis sadar bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna dan ada banyak tantangan yang harus diatasi mulai dari penyerahan judul hingga penyelesaiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua orang untuk membantu mereka menyempurnakannya.

Dengan puji syukur kehadiran Allah SWT, penulis panjatkan puji dan syukur atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga proposal ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah ditentukan. Atas pernyataan tersebut dengan rendah hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan, dorongan, semangat, bimbingan, kerjasama, bimbingan dan saran dari berbagai pihak yaitu:

1. ALLAH SWT, yang telah senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya yang selalu memberikan petunjuk dan kemudahan untuk saya hingga akhirnya laporan karya akhir ini terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Sunda Ariani, M.Pd., MM Selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang
3. Bapak Nuzep Almingo, M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora.

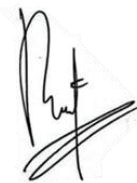
4. Dr. Desy Misnawati, M.I.Kom. selaku Ketua program studi ilmu komunikasi.
5. Ibu Dr.Rahma Santhi Zinaida, S.Si.,M.Ikom selaku Pembimbing akademik yang telah membimbing dan memberi saran serta memberikan masukan dalam pembuatan Skripsi untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang.
6. Ibu Prof.Hj.Isnawijayani, M.Si, Ph.D., dan Ibu Dwi Maharani. M.I.Kom sebagai Dosen Penguji saya yang telah membimbing dan memberi saran pada Skripsi saya.
7. Bapak/Ibu Dosen Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Drama tidak lupa penulis ucapkan banyak terima kasih atas ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, serta nasehatnya selama penulis menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi.
8. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi dan saya banggakan. Ibu Yana Evi Ana dan Bapak Ali Yahya. Terima kasih banyak untuk segala doa yang selalu menyertai saya, dukungan serta semangat yang selalu diberikan kepada saya hingga sampai detik ini membuat saya masih kuat berjuang untuk masa depan, dan tidak lupa segala pengorbanan baik itu berupa tenaga, pikiran, serta finansial dalam memenuhi kebutuhan saya. Terima kasih sudah menjadi alasan saya untuk hidup lebih lama di dunia ini. Selain itu, adik penulis yang sudah menjadi penyemangat penulis juga menjadi alasan utama bagi penulis untuk tetap bersemangat dalam menempuh gelar sarjana.
9. Untuk seluruh teman teman di UKM Futsal Universitas Bina Darma, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam. Kalian bukan hanya sekadar teman satu organisasi, tetapi telah menjadi seperti keluarga kedua yang

selalu memberikan warna dalam perjalanan perkuliahan ini. Kebersamaan yang terjalin mulai dari tawa di sela-sela latihan, kekompakan saat bertanding, hingga dukungan di luar lapangan telah menjadi sumber semangat yang luar biasa, terutama di tengah kesibukan akademik yang padat. Setiap momen, baik suka maupun duka, telah membentuk ikatan persaudaraan yang sulit dilupakan. Semua kenangan itu akan penulis simpan sebagai bagian berharga dalam perjalanan hidup, yang akan selalu dikenang dengan penuh rasa Syukur

10. Teman seperjuangan di Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2021, yang selama ini melewati suka dan duka selama kuliah demi menata masa depan dan kepada semua pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih. Semoga laporan ini berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca. Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Penulis



(ABDUL RAHMAN)

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KARYA AKHIR.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
MOTTO.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xivv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kerangka Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kerangka Teoritis	13
2.3. Kerangka Konseptual	17
2.4. Kerangka Berpikir	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	36

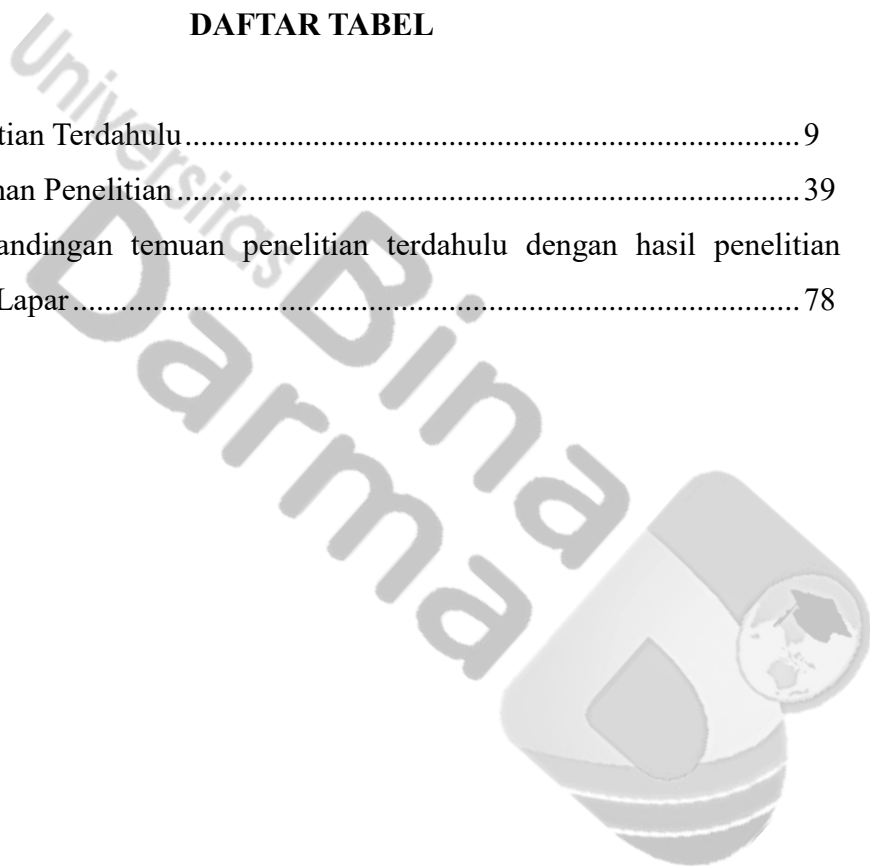
3.2. Objek dan Subjek Penelitian	36
3.3. Dimensi Penelitian	37
3.4. Metode Pengumpulan Data	38
3.5. Metode Analisis Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian.....	42
4.2. Pembahasan.....	52
4.3. Kesesuaian Strategi UMKM Rumah Lapar dengan Teori Customer Engagement (Brodie et al, 2011) menurut Dimensi Kognitif, Dimensi Emosional, dan Dimensi Perilaku	73
4.4. Perbandingan Temuan dengan Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	75
4.5. Keterkaitan Hasil Penelitian terhadap Praktik Pemasaran UMKM Kuliner di Era Digital	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 UMKM Rumah Lapar Pada Tahun 2017	42
Gambar 4.2 Lokasi UMKM Rumah Lapar	45
Gambar 4.3 Media Sosial TikTok UMKM Rumah Lapar.....	46
Gambar 4.4 Media Sosial Instagram UMKM Rumah Lapar	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1. Informan Penelitian.....	39
Tabel 4.1. Perbandingan temuan penelitian terdahulu dengan hasil penelitian UMKM Rumah Lapar.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi
- Lampiran 3 LOA Artikel
- Lampiran 4 Surat Keterangan Pembimbing
- Lampiran 5 Konsultasi Proposal
- Lampiran 6 Konsultasi Seminar
- Lampiran 7 Permohonan Judul
- Lampiran 8 Pergantian Judul
- Lampiran 9 Surat Keterangan Lulus Sempro
- Lampiran 10 Surat Keterangan Lulus Semhas
- Lampiran 11 Lembar Perbaikan Sempro
- Lampiran 12 Perbaikan Semhas
- Lampiran 13 Turnitin
- Lampiran 14 Formulir Kelayakan Jilid Skripsi