

**OPTIMALISASI PENGELOLAAN KONTEN SOSIAL MEDIA
PADA UMKM SEBLAK ASOY KROYA MELALUI
PENERAPAN KONTEN *PLANNING SPREADSHEET***

JALUR NON REGULER – ENTREPRENEUR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi S1 Sistem Informasi



disusun oleh

RIVALDO FAJAR RAMADHAN

18.12.0878

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2025

**OPTIMALISASI PENGELOLAAN KONTEN SOSIAL MEDIA
PADA UMKM SEBLAK ASOY KROYA MELALUI
PENERAPAN KONTEN *PLANNING SPREADSHEET*
JALUR NON REGULER – ENTREPRENEUR**

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi S1 Sistem Informasi



disusun oleh
RIVALDO FAJAR RAMADHAN
18.12.0878

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

JALUR NON REGULER – ENTREPRENEUR

**OPTIMALISASI PENGELOLAAN KONTEN SOSIAL MEDIA
PADA UMKM SEBLAK ASOY KROYA MELALUI
PENERAPAN KONTEN *PLANNING SPREADSHEET***

yang disusun dan diajukan oleh

Rivaldo Fajar Ramadhan

18.12.0878

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
pada tanggal 7 Juli 2025

Dosen Pembimbing,



Ika Asti Astuti, M.Kom
NIK. 190302391

HALAMAN PENGESAHAN

JALUR NON REGULER – ENTREPRENEUR

**OPTIMALISASI PENGELOLAAN KONTEN SOSIAL MEDIA
PADA UMKM SEBLAK ASOY KROYA MELALUI
PENERAPAN KONTEN *PLANNING SPREADSHEET***

yang disusun dan diajukan oleh

Rivaldo Fajar Ramadhan

18.12.0878

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 28 Juli 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Acihmah Sidauruk, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302238

Irma Rofni Wulandari, S.Pd., M.Eng.
NIK. 190302329

Yoga Pristyanto, S.Kom., M.Eng.
NIK. 190302412

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 28 Juli 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Prof. Dr. Kusrini, M.Kom
NIK. 190302106

HALAMAN PERNYATAAN KONTRIBUSI KARYA

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Rivaldo Fajar R
NIM : 18.12.0878

Menyatakan bahwa karya dengan judul berikut:

OPTIMALISASI PENGELOLAAN KONTEN SOSIAL MEDIA PADA UMKM SEBLAK ASOY KROYA MELALUI PENERAPAN KONTEN *PLANNING SPREADSHEET*

Dosen Pembimbing : Ika Asti Astuti, M.Kom

1. Karya adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya merupakan gagasan penelitian yang orisinal dan **SAYA** memiliki **KONTRIBUSI** terhadap karya tersebut.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka atau Referensi pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab **SAYA**, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini **SAYA** buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 7 Juli 2025

Yang Menyatakan,



Rivaldo Fajar Ramadhan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat, hidayah dan kesempatan untuk dapat menimba ilmu, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini. Dalam menyusun laporan ini penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh berbagai pihak. Pada laporan ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tua, Bapak Karsono dan Ibu Andaryani yang mendoakan, memberi dukungan, memberi semangat, memberi fasilitas serta memberikan hasil kerja kerasnya kepada saya untuk menimba ilmu.
2. Kepada Ibu Ika Asti Astuti, M.Kom, selaku dosen pembimbing saya yang telah mengarahkan dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Saya sangat berterimakasih atas bimbingannya selama ini yang telah memberikan masukan, kritik dan saran yang membangun agar menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya.
3. Kepada istri saya, Eta Salsabila Romadhoni yang telah memberikan motivasi, dukungan dan support dalam segala bentuk.
4. Dan semua pihak yang mendukung saya secara langsung ataupun tidak langsung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan lancar. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.

Selain itu penulis dengan segala kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah berjasa memberikan dukungan dan bantuan untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Ibu Prof. Dr. Kusriani, M.Kom. selaku Dekan Program Fakultas Ilmu Komputer
3. Bapak Anggit Dwi Hartanto, M.Kom. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi
4. Ibu Ika Asti Astuti, M.Kom selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, saran, dan motivasi terhadap penulis
5. Kedua orang tua, Istri, keluarga besar, dan teman-teman tercinta yang memberikan semangat dan doa kepada penulis.
6. Dan lain-lain yang ingin disebutkan

Yogyakarta, 7 Juli 2025

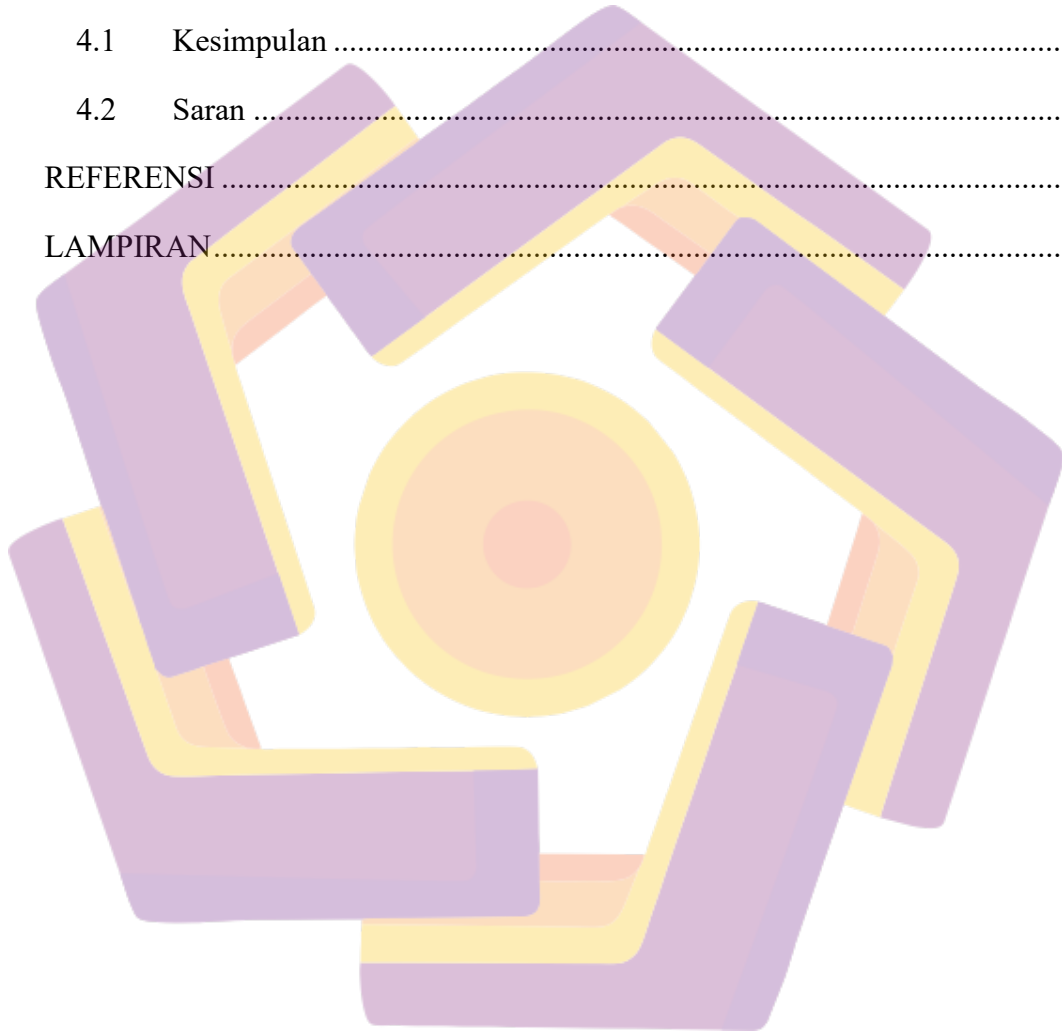
Rivaldo Fajar Ramadhan

DAFTAR ISI

Daftar Isi

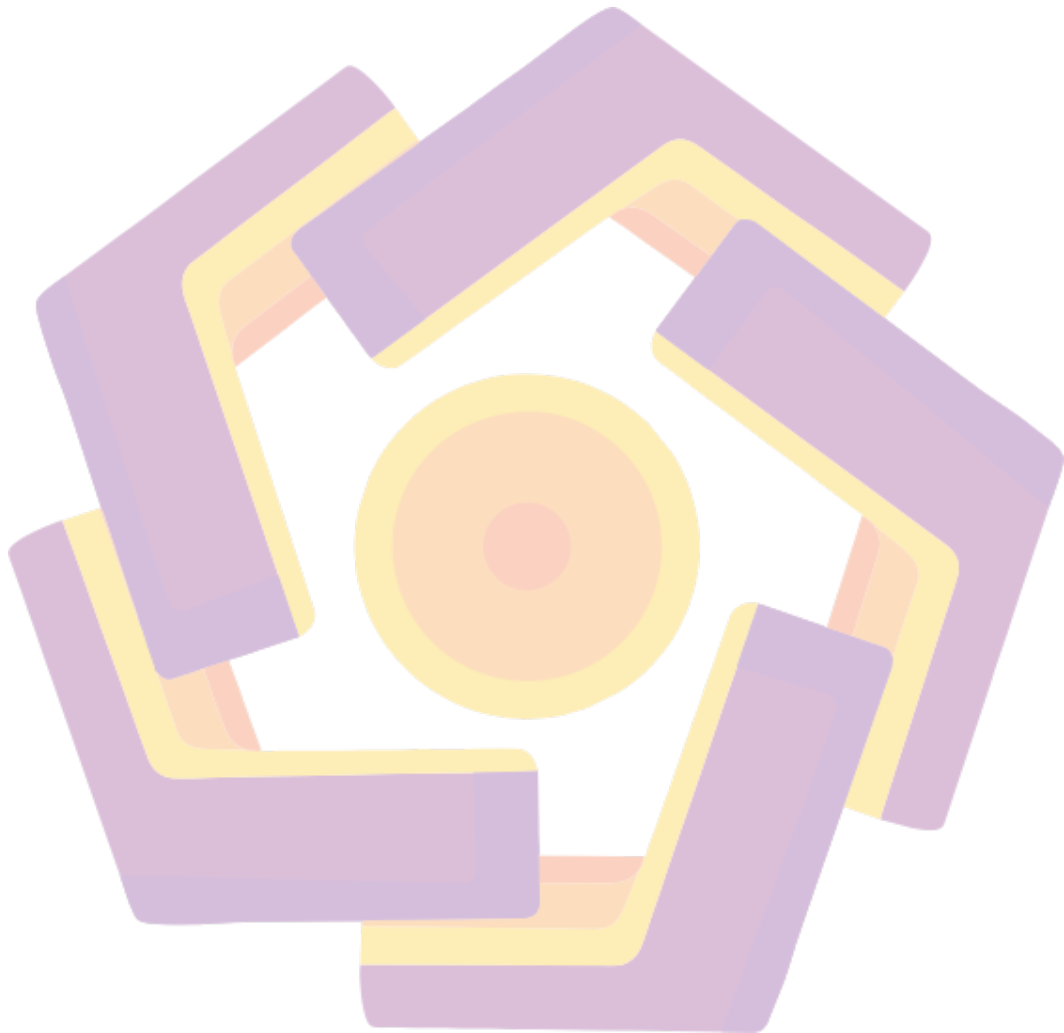
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KONTRIBUSI KARYA.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR ISTILAH	xii
INTISARI	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Profil	2
BAB II LANDASAN TEORI DAN ANALISIS	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.2 Analisis	6
2.3 Alur Pengembangan Produk	8
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	10

3.1	Perancangan Konten Planning Spreadsheet.....	10
3.2	Pembuatan Konten	13
3.3	Penjadwalan dan Publikasi	14
3.4	Monitoring Performa Konten.....	15
3.5	Hasil dan Evaluasi	18
BAB IV PENUTUP		22
4.1	Kesimpulan	22
4.2	Saran	23
REFERENSI		24
LAMPIRAN.....		25



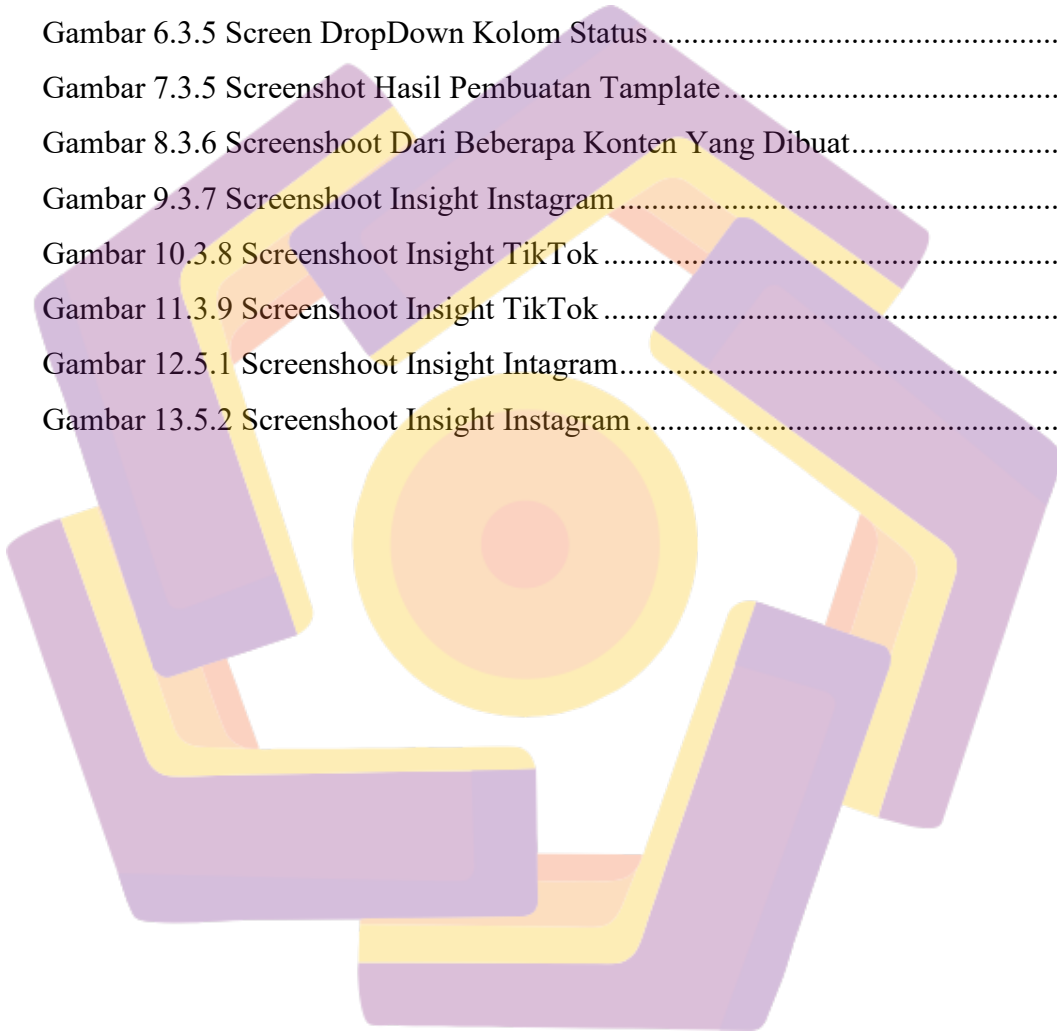
DAFTAR TABEL

Tabel 1.5.1 Profil Seblak Asoy Kroya	3
Tabel 2.2.1 Analisis SWOT	7

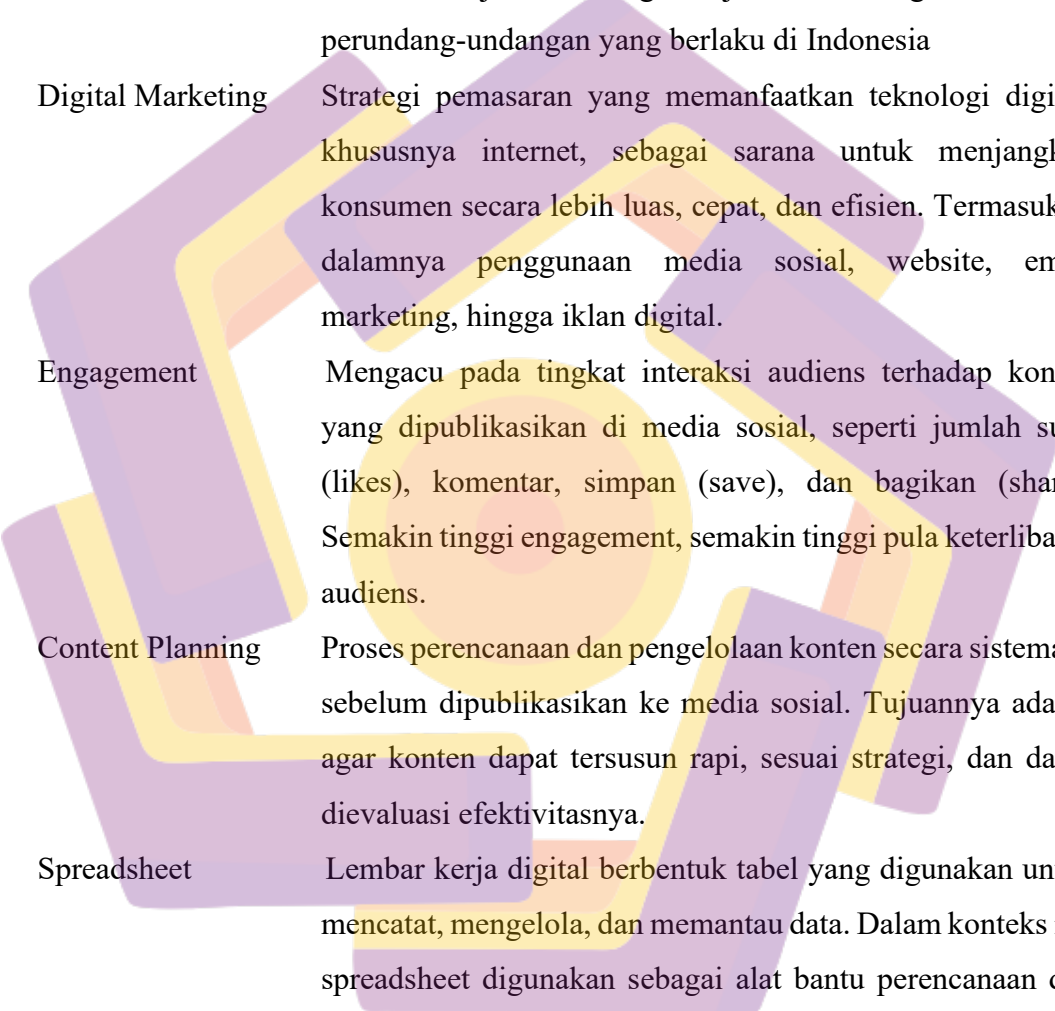


DAFTAR GAMBAR

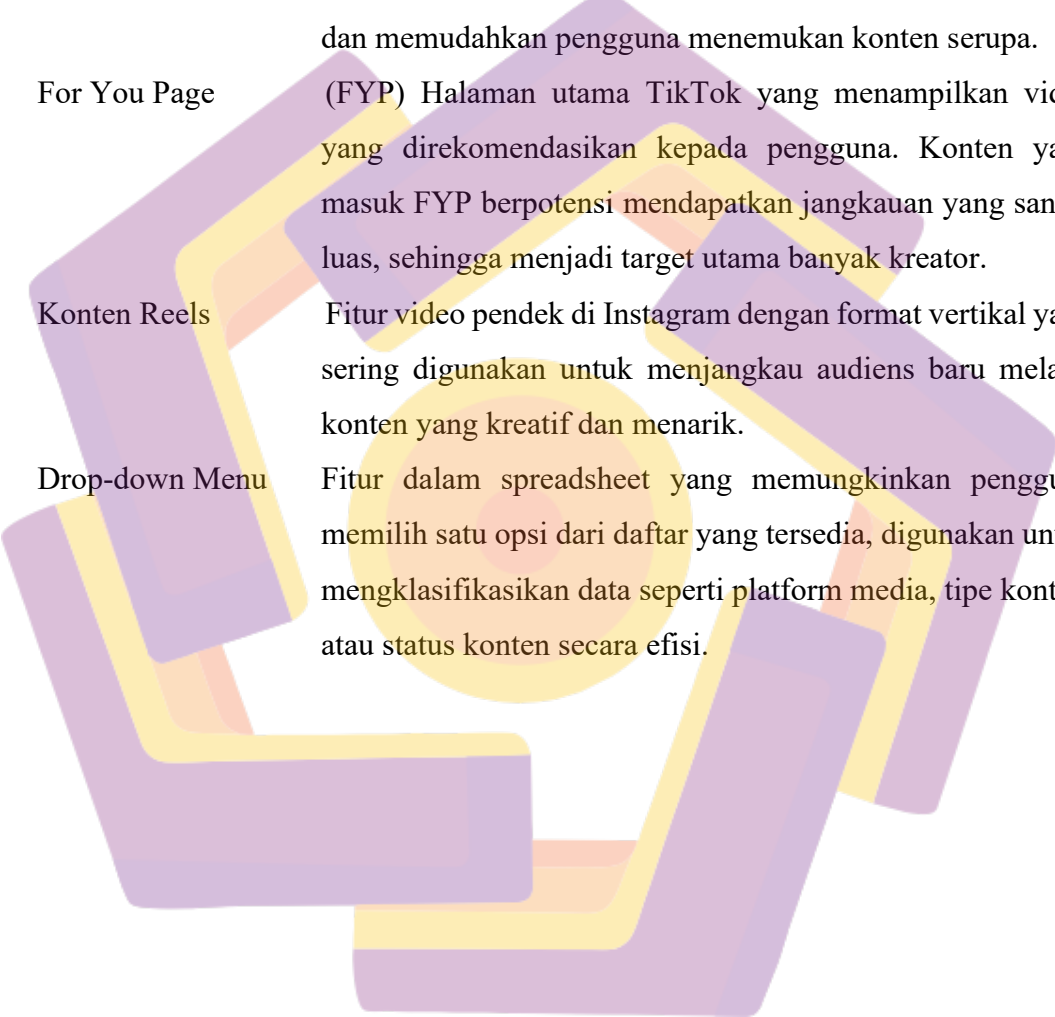
Gambar 1.1 Foto Produk.....	4
Gambar 2.2 Alur Pengembangan Produk	8
Gambar 3.3.1 Screenshot Dropdown Kolom Platform	10
Gambar 4.3.2 Screenshot Dropdown Kolom Tipe Konten.....	11
Gambar 5.3.3 Screenshot Pilihan Dropdown Kolom Tema/Model	11
Gambar 6.3.5 Screen DropDown Kolom Status	12
Gambar 7.3.5 Screenshot Hasil Pembuatan Tamplate.....	12
Gambar 8.3.6 Screenshot Dari Beberapa Konten Yang Dibuat.....	14
Gambar 9.3.7 Screenshot Insight Instagram	17
Gambar 10.3.8 Screenshot Insight TikTok	17
Gambar 11.3.9 Screenshot Insight TikTok	18
Gambar 12.5.1 Screenshot Insight Intagram.....	19
Gambar 13.5.2 Screenshot Insight Instagram	19



DAFTAR ISTILAH



UMKM	(Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Merupakan bentuk usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha, yang dikategorikan berdasarkan jumlah aset, omzet, dan jumlah tenaga kerja, sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia
Digital Marketing	Strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital, khususnya internet, sebagai sarana untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien. Termasuk di dalamnya penggunaan media sosial, website, email marketing, hingga iklan digital.
Engagement	Mengacu pada tingkat interaksi audiens terhadap konten yang dipublikasikan di media sosial, seperti jumlah suka (likes), komentar, simpan (save), dan bagikan (share). Semakin tinggi engagement, semakin tinggi pula keterlibatan audiens.
Content Planning	Proses perencanaan dan pengelolaan konten secara sistematis sebelum dipublikasikan ke media sosial. Tujuannya adalah agar konten dapat tersusun rapi, sesuai strategi, dan dapat dievaluasi efektivitasnya.
Spreadsheet	Lembar kerja digital berbentuk tabel yang digunakan untuk mencatat, mengelola, dan memantau data. Dalam konteks ini, spreadsheet digunakan sebagai alat bantu perencanaan dan monitoring konten media sosial.
Instagram Insight	Fitur analitik dari Instagram Business yang memberikan informasi statistik tentang performa akun dan konten, seperti jangkauan (reach), interaksi (engagement), dan pertumbuhan pengikut.



TikTok Analytics	Fitur analitik dari TikTok yang menyediakan data performa video dan akun, termasuk jumlah views, interaksi, pertumbuhan pengikut, serta asal trafik penonton.
Hashtag	Simbol pagar (#) yang digunakan untuk menandai dan mengelompokkan topik atau tema konten tertentu di media sosial. Hashtag membantu memperluas jangkauan konten dan memudahkan pengguna menemukan konten serupa.
For You Page	(FYP) Halaman utama TikTok yang menampilkan video yang direkomendasikan kepada pengguna. Konten yang masuk FYP berpotensi mendapatkan jangkauan yang sangat luas, sehingga menjadi target utama banyak kreator.
Konten Reels	Fitur video pendek di Instagram dengan format vertikal yang sering digunakan untuk menjangkau audiens baru melalui konten yang kreatif dan menarik.
Drop-down Menu	Fitur dalam spreadsheet yang memungkinkan pengguna memilih satu opsi dari daftar yang tersedia, digunakan untuk mengklasifikasikan data seperti platform media, tipe konten, atau status konten secara efisien.

INTISARI

Manajemen konten media sosial yang efektif telah menjadi faktor krusial dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk Seblak Asoy, sebuah bisnis kuliner lokal yang berlokasi di Kroya. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan strategi manajemen konten melalui implementasi Lembar Perencanaan Konten (Content Planning Spreadsheet) sebagai alat pendukung untuk penjadwalan dan pengorganisasian konten.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, meliputi observasi, wawancara, dan implementasi langsung dari sistem perencanaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Lembar Perencanaan Konten secara signifikan meningkatkan konsistensi unggahan, memperjelas segmentasi audiens target, dan memfasilitasi evaluasi performa konten. Dengan mengadopsi pendekatan perencanaan yang lebih terstruktur, Seblak Asoy mampu memperkuat identitas mereknya dan menjangkau calon pelanggan secara lebih efektif di platform digital.

Penelitian ini menyarankan bahwa implementasi sistem perencanaan konten dapat menjadi strategi yang praktis dan berdampak bagi UMKM lain yang ingin mengembangkan kehadiran mereka di pasar digital melalui media sosial.

Kata Kunci: UMKM, Media Sosial, Konten Digital, Perencanaan Konten, Spreadsheet

ABSTRACT

Effective social media content management has become a crucial factor in enhancing the visibility and competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), including Seblak Asoy, a local culinary business located in Kroya. This study aims to optimize content management strategies through the implementation of a Content Planning Spreadsheet as a supporting tool for content scheduling and organization.

The research employed qualitative methods, including observation, interviews, and direct implementation of the planning system. The findings indicate that the use of a Content Planning Spreadsheet significantly improved the consistency of posts, clarified target audience segmentation, and facilitated the evaluation of content performance. By adopting a more structured planning approach, Seblak Asoy was able to strengthen its brand identity and reach potential customers more effectively on digital platforms.

This research suggests that implementing a content planning system can be a practical and impactful strategy for other MSMEs aiming to grow their presence in the digital market through social media.

Keywords : MSME, Social Media, Digital Content, Content Planning, Spreadsheet