



**OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA UMKM BAKMIE ASTA
PERSPEKTIF *LEADER***

PROJECT MEDIA SOCIAL MANAGEMENT

TUGAS AKHIR SKRIPSI

MUHAMMAD ARSYAD

43122010062

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026



**OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA UMKM BAKMIE ASTA
PERSPEKTIF *LEADER***

PROJECT MEDIA SOCIAL MANAGEMENT

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MUHAMMAD ARSYAD
43122010062
MERCU BUANA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Arsyad
Nim : 43122010062
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Jakarta, 9 Juni 2026



Muhammad Arsyad
NIM 43122010062

	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 ARSYAD
NIM : 43122010062
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA UMKM BAKMIE ASTA PERSPEKTIF LEADER PROJECT MEDIA SOCIAL MANA
Hasil Pengecekan Turnitin : 13%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **13%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

Jakarta, 29 June 2026
 Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Juni/29/0000001071/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRISPI

Tugas Akhir Diajukan oleh

Nama : Muhammad Arsyad
Nim : 43122010062
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Skripsi :Optimalisasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada UMKM Bakmie Asta Perspektif Leader

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 09 Juni 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh:

Pembimbing



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si.,Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-06266413



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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul **“Optimalisasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Umkm Bakmie Asta Perspektif Leader”** Laporan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan bapak Dudi Permana, M.M., Ph.D, serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Phd selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Diky Firdaus, S.Kom, MM, selaku dosen metodologi penelitian yang telah memberikan saran, waktu, arahan, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang telah sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen.
6. Teristimewa, Ayah dan Ibunda tercinta, serta adik-adiku atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh do'a yang tidak ada hentinya ditujukan kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2022, atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini
8. Tim Project saya, Allya Putri Ramadhani dan Khoerudin yang telah menemani saya dalam penelitian ini.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 09 Juni 2026



Muhammad Arsyad

43122010062



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Muhammad Arsyad
NIM	: 43122010062
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Optimalisasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada UMKM Bakmie Asta Perspektif Leader

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Arsyad

ABSTRAK

Nama :Muhammad Arsyad
NIM :43122010062
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir :Optimalisasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada UMKM Bakmie Asta Perspektif Leader
Pembimbing : Dudi Permana, Ph.D

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan media sosial dalam meningkatkan brand awareness UMKM Bakmie Asta melalui pendekatan yang sistematis dan terukur. Penelitian menggunakan metode campuran (mixed method) dengan pendekatan implementatif berbasis System Development Life Cycle (SDLC) model Waterfall yang mencakup tahapan perencanaan, analisis, desain, implementasi, dan evaluasi. Pengukuran kinerja dilakukan menggunakan Key Performance Indicator (KPI) untuk mengevaluasi produksi konten, konsistensi unggahan, serta tingkat engagement pada platform Instagram, TikTok, dan Facebook selama periode delapan bulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan sistem kerja berbasis SDLC mampu menciptakan proses pengelolaan media sosial yang lebih terstruktur, terdokumentasi, dan mudah dievaluasi. Berdasarkan hasil pengukuran KPI pada Triwulan I hingga Triwulan III, capaian kinerja tim berada pada kategori baik dengan rata-rata realisasi di atas 80%. Selain itu, penggunaan postingan berbayar (ads) terbukti efektif meningkatkan jumlah views secara signifikan dalam jangka pendek. Namun, setelah periode iklan berakhir, performa unggahan cenderung mengalami penurunan. Sebaliknya, strategi konten organik menunjukkan pertumbuhan views yang lebih stabil dan berkelanjutan apabila dilakukan secara konsisten, didukung desain yang menarik, mengikuti tren digital, serta memperhatikan kualitas visual konten. Secara keseluruhan, kombinasi penerapan manajemen proyek berbasis SDLC, pengukuran kinerja melalui KPI, dan strategi konten organik yang konsisten terbukti mampu mendukung peningkatan brand awareness UMKM Bakmie Asta. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengelolaan media sosial UMKM serta kontribusi teoritis dalam pengembangan strategi digital marketing berbasis sistem.

Kata Kunci: Optimalisasi Media Sosial, *Brand Awareness* , UMKM, *SDLC*, *KPI*,
Digital Marketing.

ABSTRACT

Name : Muhammad Arsyad
Student ID : 43122010062
Study Program : Economics and Business/Bachelor of Science in Management
Thesis Title : Optimizing Social Media to Boost Brand Awareness for Bakmie Asta, a Small and Medium-Sized Enterprise: A Leader's Perspective
Supervisor : Dudi Permana, Ph.D

This study aims to optimize social media management in enhancing the brand awareness of Bakmie Asta MSME through a systematic and measurable approach. The research employed a mixed-method approach with an implementation-based framework using the System Development Life Cycle (SDLC) Waterfall model, which consists of the planning, analysis, design, implementation, and evaluation stages. Performance measurement was conducted using Key Performance Indicators (KPIs) to evaluate content production, posting consistency, and engagement levels across Instagram, TikTok, and Facebook over an eight-month period. The results indicate that the implementation of an SDLC-based workflow successfully established a more structured, well-documented, and measurable social media management process. Based on KPI evaluations from the first to the third quarter, team performance achieved a good category with an average realization rate exceeding 80%. Furthermore, the use of paid advertising (ads) proved effective in significantly increasing the number of views in the short term. However, content performance tended to decline after the advertising period ended. In contrast, organic content strategies demonstrated more stable and sustainable growth in views when implemented consistently, supported by attractive designs, alignment with digital trends, and high-quality visual content. Overall, the combination of SDLC-based project management, KPI-driven performance measurement, and consistent organic content strategies was proven effective in supporting the improvement of Bakmie Asta's brand awareness. This study provides practical contributions to social media management for MSMEs and theoretical contributions to the development of system-based digital marketing strategies.

Keywords: Social Media Optimisation, Brand Awareness, SMEs, SDLC, KPIs, Digital Marketing.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRISPI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Bagi Mahasiswa.....	14
1.4.2 Bagi Perguruan Tinggi.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Proyek-proyek Terkait.....	16
2.2 Platform Yang Digunakan.....	22
2.2.1 Elemen-elemen Pendukung	34
2.2.2 Teori dan Pengertian.....	46
BAB III METODOLOGI Pengerjaan Proyek.....	84
3.1 Tempat dan Objek Penelitian	84
3.2 Pembagian Kerja Tim.....	88
3.3 Time Schedule	98

3.4 Target Luaran	105
3.5 Customer journey	108
3.5.1 Brand UMKM : Bakmie Asta.....	109
3.5.2 Jenis dan Karakter Media sosial	110
3.5.3 Segmenting, Targeting, Positioning(STP).....	113
3.5.4 Competitor Analysis	115
3.5.5 AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	129
3.5.6 Strenght, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT).....	135
3.6 Penentuan Media Sosial Platform dan <i>Tools</i>	138
3.6.1 Media Social Patform	139
3.6.2 Tools	141
3.7 Rancangan Desain Tampilan.....	150
3.7.1 Logo.....	151
3.7.2 Mockup Desain.....	152
3.8 Rencana Organisasi Tim	155
BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL	163
4.1 Leader atau Manajer Media Sosial	163
4.1.1 Membuat Perencanaan Strategis, Mengkoordinasi, dan Memberikan Arahan kepada Tim.	164
4.1.2 Social Media Analytic and Metrics	171
4.1.3 Penyusunan Time Schedule	182
4.1.4 Proses Negosiasi Dengan Mitra	187
4.1.5 Pengawasan dan Manajemen Keterlibatan	193
4.1.6 Menjaga Hubungan Antara Tim dan Manajemen	196
4.1.7 Analisis Kerja dan Pelaporan Sebagai Leader	199
4.1.8 Hasil Kerja Tim	216
BAB V PENUTUP	221
5.1 Kesimpulan.....	221
5.2 Saran.....	222
5.2.1 Saran Praktisi	222

5.2.2 Saran Teoritis.....	224
DAFTAR PUSTAKA.....	226
LAMPIRAN.....	233



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pertumbuhan UMKM	2
Tabel 1. 2 Permasalahan Umum UMKM	3
Tabel 1. 3 Media Sosial Bakmie Asta Sebelum Pengerjaan	11
Tabel 1. 4 Data Transaksi Bakmie Asta April 2025.....	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2. 2 Platform yang Digunakan	23
Tabel 2. 3 Tools yang digunakan	34
Tabel 3. 1 Jobdesc Tim	89
Tabel 3. 2 Time Schedule Team	98
Tabel 3. 3 Akun Media Sosial UMKM bakmi yang berhasil	115
Tabel 3. 4 Ringkasan Analisis Media Sosial	121
Tabel 3. 5 Kinerja Leader	159
Tabel 4. 1 Jobdesc Anggota Tim	167
Tabel 4. 2 Jobdesc dan Target Setiap Anggota	168
Tabel 4. 3 Social Media Metric	172
Tabel 4. 4 Data Engagement Instagram.....	173
Tabel 4. 5 Data Engagment TikTok	174
Tabel 4. 6 Data Engagement Facebook	175
Tabel 4. 7 Identifikasi Pesaing	176
Tabel 4. 8 Time Schedule Tim Selama 8 Bulan	183
Tabel 4. 9 Tahapan Planning dan Analysis Tim	184
Tabel 4. 10 Tahapan Design Tim	185
Tabel 4. 11 Tahapan Implementasi	185
Tabel 4. 12 Tahapan Maintenance Tim	186
Tabel 4. 13 KPI TIM.....	193
Tabel 4. 14 Pengawasan Media Sosial Bakmie Asta	195
Tabel 4. 15 Aktivitas tim dalam setiap bulannya	196
Tabel 4. 16 KPI Leader Triwulan I	200
Tabel 4. 17 KPI Leader Triwulan II.....	202
Tabel 4. 18 KPI Leader Triwulan III	204
Tabel 4. 19 KPI Anggota Triwulan 1	206
Tabel 4. 20 KPI Anggota Triwulan II	209
Tabel 4. 21 KPI Anggota Triwulan III.....	212
Tabel 4. 22 Hasil Project Social Media Management Selama 8 Bulan	216
Tabel 4. 23 Hasil Kerja Tim Selama 8 Bulan	217

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia	7
Gambar 2. 1 System Development Life Cycle	61
Gambar 2. 2 Tampilan Feeds Instagram Bakmie Asta	64
Gambar 3. 1 Tempat Penelitian (Bakmie Asta)	84
Gambar 3. 2 Konten Edukatif	131
Gambar 3. 3 Testimoni Konsumen Instagram (UGC)	131
Gambar 3. 4 Testimoni Konsumen TikTok.....	132
Gambar 3. 5 Pelanggan membeli produk dan berfoto ditempat	133
Gambar 3. 6 Pelanggan membeli produk	133
Gambar 3. 7 Postingan promosi pangsit goreng	134
Gambar 3. 8 Postingan promosi Bakmie Asta.....	135
Gambar 3. 9 Logo Bakmie Asta	151
Gambar 3. 10 Mockup Desain	152
Gambar 4. 1 Diskusi dengan kelompok	166
Gambar 4. 2 Menu Special Of The Month Bakmie Asta	178
Gambar 4. 3 Kontent Bakmie Asta	179
Gambar 4. 4 Kerja sama dengan Influencer	180
Gambar 4. 5 Konten Produk Bakmie Asta	181
Gambar 4. 6 Konten Promosi Bundling Bakmie Asta.....	182
Gambar 4. 7 Pertemuan Awal Dengan Mitra	188
Gambar 4. 8 Surat Kerja Sama Dengan Mitra	190
Gambar 4. 9 Surat Permohonan Izin Penggunaan Produk	191
Gambar 4. 10 Diskusi Dengan Mitra	192
Gambar 4. 11 Penyerahan Hasil Penilaian	215

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pernyataan Kerja Sama	233
Lampiran 2 Time Schedule 8 Bulan	234
Lampiran 3 Content Pillar	234
Lampiran 4 Content Planning	235
Lampiran 5 Content Callender	235
Lampiran 6 Progress Team Selama 8 Bulan	236
Lampiran 7 Key Performance Idicator Team	237
Lampiran 8 Matriks	238

