TRANSFORMASI DIGITAL USAHA LAUNDRY: STRATEGI BRANDING DAN ENGAGEMENT MELALUI TIKTOK, INSTAGRAM, DAN WHATSAPP BISNIS (STUDI KASUS UMKM LAUNDRY WANGI JL. H JUHRI) MENURUT PERSPEKTIF COMMUNITY ENGAGEMENT

TUGAS AKHIR

AFLIKATIF

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Muhammad Ilyas Akbar Dawanis

43122010272

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

TRANSFORMASI DIGITAL USAHA LAUNDRY: STRATEGI BRANDING DAN ENGAGEMENT MELALUI TIKTOK, INSTAGRAM, DAN WHATSAPP BISNIS (STUDI KASUS UMKM LAUNDRY WANGI JL. H JUHRI) MENURUT PERSPEKTIF COMMUNITY ENGAGEMENT

TUGAS AKHIR

AFLIKATIF

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Muhammad Ilyas Akbar Dawanis

43122010272

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul : **TRANSFORMASI DIGITAL USAHA LAUNDRY: STRATEGI BRANDING DAN ENGAGEMENT MELALUI TIKTOK, INSTAGRAM, DAN WHATSAPP BISNIS (STUDI KASUS UMKM LAUNDRY WANGI JL. H JUHRI) MENURUT PERSPEKTIF COMMUNITY ENGAGEMENT**

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Muhammad Ilyas Akbar Dawanis

NIM : 43122010272

Program Studi : Sarjana Manajemen

Tanggal : 27 Oktober 2026

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan surat Keputusan Program Studi Sarjana Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yg disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Oktober 2026



Muhammad Ilyas Akbar Dawanis

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	**1-1-3.4.11.00**	**Distribusi**					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: MUHAMMAD ILYAS AKBAR DAWANIS
NIM	: 43122010272
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: TRANSFORMASI DIGITAL USAHA LAUNDRY: STRATEGI BRANDING DAN ENGAGEMENT MELALUI TIKTOK, INSTAGRAM, DAN WHATSAPP BISNIS (STUDI KASUS UMKM LAUNDRY WANGI JL. H JUHRI) MENURUT PERSPEKTIF COMMUNITY ENGAGEMENT
Hasil Pengecekan Turnitin	: 7%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **7%** 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.

Jakarta, 07 November 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/November/07/0000001778/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Muhammad Ilyas Akbar Dawanis
NIM	:	43122010272
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	TRANSFORMASI DIGITAL USAHA LAUNDRY: STRATEGI BRANDING DAN ENGAGEMENT MELALUI TIKTOK, INSTAGRAM, DAN WHATSAPP BISNIS (STUDI KASUS UMKM LAUNDRY WANGI JL. H JUHRI) MENURUT PERSPEKTIF COMMUNITY ENGAGEMENT

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 07 April 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

Diky Firdaus, S.Kom., M.M
NIDN/NUPTK: 0411017402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-04266353

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Kami bersyukur kepada Allah SWT karena berkat dan izin-Nya, kami, sebagai tim penyusun, berhasil menyelesaikan proposal terkait Tugas Akhir Proyek Media sosial sebagai alternatif skripsi bagi mahasiswa. Tujuan dari proposal ini adalah agar seluruh anggota komunitas akademik Prodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis memahami dasar pemikiran dan proses pelaksanaan alternatif Proyek Tugas Akhir mahasiswa hingga sidang. Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Biro Sarana Prasarana dan Biro Operasional Pembelajaran yang telah membantu kami dengan menyediakan ruangan dan meminjamkan kunci untuk kegiatan penyusunan.

Penyusunan skripsi ini selalu terikat dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karna itu dengan segenap hati penulis ingin mengucapkan dalam bentuk terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah di berikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Diky Firdaus, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelasikan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. 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.

lib.mercubuana.ac.id

3. Dudi Permana, MM, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Kepada kedua Orang Tua kami tercinta dengan kasih sayang dan dukungan tiada akhir dalam meberikan do'a dan motivasi selama ini.
5. Terima kasih kepada orang yang telah mensuport saya yaitu , Khairunnisa Siska Nabila ,Diky Firdaus, S.Kom, MM selaku dosen pembimbing dan yang telah berkontribusi dalam pengerjaan proyek sosial media manajemen.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.

Penulis menyadari bahwa Proposal Proyek Media Sosial ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga Proposal Proyek Media Sosial ini bermanfaat dan dapat mengubah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Juni 2025

Tim Penyusun

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	: Muhammad Ilyas Akbar Dawanis
NIM	43122010272
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir	:**TRANSFORMASI DIGITAL USAHA LAUNDRY: STRATEGI BRANDING DAN ENGAGEMENT MELALUI TIKTOK, INSTAGRAM, DAN WHATSAPP BISNIS (STUDI KASUS UMKM LAUNDRY WANGI JL. H JUHRI) MENURUT PERSPEKTIF COMMUNITY ENGAGEMENT**

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 diatas 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, 27 Oktober 2026

Yang menyatakan,



(Muhammad Ilyas Akbar Dawanis)

lib.mercubuana.ac.id

TRANSFORMASI DIGITAL USAHA LAUNDRY: STRATEGI BRANDING DAN ENGAGEMENT MELALUI TIKTOK, INSTAGRAM, DAN WHATSAPP BISNIS (STUDI KASUS UMKM LAUNDRY WANGI JL. H JUHRI) MENURUT PERSPEKTIF COMMUNITY ENGAGEMENT

Muhammad Ilyas Akbar Dawanis

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menilai pelaksanaan strategi media sosial di Wangi Laundry, sebuah UMKM, serta dampaknya terhadap performa bisnis. Saluran yang digunakan meliputi TikTok, Instagram, dan WhatsApp Business. Metode yang diterapkan Adalah pendekatan deskriptif dengan kombinasi kualitatif dan kuantitatif melalui teknik observasi, pengumpulan dokumen, dan analisis konten di media sosial. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa promosi merupakan tipe konten yang paling berhasil, dengan jumlah 14. 000 penonton dan 836 suka, sementara konten yang bersifat hiburan memiliki interaksi paling rendah. Pendekatan branding dan keterlibatan komunitas terbukti memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan pengikut dan minat audiens. Penggunaan media sosial juga memiliki efek baik pada perilaku konsumen, yang terlihat dari meningkatnya kesadaran merek serta peningkatan pendapatan dari Rp25. 000. 000 pada bulan April menjadi Rp26. 000. 000 pada bulan September. Namun, kurangnya pemahaman mitra dalam pengelolaan media sosial masih menjadi hambatan, sehingga diperlukan peningkatan penggunaan fitur analitik, kolaborasi dengan influencer, serta perencanaan konten yang berkelanjutan agar pengelolaan media sosial UMKM dapat berlangsung dengan efektif.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

TRANSFORMASI DIGITAL USAHA LAUNDRY: STRATEGI BRANDING DAN ENGAGEMENT MELALUI TIKTOK, INSTAGRAM, DAN WHATSAPP BISNIS (STUDI KASUS UMKM LAUNDRY WANGI JL. H JUHRI) MENURUT PERSPEKTIF COMMUNITY ENGAGEMENT

Muhammad Ilyas Akbar Dawanis

ABSTRACT

This study aims to evaluate the implementation of social media strategies at Wangi Laundry, a small-to-medium enterprise (SME), and their impact on business performance. The channels used include TikTok, Instagram, and WhatsApp Business. The research employed a descriptive approach combining qualitative and quantitative methods through observation, document collection, and social media content analysis. The findings of this study revealed that promotional content was the most successful, with 14. 000 views and 836 likes, while entertainment content had the lowest level of interaction. The branding approach and community engagement were found to contribute positively to follower growth and audience engagement. The use of social media also had a positive effect on consumer behaviour, as evidenced by increased brand awareness and increased revenue from Rp25, 000 to Rp26.000. 000 in April to Rp26. 000. 000 in September. However, a lack of understanding among partners regarding social media management is still an obstacle, so increased use of analytical features, collaboration with influencers and ongoing content planning are needed to ensure the effective management of social media for SMEs.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DIREPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan 6
1.4 Manfaat Penelitian 7
1.4.1 Bagi Mahasiswa: 7
1.4.2 Bagi Perguruan Tinggi : 8
BAB II LANDASAN TEORI **10**
2.1 Proyek-proyek Terkait 10
2.2 Platform Yang Digunakan 19
2.3 Elemen- Elemen Pendukung 22
2.4 Teori dan Pengertian 31
2.5 Konsep Proyek Media Sosial Manajemen 33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN PROYEK **45**
3.1 Tempat dan Objek Perusahaan 45
3.2 Pembagian Kerja Tim 48

lib.mercubuana.ac.id

3.3 Time Schedule 50
3.4 Target Luaran / Social Networking Cites 51
3.5 Costumer Journey 55
3.5.1 Brand UMKM: Wangi Laundry 55
3.5.2 Jenis dan Karatkter Media Sosial 56
3.5.3 Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) 58
3.5.4 Competitor Analysis 59
3.5.5 Stengths, Weakness, Opportunities, Threaets (SWOT) 62
3.5.6 AIDA *(Attention, Interest, Desire, Action)* 65
3.6 Penentuan Media Sosial Platform dan *Tools* 67
3.6.1 Media Sosial Platform 67
3.6.2 Tools 69
3.7 Rancangan Desain Tampilan 73
3.8 Rencana Organisasi Tim 74
BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA 77
4.1 *Community Engagement* 77
4.1.1 Interaksi Dengan Mitra 78
4.1.2 Interaksi Antar Audiens 80
4.1.3 Sosial Media Financial 89
4.1.4 Crisis Management In Social Media 98
4.1.5 Persetujuan Hasil Laporan Proyek Media Sosial 99
4.1.6 Online Reputation Management 104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 108
5.1 KESIMPULAN 108
5.2 SARAN 109
5.2.1 Saran Praktisi 109
5.2.2 Saran Teoritis 109
DAFTAR PUSTAKA 110
LAMPIRAN 112

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 10
Tabel 2. 2 Platform Yang Digunakan 19
Tabel 2. 3 Tools Yang Digunakan 22
Tabel 3. 1 Pembagian Kerja Tim 49
Tabel 4. 1 Laporan keuangan sebelum proyek..... 90
Tabel 4. 2 Laporan setelah proyek dilakukan 91
Tabel 4. 3 Laporan keuangan sebelum Ads dilakukan 92
Tabel 4. 4 Laporan keuangan setelah Ads dilakukan..... 93
Tabel 4. 5 Biaya produksi 97

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 System Development Life Cycle 35
Gambar 3. 1 Tempat Objek UMKM 45
Gambar 3. 2 Logo UMKM Wangi Laundry 47
Gambar 3. 3 KPI dan Timeline Community Engagement 50
Gambar 3. 4 Perhitungan Keuangan Mitra 53
Gambar 3. 5 Mockup ROI 54
Gambar 3. 6 Perhitungan ROI 54
Gambar 3. 7 Logo UMKM 65
Gambar 3. 8 Mockup Sosial Media 66
Gambar 3. 9 Logo UMKM 74
Gambar 4. 1 Interaksi dengan mitra 79
Gambar 4. 2 Interaksi Bersama UMKM dan para pekerja 89
Gambar 4. 3 kurva data kenaikan penjualan setelah Ads dilakukan 95
Gambar 4. 4 Surat perjanjian kerja sama 100
Gambar 4. 5 Gambar laporan keuangan sebelum proyek 101
Gambar 4. 6 Data keuangan setelah proyek dilakukan 102

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pernyataan Kesediaan Kerjasama dari Mitra Usaha dalam Pelaksanaan Program Proyek Media Sosial Manajemen 112
Lampiran 2 Time Schedule Pribadi 113
Lampiran 3 Gambar Mitra Wangi Laundry 113
Lampiran 4 Gambar Logo Mitra 114
Lampiran 5 Gambar Laporan Keuangan Sebelum Proyek 114
Lampiran 6 Gambar Laporan Keuangan Setelah Proyek 115
Lampiran 7 Gambar Biaya Tabel Produksi 116
Lampiran 8 Gambar ROI Wangi Laundry 117

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id