

STRATEGI MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA
USAHA BARU “DODOLAN SLEMAN” MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM

Laporan Tugas Akhir

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Ahli Madya Diploma 3

Program Studi Manajemen



Diajukan oleh

Lia Ayu Puspita

NIM : 2116046

Kepada

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**“Strategi Membangun *Brand Awareness* Pada Usaha Baru Dodolan Sleman
Melalui Media Sosial Instagram”**

Laporan Tugas Akhir
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Ahli Madya Diploma 3
Program Studi Manajemen

yang diajukan oleh

Lia Ayu Puspita

2116046

telah disetujui oleh

Dosen pembimbing



(Rasistia W. Primadineska, S.E., M.Sc.)

Tanggal : 25 Juni 2024.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas segala pertolongan, berkah, rahmat, dan kasih sayang-Nya penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Membangun *Brand Awareness* Pada Usaha Baru Dodolan Sleman Melalui Media Sosial Instagram” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai derajat Ahli Madya Diploma III Program Studi Manajemen.

Dalam kelancaran penyusunan Tugas Akhir ini, tentunya penulis tidak lepas dari bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Suratman dan Ibu Wartini yang selalu memberikan do’a tulus, dukungan, dan semangat dengan penuh keikhlasan yang tidak terhingga kepada penulis demi kelancaran penyusunan tugas akhir ini.
2. Ibu Rasistia W. Primadineska, S.E, M.Sc., selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, masukan, dan bimbingan untuk menyelesaikan tugas akhir.
3. Dr. Suparmono, M.Si., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
4. Ibu Fitri Kenari, selaku Supervisor yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk ikut serta berpartisipasi di Dodolan Sleman selama pelaksanaan magang.

5. Ibu Anarima Desianti Savitri, selaku Koordinator Divisi SDM, Program Tenant dan Humas yang telah memberikan arahan, bantuan dan bimbingan kepada penulis selama pelaksanaan magang.
6. Bapak Bayu Bharotodiasto, Kak Yoppie, Kak Putro, Kak Tian, dan Kak Anggi selaku rekan di Dodolan Sleman yang telah memberikan semangat dan arahan untuk penulis selama pelaksanaan magang.
7. Teman-teman mahasiswa tahun angkatan 2021 jenjang Diploma III yang selalu memberikan semangat untuk penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Serta semua pihak yang telah membantu dalam bentuk waktu, tenaga, dan pikiran, serta memberikan dukungan, arahan, dan semangat dalam proses penyusunan tugas akhir yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini sehingga Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan sehingga dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik.

Sleman, April 2024

Penulis

MOTTO

“Menerima semua kekurangan diri, tapi tidak lupa
untuk selalu mengusahakan yang terbaik.

Hidup berjalan, dan kita
yang selalu belajar.”

-Lia Ayu Puspita

“Beri penghargaan terbaik untuk dirimu sendiri, karena mulai hari ini
kamu adalah orang terhebat yang kamu punya.

Jalan terus ya, hati-hati.”

-Khoirul Triansyah

“Senang akan hilang, sedih akan letih, luka dan air mata,
tawa dan bahagia hanya sementara. Jadi, tak perlu berlebihan
dalam menyikapi perasaan.”

-Fajar Sulaiman

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
KATA PENGANTAR	ii
MOTTO	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Tujuan	4
D. Manfaat	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Pemasaran	6
B. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	7
C. Media Sosial.....	9
D. Strategi Membangun Brand Awareness di Media Sosial Instagram.....	12
BAB III	14
PELAKSANAAN PRAKTIK MAGANG.....	14
A. Logo Dodolan Sleman.....	14
B. Pengelola Dodolan Sleman	14
C. Produk Dodolan Sleman	16
D. Pelaksanaan Kegiatan Magang	17
BAB IV	21
PEMBAHASAN	21
A. Penerapan Strategi Membangun <i>Brand Awareness</i> Dodolan Sleman Melalui Media Sosial Instagram	21
B. Strategi Membangun <i>Brand Awareness</i> Dodolan Sleman Melalui Media Sosial Instagram Berdasarkan Hasil Observasi	27
BAB V.....	33
PENUTUP.....	33
A. Kesimpulan	33

B. Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jabatan dan Tugas Pengelola	14
Tabel 3.2 Daftar Produk Fesyen.....	16
Tabel 3.3 Daftar Produk Kerajinan	16
Tabel 3.4 Daftar Produk Kuliner.....	17
Tabel 3.5 Kegiatan Magang	18
Tabel 4.1 Perencanaan Konten	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan	2
Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	8
Gambar 3.1 Logo Dodolan Sleman	14
Gambar 4.1 Akun Instagram Dodolan Sleman	22
Gambar 4.2 Mini Kuis	26
Gambar 4.3 <i>Color Palette</i>	29
Gambar 4.4 Konten <i>Reels</i>	31
Gambar 4.5 Konten <i>Feed</i>	31