



BUDI BAKTI
SCHOOL OF MANAGEMENT

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan mempublikasikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

repository.stimbudibakki.ac.id

PENGEMBANGAN BRAND AWARENESS HASIL PRODUKSI UMKM IBU ADE MEMANFAATKAN VIDEO TIKTOK

LAPORAN AKHIR

Disusun Oleh :

Ajeng Nurmidayanti

21322002



**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI**

2025



PENGEMBANGAN BRAND AWARENESS HASIL PRODUKSI UMKM IBU ADE MEMANFAATKAN VIDEO TIKTOK



LAPORAN AKHIR

*DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
UNTUK MENCAPAI GELAR AHLI MADYA
JENJANG PENDIDIKAN
DIPLOMA TIGA (D3)*

Disusun Oleh :

Ajeng Nurmidayanti

21322002

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN

(STIM) BUDI BAKTI

2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemanfaatan video di TikTok oleh UMKM “Ibu Ade” dalam meningkatkan brand awareness produk Keripik Beras Kencur. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya TikTok, UMKM dihadapkan pada tantangan dan peluang dalam mempromosikan produk mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus, yang melibatkan wawancara mendalam, observasi, dan analisis konten video yang diposting di TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemanfaatan video yang kreatif dan interaktif dapat meningkatkan brand awareness secara signifikan. Namun, UMKM “Ibu Ade” juga menghadapi tantangan dalam hal keterbatasan pengetahuan digital marketing dan sumber daya manusia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi UMKM dalam mengoptimalkan penggunaan TikTok sebagai media promosi yang efektif.

Kata Kunci : Tiktok, UMKM, Brand Awareness, Video Marketing, Keripik Beras Kencur, Pemasaran Digital.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



ABSTRACT

This study aims to analyze the strategy of utilizing videos on TikTok by the UMKM "Ibu Ade" to enhance brand awareness of its Keripik Beras Kencur product. With the increasing use of social media, especially TikTok, UMKM face both challenges and opportunities in promoting their products. The research method employed is a qualitative approach with a case study, involving in-depth interviews, observations, and content analysis of videos posted on TikTok. The results indicate that creative and interactive video utilization strategies can significantly enhance brand awareness. However, UMKM "Ibu Ade" also faces challenges related to limited digital marketing knowledge and human resources. This research is expected to provide recommendations for UMKM to optimize the use of TikTok as an effective promotional medium.

Keywords : Tiktok, UMKM, Brand Awareness, Video Marketing, Keripik Beras Kencur, Digital Marketin

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

TANDA PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

NAMA : Ajeng Nurmidayanti
NIM : 21322002
JENJANG PENDIDIKAN : Diploma Tiga (D3)
PROGRAM STUDI : Manajemen Pemasaran
JUDUL :
Pengembangan Brand Awareness Hasil Produksi UMKM Ibu Ade memanfaatkan
Video Tiktok

PEMBIMBING

Iqbal, SE, MM

KETUA PROGRAM STUDI

Arif Igo, SH, SE, MM

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI
2025**



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

TANDA PENGESAHAN

Telah di terima dan di setuju oleh Panitia Penguji Laporan Akhir Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti, guna memenuhi syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya.

Bogor, Agustus 2025

Panitia Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua

Rita Mardiana, S.E., M.M.

2. Sekretaris

Arif Igo, S.H., S.E., M.M.

3. Anggota

Asep Hendriana, S.E., M.M.

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI

2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini,

NAMA : Ajeng Nurmidayanti
NIM : 21322002
Tempat & Tanggal Lahir : Bogor, 20 September 2003
Jenjang Pendidikan : Diploma Tiga (D3)
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Akhir saya dengan judul:

PENGEMBANGAN BRAND AWARENESS HASIL PRODUKSI UMKM IBU ADE MEMANFAATKAN VIDEO TIKTOK

Merupakan gagasan dan hasil penelitian asli Peneliti, kecuali yang jelas rujukannya. Laporan Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada program sejenis di STIM Budi Bakti atau perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya. Apabila pernyataan saya terbukti tidak benar atau Laporan Akhir saya plagiat, maka saya bersedia untuk dibatalkan kelulusannya.

Bogor, Juli 2025

Yang membuat pernyataan,

Ajeng Nurmidayanti

21322002



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian ini dengan judul "Strategi Pemanfaatan Video di TikTok untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM “Ibu Ade”. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi di STIM Budi Bakti.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, khususnya dalam penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, menawarkan peluang besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas.

Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan platform ini secara optimal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemanfaatan video di TikTok oleh UMKM “Ibu Ade” dalam meningkatkan brand awareness produk Keripik Beras Kencur.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Rina Fatimah, S. Sos., M.Si., M.M. selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti, yang telah memberikan arahan dan dukungan dalam pengembangan program studi.
2. Ibu Indri Guslina, S.E., M.M. selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti, yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada seluruh mahasiswa.
3. Bapak Aza El Munadiyan, S. Si., M.M. AMIPR selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti, yang telah berkontribusi dalam pengembangan kurikulum dan kualitas

pendidikan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.
2. Dilarang mengumunkan dan memprebanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

4. Bapak Iqbal, S.E., M.M selaku Kepala Lembaga Penjamin Mutu Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti, yang telah memastikan standar mutu pendidikan yang tinggi.
5. Bapak Subhan Munafis, S.Hut., M.M selaku Kepala Lembaga Penelitian & Pengabdian Masyarakat, yang telah mendukung kegiatan penelitian dan pengabdian kepada Masyarakat.
6. Bapak Arif Igo, S.H., S.E., M.M selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti, yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam proses belajar mengajar.
7. Ibu Vivi Ristanti, S.K.M., M.M selaku Sekretaris Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti, yang telah membantu dalam administrasi dan pengelolaan program studi.
8. Teman-teman Diploma Tiga (D3) Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti Gen 02. Terima kasih atas dukungan, Kerjasama, dan kebersamaan yang telah terjalin selama ini.
9. Kepada narasumber yaitu Ibu Ade, selaku owner UMKM Keripik Beras Kencur yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan wawasan yang sangat berharga bagi penelitian ini.
10. Kepada orang tua dan keluarga tercinta. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan bimbingan yang telah kalian berikan selama ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberkahi kalian dengan kebahagiaan dan keselamatan.

Kepada para pembaca yang terhormat, dengan rasa syukur dan rendah hati, saya mempersembahkan laporan penelitian ini sebagai hasil dari perjalanan belajar dan penelitian yang telah saya lakukan. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan di bidang yang saya teliti.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan laporan ini. Semoga tulisan ini dapat menjadi bahan referensi yang bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih atas perhatian dan dukungan yang diberikan.

Bogor, 27 Juli 2025

Ajeng Nurmidayanti
21322002



DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN

SAMPUL DALAM i

ABSTRAK ii

ABSTRACT iii

TANDA PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR..... iv

TANDA PENGESAHAN v

PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN AKHIRvi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBARxiv

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi & Batasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah3

1.2.2 Batasan Masalah 4

1.3 Perumusan Masalah..... 4

1.4 Tujuan & Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian..... 4

1.4.2 Manfaat Penelitian 4

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teoritis Mengenai Manajemen

2.1.1 Fungsi Manajemen7

2.1.2 Ruang Lingkup Manajemen7

2.1.3 Teori Pemasaran Yang Relevan.....8

2.2 Tinjauan Teoritis Mengenai Manajemen Pemasaran11

2.3 Tinjauan Teoritis Terhadap *Brand Awareness*



2.3.1 Definisi <i>Brand Awareness</i>	13
2.3.2 Pentingnya <i>Brand Awareness</i>	14
2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Awareness</i>	14
2.3.4 Strategi Membangun <i>Brand Awareness</i>	15

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subjek & Objek Penelitian	
3.1.1 Subjek Penelitian	16
3.1.2 Objek Penelitian	17
3.2 Tinjauan Umum Objek Penelitian.....	17
3.3 Visi & Misi Objek Penelitian	
3.3.1 Visi Objek Penelitian.....	17
3.3.2 Misi Objek Penelitian	17
3.4 Struktur Organisasi.....	18
3.5 Jabaran Tugas & Wewenang	18
3.6 Kegiatan Usaha Objek Penelitian	19
3.7 Pelanggan, Pemasok & Rekanan Objek Penelitian.....	22
3.8 Jenis & Sumber Data	
3.8.1 Jenis Data.....	24
3.8.2 Sumber Data	27
3.9 Teknik Pengumpulan Data.....	27

BAB IV : HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	
4.1.1 Profil UMKM Keripik Beras Kencur Ibu Ade.....	31
4.1.2 Dampak Strategi Video Tiktok Terhadap <i>Brand Awareness</i>	32
4.2 Pembahasan & Analisis	
4.2.1 Pemanfaatan Tiktok Sebagai Alat <i>Storytelling</i> Merek.....	33
4.2.2 Resonansi Emosional Konten Video & <i>Brand Recall</i>	33
4.2.3 Peran Algoritma Tiktok & Konsistensi Posting Dalam Penemuan Merek	34
4.2.4 Membangun Komunitas & Loyalitas Melalui Interaksi.....	34



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

4.2.5 Kualitas Konten Video Sebagai Pendorong Minat Beli	34
--	----

BAB V : KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan.....	36
---------------------	----

5.2 Saran.....	37
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	38
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	40
----------------------	-----------



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Subjek Penelitian UMKM Keripik Beras Kencur.....	16
Tabel 3.2 Pembagian Tugas & Penanggung Jawab.....	18



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi UMKM Keripik Beras Kencur	18
Gambar 3.2 Proses Penggilingan	20
Gambar 3.3 Proses Pencetakan	20
Gambar 3.4 Proses Penggorengan	21
Gambar 3.5 Wawancara Dengan Narasumber	25
Gambar 4.1 Akun Tiktok Warung Bu Ade	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.