

**MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PT DWI SUMBER
ARCA WAJA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Wini Assifa Kusuma

0000056147

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PT DWI SUMBER
ARCA WAJA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Wini Assifa Kusuma

00000056147

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Wini Assifa Kusuma
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056147
Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

Membangun *Brand Awareness* PT Dwi Sumber Arca Waja melalui Media Sosial Instagram

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Wini Assifa Kusuma)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM Dengan Judul

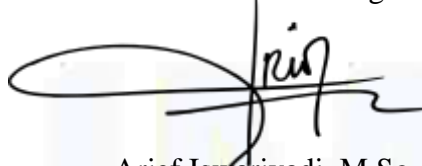
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PT DWI SUMBER ARCA WAJA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Oleh

Nama : Wini Assifa Kusuma
NIM : 00000056147
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan Magang Universitas Multimedia Nusantara

Pembimbing



Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D

NIDN: 0316026404

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih S.E.,M.S.M., C.B.O.

NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

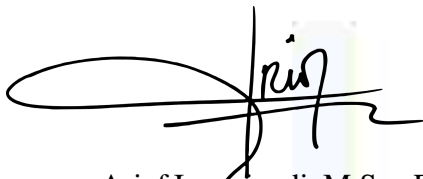
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PT DWI SUMBER ARCA WAJA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Oleh

Nama : Wini Assifa Kusuma
NIM : 00000056147
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat,
07 Juni 2024, Pukul 16.00 s/d 17.00
dan dinyatakan LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D
NIDN: 0316026404

Penguji



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F, CSA
NIDN: 0708017601

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Wini Assifa Kusuma

NIM : 00000056147

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Membangun *Brand Awareness* PT Dwi Sumber Arca Waja melalui Media Sosial Instagram

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / 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.

Tangerang, 20 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Wini Assifa Kusuma)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: Membangun *Brand Awareness* PT Dwi Sumber Arca Waja melalui Media Sosial Instagram dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Kepada bapak Januarso Prihadi dan Anggraini Cahyanti, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Dwi Sumber Arca Waja, yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan Praktik kerja magang.
7. Kepada keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Kepada seluruh staff PT Dwi Sumber Arca Waja, yang telah memberikan dukungan dan masukan berharga selama magang berlangsung.

9. Kepada Firyaa Aurel, Nur Sofia, yang telah menjadi sahabat dalam memberikan support dan motivasi, dalam menyelesaikan berbagai tugas selama melaksanakan magang.
10. Kepada seluruh teman-teman, yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan magang.

Laporan MBKM ini telah disusun dengan sebaik mungkin, namun penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan kritik yang membangun untuk perbaikan laporan ini. Terakhir, penulis berharap laporan MBKM ini dapat menjadi pembelajaran dan sumber inspirasi bagi para pembaca.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Wini Assifa Kusuma)

MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PT DWI SUMBER

ARCA WAJA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Wini Assifa Kusuma

ABSTRAK

Laporan MBKM ini membahas tentang pentingnya media sosial sebagai strategi pemasaran modern. Perusahaan dapat memanfaatkan platform media sosial untuk membangun *brand awareness* dan mempromosikan produknya kepada pelanggan. Tujuan dari penelitian kerja magang ini penulis tertarik untuk melakukan laporan mengenai bagaimana PT Dwi Sumber Arca Waja memanfaatkan Instagram untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang tadinya tidak mengetahui pipa baja menjadi memiliki pemahaman yang lebih dalam. Melalui pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram yang telah dilakukan oleh penulis, nantinya dapat dilihat perbedaan yang signifikan yang membedakan dalam membangun *brand awareness* PT Dwi Sumber Arca Waja. Sebagai seorang magang di bidang *digital marketing*, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas, mulai dari mencari ide, membuat content planning, membuat desain untuk feeds, story, dan reels Instagram, serta melakukan editing pada konten yang sudah diproduksi dan posting. Kendala utama dalam proses ini adalah kurangnya informasi detail mengenai suatu gambar proyek tertentu. Namun, kendala tersebut, terdapat solusi yakni dengan koordinasi rutin dengan general manager untuk menanyakan informasi lebih detail.

Kata kunci: Media Sosial, *Brand Awareness*, *Digital Marketing*.

BUILDING BRAND AWARENESS PT DWI SUMBER ARCA

WAJA TROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA

Wini Assifa Kusuma

ABSTRACT (English)

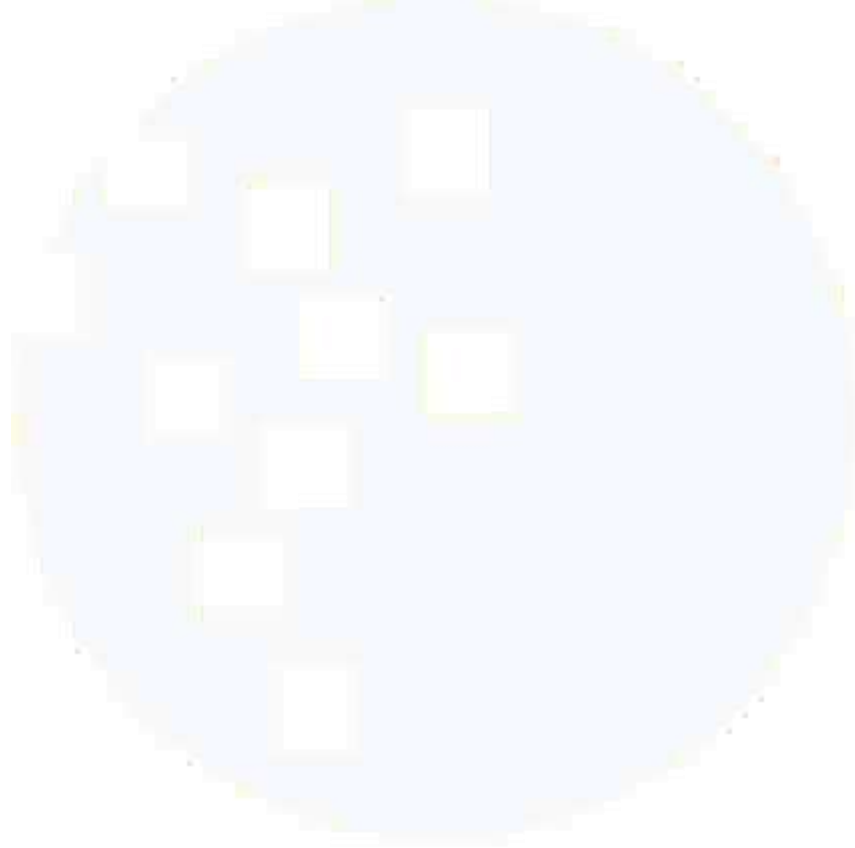
This MBKM report discusses the importance of social media as a modern marketing strategy. Companies can use social media platforms to raise brand awareness and promote their products to customers. The aim of this intership research is to explore how PT Dwi Sumber Arca Waja utilizes Instagram to introduce products to the public and deepen their understanding, especially for those unfamiliar with steel pipes. Through social media, particularly Instagram, significant differences in building brand awareness for PT Dwi Sumber Arca Waja can be observed. As an intern in digital marketing, I engage in various activities like brainstorming ideas, planning content, designing for Instagram posts and stories, editing content, and posting. The main challenge in this process is the lack of detailed information about specific project images. However, there is a solution to this challenge, which involves regular coordination with the general manager to obtain more detailed information.

Keywords: *Social Media, Brand Awareness, Digital Marketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT (English)	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	8
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	8
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	10
2.1.1 Visi Misi	13
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	17
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	17
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	18
3.3 Kendala yang Ditemukan	36
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	37
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	38
4.1 Simpulan	38
4.2 Saran	39

DAFTAR PUSTAKA41
LAMPIRAN.....42



UMN

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	12
Tabel 3.1 Pekerjaan Penulis Selama Magang di PT Dwi Sumber Arca Waja	20



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial	2
Gambar 1. 2 Sosial Media Platforms	4
Gambar 1. 3 Sosial Media Platforms	6
Gambar 2. 1 Logo PT Dwi Sumber Arca Waja	10
Gambar 2. 2 Foto Pabrik PT Dwi Sumber Arca Waja.....	11
Gambar 2. 3 Produk PT Dwi Sumber Arca Waja.....	12
Gambar 2. 4 Struktur Organisasi.....	13
Gambar 3. 1 Struktur Departemen Sales.....	18
Gambar 3. 2 Content Planning	22
Gambar 3. 3 Desain Konten Feeds Instagram.....	23
Gambar 3. 4 Desain Konten Reels Instagram	24
Gambar 3. 5 Desain Konten Story Instagram	24
Gambar 3. 6 Desain Konten Reels Instagram	25
Gambar 3. 7 Desain Konten Reels pada Instagram	26
Gambar 3. 8 Membuat copywriting feeds Instagram.....	27
Gambar 3. 9 Membuat copywriting reels Instagram.....	28
Gambar 3. 10 Sebelum mengelola media sosial Instagram	30
Gambar 3. 11 Mengelola media sosial Instagram.....	30
Gambar 3. 12 Gambar Analisa.....	31
Gambar 3. 13 Presentasi dengan General Manager	32
Gambar 3. 14 Kunjungan Killang Pertamina.....	33
Gambar 3. 15 Booth Tanya Jawab Killang Pertamina.....	33
Gambar 3. 16 Meeting	34
Gambar 3. 17 Bimbingan dengan General Manager.....	35
Gambar 3. 18 Membuat Struktur Organisasi	36

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	43
B. Kartu MBKM - MBKM 02	44
C. Daily Task MBKM - MBKM 03.....	46
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	60
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	61
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	62
G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM.....	63

