

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PROGRAM PENDAMPINGAN MITRA UMKM MAYNA**  
**LAUNDRY DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

**PROYEK AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Terapan Pariwisata



**Disusun oleh**

**WIDYA TIARA SARI CHANIAGO PUTRI**

**NIM: 20700074**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN**

**JURUSAN PARIWISATA**

**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**

**JAKARTA**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Program Pendampingan Mitra UMKM Mayna *Laundry*  
Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*  
Penulis : Widya Tiara Sari Chaniago Putri  
NIM : 2070074  
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata

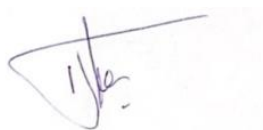
Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Selasa, 16 Juli 2024.

Disahkan oleh:  
Ketua Penguji,



Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M  
NIP. 198809082022032008

Anggota 1




Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom  
NIP. 198505182020122009

Anggota 2



Liza Amalia Putri, S.S.,M.A  
NIP. 198406262019032013

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Pariwisata



Anindita Budi Astuti, SE.,MM  
NIP. 198103052008122001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Program Pendampingan Mitra UMKM Mayna Laundry  
Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Penulis : Widya Tiara Sari Chaniago Putri  
NIM : 20700074  
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di Jakarta, 16 Juli 2024.

Pembimbing 1



Liza Amalia Putri, S.S., M.A  
NIP. 198406262019032013

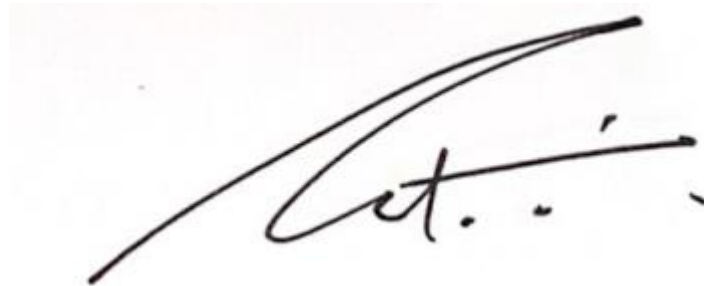
Pembimbing 2



Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.pd.,M.M.Par  
NIP. 199104252022032012

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan



Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par.  
NIP. 198804112020121008

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR  
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widya Tiara Sari Chaniago Putri  
NIM : 20700074  
Program Studi : D – IV Pengelolaan Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata  
Tahun Akademik : 2024

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Program Pendampingan Mitra UMKM Mayna Laundry Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 8 Juli 2024

Yang menyatakan,



Widya Tiara Sari Chaniago Putri

NIM: 2070047

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widya Tiara Sari Chaniago Putri  
NIM : 20700074  
Program Studi : D – IV Pengelolaan Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata  
Tahun Akademik : 2024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Program Pendampingan Mitra UMKM Mayna Laundry Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, 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

Jakarta, 8 Juli 2024

Yang menyatakan,



Widya Tiara Sari Chaniago Putri

NIM. 20700074

## PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan Tugas Akhir ini sebagai kewajiban bagi penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan Program Studi Perhotelan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Laporan Tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. M.Yunus Fitriady, S.E., M.M, selaku Wakil Direktur Bidang Umum dan Keuangan.
4. Suratni, S.S., M.Hum, selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan.
5. Anindita Budi Astuti, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Pariwisata.
6. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata.
7. Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par., selaku Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
8. Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
9. Liza Amalia Putri, S.S.,M.A., selaku Pembimbing I Tugas Akhir
10. Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par., selaku Pembimbing II Tugas Akhir.
11. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
12. Keluarga terkasih, Mama, Papa, Abang dan Kakak yang selalu menjadi *support system* saya.

13. Mas Ilham, sebagai pasangan yang selalu memberi saya semangat dalam mengerjakan TA ini.
14. Teman – teman saya terkhusus untuk Mayna Laundry *team* serta Sabda dan Rubi yang selalu menyemangati saya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam Laporan Tugas Akhir. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan ini.

Jakarta, 30 Juni 2024

Penulis,



Widya Tiara Sari Chaniago Putri

NIM. 20700074

## ABSTRACT

*MSMEs play an important role in the economy with their ability to absorb labor evenly, including in service sectors such as laundry. The mentorship program aimed to increase Mayna Laundry's brand awareness among people outside its operational area through various focused and measurable marketing strategies. This program successfully enhanced Mayna Laundry's visibility and competitiveness by implementing targeted marketing strategies. The creation of a memorable brand icon, adjustment of core brand values, reinforcement of brand messaging, and development of a consistent brand personality proved effective in building a strong brand identity in a competitive market. Through the application of Moser's Model (2003), the importance of consistency and coherence in all aspects of branding, including the creation of a strong and consistent brand identity, was successfully emphasized. Optimal utilization of technology and the use of social media to create engaging and relevant content resulted in a significant increase in interaction and follower count on Mayna Laundry's social media platforms. These strategies not only improved brand awareness but also contributed to an overall enhancement of the brand image. This success demonstrates that a comprehensive and sustainable approach is crucial for building and strengthening brand awareness in the digital era.*

**Keywords : Mentoring, Brand Awareness, MSMEs, Marketing**

## ABSTRAK

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian dengan kemampuannya menyerap tenaga kerja secara merata, termasuk di sektor jasa seperti laundry. Program pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan brand awareness Mayna Laundry di kalangan masyarakat di luar wilayah operasionalnya melalui berbagai strategi pemasaran yang terfokus dan terukur. Program ini berhasil meningkatkan visibilitas dan daya saing Mayna Laundry dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat sasaran. Penciptaan ikon merek yang mudah diingat, penyesuaian nilai merek inti, penguatan pesan merek, serta pengembangan kepribadian merek yang konsisten terbukti efektif dalam membangun identitas merek yang kuat di pasar yang kompetitif. Melalui penerapan Model Moser (2003), pentingnya konsistensi dan koherensi dalam semua aspek branding, termasuk pembuatan identitas merek yang kuat dan konsisten, berhasil ditekankan. Pemanfaatan teknologi secara optimal dan penggunaan media sosial untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan menghasilkan peningkatan signifikan dalam interaksi dan jumlah pengikut di platform media sosial Mayna Laundry. Strategi-strategi ini tidak hanya meningkatkan brand awareness tetapi juga berkontribusi pada peningkatan citra merek secara keseluruhan. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan sangat penting untuk membangun dan memperkuat brand awareness di era digitalisasi.

**Kata Kunci : Pendampingan, Brand awareness, UMKM, Pemasaran**



## DAFTAR ISI

<b>PRAKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Kajian .....	7
F. Manfaat Kajian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Kajian Teori.....	9
1. Pengertian <i>Marketing Communication</i> .....	9
2. Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....	14
3. Pengertian Pendampingan UMKM.....	24
B. Pertanyaan Kajian.....	26
<b>BAB III METODE KAJIAN</b> .....	<b>27</b>
A. Jenis Kajian .....	27
B. Subjek Kajian .....	29
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	30
D. Teknik Analisis Data .....	34
<b>BAB IV HASIL KAJIAN &amp; PEMBAHASAN</b> .....	<b>37</b>
A. Hasil Kajian .....	37
B. Pembahasan .....	50
C. Keterbatasan Kajian .....	73
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>75</b>
A. Simpulan.....	75
B. Implikasi .....	77

C. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Hasil Survey di Sekitar Wilayah Operasional.....	3
Gambar 2. Bagan Alur Perancangan.....	33
Gambar 3. Logo Mayna Laundry.....	41
Gambar 4. Warna Produk.....	43
Gambar 5. Tipografi.....	44
Gambar 6. Produk atau Kemasan Yang Unik.....	45
Gambar 7. Spanduk.....	46
Gambar 8. Brosur.....	46
Gambar 9. Media Sosial.....	47
Gambar 10. <i>Tools &amp; Template Editing</i> .....	49
Gambar 11. Penggunaan <i>Hastag</i> .....	57
Gambar 12. Pesan Otomatis.....	59
Gambar 13. Pesan <i>Broadcast</i> .....	60
Gambar 14. Spanduk Sebelum Pendampingan.....	64
Gambar 15. Spanduk Sesudah Pendampingan.....	64
Gambar 16. <i>Followers</i> Sebelum Pendampingan.....	65
Gambar 17. <i>Followers</i> Sesudah Pendampingan.....	65
Gambar 18. <i>Engagement</i> Sebelum Pendampingan.....	66
Gambar 19. <i>Engagement</i> Sesudah Pendampingan.....	67
Gambar 20. Hasil <i>Pre-Test &amp; Post-Test</i> Mitra Mayna Laundry.....	67
Gambar 21. Testimoni <i>Followers</i> Instagram Mayna Laundry.....	69
Gambar 22. Pendapatan Sebelum & Sesudah Pendampingan.....	69

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	86
Lampiran 2 Salinan Lembar Bimbingan TA.....	87
Lampiran 3 Uji Laporan Tugas Akhir.....	89
Lampiran 4 Transkrip Wawancara.....	90
Lampiran 5 Hasil Pendampingan.....	94
Lampiran 6 Dokumentasi Kegiatan Wawancara & Pendampingan.....	96
Lampiran 7 Sertifikat Magang Industri.....	102