

**PERANCANGAN KONTEN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN
BRAND IDENTITY DAN BRAND AWARENESS
(STUDI KASUS TOKO GNK SINGOSARI)**

TUGAS AKHIR

Oleh
HARIES APRILLIAN
2219012



**INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL S-1
FEBRUARI 2026**

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN
BRAND IDENTITY DAN BRAND AWARENESS
(STUDI KASUS TOKO GNK SINGOSARI)

Tugas Akhir yang diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Bisnis (S.Bns.) Strata-1 (S-1) Bisnis Digital S-1 Institut Teknologi Nasional Malang, yang disusun oleh

Nama : Haries Aprillian
NIM : 2219012
Program Studi : Bisnis Digital S-1
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri

telah disetujui pada tanggal: 16 Februari 2026

Menyetujui
Dosen Pembimbing I Tugas Akhir



Sujianto, S.Pd. SM., M.M.
NIP. Y. 1039300250

Dosen Pembimbing II Tugas Akhir



Nur Adilla, SE., MM
NIP. 1032300627



Mengetahui,
Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1,

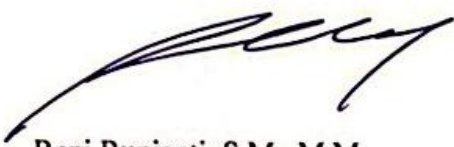
Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP. P 1031600499

HALAMAN PENGESAHAN

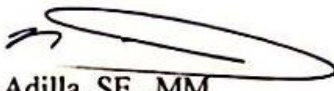
Tugas Akhir oleh Haries Aprillian ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 23 Januari 2026.

Dewan Penguji

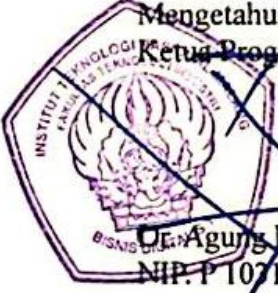

Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP.P 1031500499


Reni Rupianti, S.M., M.M
NIP.P 1032300628


Sujianto, S.Pd. SM., M.M.
NIP. Y. 1039300250


Nur Adilla, SE., MM
NIP. 1032300627

Mengetahui,
Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1,


Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP. P 1031500499



**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

NAMA : HARIES APRILLIAN
NIM : 2219012
PRODI : BISNIS DIGITAL S-1
JUDUL : PERANCANGAN KONTEN TIKTOK UNTUK
MENINGKATKAN BRAND IDENTITY DAN BRAND
AWARENESS (STUDI KASUS TOKO GNK SINGOSARI)

Diperhatikan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir jenjang program Strata Satu (S-1)

pada hari : Jum'at

tanggal : 23 Januari 2026

dengan Nilai : 78.73

PANITIA UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua,

Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP.P 1031500499

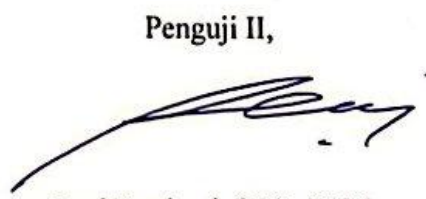
Sekretaris,

Reiny Ditta Myrtanti, S.T., M.T.
NIP.P 1032000577

ANGGOTA PENGUJI

Penguji I,

Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP.P 1031500499

Penguji II,

Reni Rupianti, S.M., M.M
NIP.P 1032300628

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Haries Aprillian
NIM : 2219012
Program Studi : Bisnis Digital S-1
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Tugas Akhir ini hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 16 Februari 2026
Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 1000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SERATUS RUPAH', '1000', and 'METERAI TEMPEL'. A unique serial number 'AA2D4ANX305235444' is visible at the bottom of the stamp.

Haries Aprillian
2219012

ABSTRAK

Aprillian, Haries. 2025. *Perancangan Konten TikTok Untuk Meningkatkan Brand identity Dan Brand awareness (Studi Kasus Toko GnK Singosari)*. Tugas Akhir, Program Studi Bisnis Digital S-1, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang. Pembimbing: (I) Sujianto, S.Pd. SM., M.M, (II) Nur Adilla, SE., MM.

Kata kunci: Perancangan Konten TikTok, *Brand identity*, *Brand awareness*

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah pola komunikasi pemasaran, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Platform TikTok dengan format video pendek dan algoritma distribusi berbasis minat pengguna memiliki potensi besar dalam meningkatkan visibilitas merek secara luas. Namun, masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan TikTok secara optimal sebagai media pemasaran strategis. Toko GnK Singosari merupakan salah satu UMKM sektor kuliner yang masih mengandalkan promosi tradisional berbasis *word of mouth*, serta memiliki visual *identity* yang belum konsisten sehingga menyebabkan rendahnya tingkat *brand identity* dan *brand awareness* di kalangan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *content* media sosial TikTok sebagai upaya meningkatkan *brand identity* dan *brand awareness* Toko GnK Singosari.

Metode penelitian yang digunakan adalah *Research and Development* (R&D) dengan model ADDIE yang meliputi tahapan *Analysis*, *Design*, *Development*, *Implementation*, and *Evaluation*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemilik Toko GnK Singosari, dokumentasi visual, serta pengumpulan data jumlah *views story Whatsapp*. Proses pengembangan meliputi perancangan ulang logo, penetapan visual *identity*, serta perancangan *content plan* yang mencakup *content before after*, *education*, dan *behind the scenes*. *Analysis* data dilakukan secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah implementasi konten TikTok.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *rebranding* logo dan konten TikTok yang dirancang secara strategis mampu menciptakan identitas merek yang lebih konsisten, modern, dan profesional. Selain itu, terjadi peningkatan *brand awareness* yang ditunjukkan melalui meningkatnya jangkauan konten, intensitas interaksi *audiens*, serta bertambahnya jumlah pengikut akun TikTok Toko GnK Singosari. Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan konten TikTok berbasis model ADDIE efektif digunakan sebagai strategi penguatan *brand identity* dan peningkatan *brand awareness* pada UMKM. Penelitian ini merekomendasikan agar UMKM mengadopsi strategi *content* digital yang terencana dan konsisten serta memanfaatkan karakteristik algoritma TikTok. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji dampak *content* TikTok terhadap keputusan pembelian dan loyalitas konsumen dengan objek penelitian yang lebih luas.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan YME yang telah memberikan berkah dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Komprehensif Tugas Akhir ini dengan baik. Maksud dan tujuan penulis menyusun Laporan Komprehensif Tugas Akhir adalah untuk melengkapi persyaratan yang harus diambil sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Sarjana Bisnis Digital.

Dengan terselesaikannya Laporan Komprehensif Tugas Akhir ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr.Eng. I Komang Somawirata, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Malang.
2. Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1 Institut Teknologi Nasional Malang.
3. Sujianto, S.Pd. S.M., M.M. selaku dosen pembimbing 1 Tugas Akhir sudah ingin membantu membimbing dari awal hingga akhir. Memberi masukan dan saran yang sangat membantu dalam penyelesaian penelitian ini.
4. Nur Adilla, SE., M.M. selaku dosen pembimbing 2 Tugas Akhir yang juga sudah banyak membantu penulis dari mulai proses awal hingga tuntas.
5. Toko GnK Singosari selaku tempat penelitian yang sudah mau berkenan untuk dijadikan objek penelitian dalam tugas akhir ini.
6. Untuk Ayah saya, Harianto terima kasih sudah membantu penulis dan memberi doa untuk melancarkan jalannya tugas akhir ini hingga tuntas.
7. Terakhir untuk nim 2219023 saya berterima kasih banyak sudah mendampingi penulis, setia menemani penulis dengan setia, memberi dukungan dan kasih sayang hingga tugas akhir ini selesai.

Dalam penyusunan Laporan Komprehensif Tugas Akhir ini penulis sadar bahwa masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran kepada pembaca yang mungkin sangat berguna untuk membangun kesempurnaan proposal ini.

Penulis,

Haries Aprillian
2219012

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Batasan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Definisi Operasional.....	8
BAB II.....	9
2.1 Kajian Penelitian	9
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Berpikir.....	18
BAB III.....	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian.....	21
3.3 Jenis Data	23
3.4 Pengumpulan Data	24
3.5 Validasi Data	24
3.6 Diagram Alur Penelitian.....	26
3.7 Timeline Penelitian	27
BAB IV	28
4.1 Hasil <i>Analysis</i> (Analisis)	28
4.2 Hasil <i>Design</i> (Perancangan).....	31

4.3	Hasil <i>Development</i> (Pengembangan)	42
4.4	Hasil <i>Implementation</i> (Implementasi).....	44
4.5	Hasil <i>Evaluation</i> (Evaluasi)	50
4.6	Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP.....		59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN.....		64
RIWAYAT HIDUP		78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Grafik Transformasi UMKM Di Indonesia	2
Gambar 1.2 Tampilan <i>Story Whatsapp</i> Toko GnK Singosari	3
Gambar 1.3 Tampilan <i>Logo brand</i> Toko GnK Singosari	4
Gambar 1.4 Tampilan Contoh Perancangan TikTok	5
Gambar 2.1 Toko GnK Singosari	9
Gambar 2.2 <i>Google Maps</i> Toko GnK Singosari	9
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	18
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian	26
Gambar 4.1 Tampilan <i>Scan</i> Sketsa Logo Toko GnK Singosari	32
Gambar 4.2 Tampilan <i>Tight Issue</i> Logo Toko GnK Singosari	32
Gambar 4.3 Tampilan Logo <i>Final</i> Toko GnK Singosari	33
Gambar 4.4 Tampilan Palet Warna CMYK	33
Gambar 4.5 Tampilan <i>Font Montserrat Bold</i>	35
Gambar 4.6 Tampilan Tata Letak Format <i>Carousel 4 Slide</i>	36
Gambar 4.7 <i>Content Carousel Slide 1</i>	36
Gambar 4.8 <i>Content Carousel Slide 2</i>	37
Gambar 4.9 <i>Content Carousel Slide 3</i>	37
Gambar 4.10 <i>Content Carousel Slide 4</i>	38
Gambar 4.11 Tampilan Tata Letak Format <i>Content Education</i>	38
Gambar 4.12 Hasil Perancangan <i>Content Education</i>	39
Gambar 4.13 Hasil <i>Scan Storyboard Content Behind the scenes</i>	40
Gambar 4.14 Hasil Take Video	41
Gambar 4.15 Tampilan Editing Video	41
Gambar 4.16 Hasil Perbaikan <i>Content Carousel</i>	43
Gambar 4.17 Hasil Perbaikan <i>Content Education</i>	43
Gambar 4.18 Hasil Perbaikan Video	44
Gambar 4.19 Tampilan Logo <i>Profile</i> TikTok Toko GnK Singosari	45
Gambar 4.20 Tampilan Logo pada konten photo	45
Gambar 4.21 Tampilan Logo pada akhir konten video	46
Gambar 4.22 Implementasi <i>Content Carousel</i>	47
Gambar 4.23 Implementasi <i>Content Education</i>	48

Gambar 4.24 Implementasi <i>Content Behind the scenes</i>	49
Gambar 4.25 QR Code Hasil Video	49
Gambar 4.26 Tampilan <i>Profile</i> TikTok Toko GnK Singosari	50
Gambar 4.27 Hasil <i>Analysis Content Carousel</i>	50
Gambar 4.28 Hasil <i>Analysis Content Education</i>	51
Gambar 4.29 Hasil <i>Analysis Content Behind the scenes</i>	52
Gambar 4.30 Tampilan <i>Story Whatsapp</i> Toko GnK Singosari	54
Gambar 4.31 Tampilan <i>Content Carousel</i>	55
Gambar 4.32 Tampilan <i>Content Education</i>	55
Gambar 4.33 Tampilan <i>Content Behind the scenes</i>	56
Gambar 4.34 Tampilan Jangkauan <i>Content Video</i>	57
Gambar 4.35 Tampilan TikTok <i>Analytic Content Video</i>	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1 Hasil Wawancara dengan Pemilik Toko GnK Singosari	29
Tabel 4.2 Hasil Wawancara kembali dengan Pemilik Toko GnK Singosari	42
Tabel 4.3 Perbandingan Hasil <i>Reach Content</i>	56
Tabel 4.4 Fluktuasi Peningkatan Jangkauan <i>Content Video</i>	57
Tabel 4.5 Fluktuasi Peningkatan <i>Reach</i> dan Interaksi kurun waktu satu Bulan ...	58