

**OPTIMALISASI LINKEDIN SEBAGAI STRATEGI BRANDING
UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
(STUDI KASUS PT PADEPOKAN 79)**
***OPTIMIZING LINKEDIN AS A BRANDING STRATEGY TO
INCREASE BRAND AWARENESS
(CASE STUDY OF PT PADEPOKAN 79)***

Dokumen ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan
Mata Kuliah Tugas Akhir

Jalur Magang Dua Semester



Disusun oleh,

6704223022 – Mufida Mukhlisah

PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS ILMU TERAPAN

UNIVERSITAS TELKOM

**BANDUNG
2025**