



EVALUASI INSTAGRAM *MARKETING* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA LAYANAN KATERING AKIKAH BENS FARM

AZZAHRA NAFARAI SYA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- 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 IPB University.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Evaluasi Instagram *Marketing* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Layanan Katering Akikah Bens Farm” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka pada bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2024

Azzahra Nafaraisya
NIM. K1401201165

- 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 IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

AZZAHRA NAFARAISSYA. Evaluasi Instagram *Marketing* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Layanan Katering Akikah Bens Farm. Dibimbing oleh NIMMI ZULBAINARNI dan NUR HASANAH.

Persaingan pada layanan katering akikah di Jabodetabek sangat ketat, khususnya pada Instagram sebagai *platform* pemasaran. Salah satunya, Bens Farm yang perlu meningkatkan *brand awareness* agar dapat menarik lebih banyak pelanggan potensial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*, mengevaluasi Instagram *marketing*, menganalisis tingkat *brand awareness* dan pengelolaan *social media*, dan memberikan rekomendasi Instagram *marketing* untuk mengoptimalkan *brand awareness*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif. Evaluasi Instagram *marketing* dilakukan melalui faktor pembangun *brand awareness*. Skala likert digunakan untuk mengukur tingkat *brand awareness* menggunakan piramida *brand awareness* dan pengelolaan *social media* pada Instagram Bens Farm. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand awareness* Bens Farm hanya berada di tingkat cukup dan pengelolaan *social media* Instagram Bens Farm baik. Rekomendasi yang dihasilkan adalah *influencer marketing*, *viral marketing*, optimasi SEO, interaksi dengan audiens, *copywriting*, fleksibel dalam *content planning*, dan *user-generated content* (UGC).

Kata kunci: kesadaran merek, layanan katering akikah, pemasaran Instagram

ABSTRACT

AZZAHRA NAFARAISSYA. Instagram Marketing Evaluation to Enhance Brand Awareness for Bens Farm Aqiqah Catering Services. Supervised by NIMMI ZULBAINARNI and NUR HASANAH.

The competition in the aqiqah catering services in the Jabodetabek area is highly intense, particularly on Instagram as a marketing platform. One such business, Bens Farm, needs to enhance its brand awareness to attract more potential customers. This study aims to analyze the segmenting, targeting, and positioning, evaluate Instagram marketing, analyze the level of brand awareness and social media management, and provide Instagram marketing recommendations to optimize brand awareness. The research method used is descriptive analysis. The evaluation of Instagram marketing is conducted through brand awareness-building factors. Likert scale is used to measure the level of brand awareness using the brand awareness pyramid and the social media management on Bens Farm's Instagram. The research findings indicate that Bens Farm's brand awareness is only at a moderate level, while its social media management on Instagram is good. The recommendations include influencer marketing, viral marketing, SEO optimization, audience interaction, copywriting, flexibility in content planning, and user-generated content (UGC).

Keywords: aqiqah catering services, brand awareness, Instagram marketing

Judul Skripsi : Evaluasi Instagram *Marketing* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Layanan Katering Akikah Bens Farm
Nama : Azzahra Nafaraisya
NIM : K1401201165

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi., M.Si.



Pembimbing 2:
Dr. Nur Hasanah, S.Kom, M.Eng.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Bisnis:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:
5 Agustus 2024

Tanggal Lulus: 20 Agustus 2024

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 IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2024 sampai bulan Juni 2024 dengan judul “Evaluasi Instagram *Marketing* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Layanan Katering Akikah Bens Farm”.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Nimmi Zulbainarni, S.Pi., M.Si. dan Ibu Dr. Nur Hasanah, S.Kom., M.Eng. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, waktu, tenaga, motivasi, dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M. dan Ibu Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc. selaku dosen penguji pada ujian skripsi serta Ibu Khairiyah Kamilah, S.E, M.Si. selaku dosen seminar yang telah memberikan masukan dan saran terhadap skripsi ini.
3. Bapak Fajar Susilo Nugroho dan Ibu Fortina Indiasuti yang telah menjadi orang tua terbaik dan memberikan segalanya untuk penulis hingga bisa sampai di titik ini.
4. Bapak Ridwan Herdian selaku Direktur Bens Farm dan Bapak Ardiyan Septianitra selaku Manajer Pemasaran Bens Farm yang bersedia menjadi responden, membantu proses penelitian skripsi ini, dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian di Bens Farm.
5. Seluruh dosen dan staf tenaga pendidik dari Sekolah Bisnis IPB University yang telah berjasa mengajarkan banyak ilmu pengetahuan untuk penulis.
6. Seluruh teman Sekolah Bisnis IPB angkatan 57 yang telah kebersamai penulis selama berkuliah di IPB University.

Bogor, Agustus 2024

Azzahra Nafaraisya

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN	iii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Akikah	9
2.2 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	9
2.3 <i>Engagement Rate</i>	10
2.4 <i>Social Media Marketing</i>	11
2.5 Instagram	11
2.6 <i>Brand Awareness</i>	12
2.6 Penelitian Terdahulu	13
2.7 Kerangka Pemikiran	15
III METODE PENELITIAN	16
3.1 Waktu dan Tempat	16
3.2 Jenis dan Sumber Data	16
3.3 Teknik Pengumpulan Data	16
3.4 Teknik Penentuan Responden	17
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	21
4.2 <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP) Bens Farm</i>	23
4.3 Karakteristik Responden	25
4.4 Instagram <i>Marketing</i> Melalui Faktor Pembangun <i>Brand Awareness</i>	28
4.5 Tingkat <i>Brand Awareness</i> Bens Farm	40
4.6 Pengelolaan <i>Social Media</i> pada Instagram Bens Farm	44
4.7 Rumusan Rekomendasi Instagram <i>Marketing</i> dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	49
V SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Simpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	61
RIWAYAT HIDUP	75

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 IPB University.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	<i>Engagement rate</i> layanan catering akikah per Mei 2024	7
2	Dimensi utama dalam <i>segmenting</i>	9
3	Jenis, metode pengumpulan, sumber data, dan tujuan	16
4	Skor tanggapan responden	18
5	Interpretasi skor	19
6	Karakteristik responden	26
7	Perilaku responden	27
8	Peran Instagram dalam membantu responden mengetahui layanan catering akikah dan mengingat Bens Farm	28
9	<i>Ads performance</i> untuk <i>brand exposure</i> Bens Farm	31
10	<i>Ads performance</i> untuk <i>customer engagement</i> Bens Farm	35
11	Hasil evaluasi Instagram <i>marketing</i> Bens Farm melalui faktor pembangun <i>brand awareness</i>	39
12	Tanggapan responden terhadap <i>unaware of brand</i> Bens Farm	40
13	Tanggapan responden terhadap <i>brand recognition</i> Bens Farm	41
14	Tanggapan responden terhadap <i>brand recall</i> Bens Farm	42
15	Tanggapan responden terhadap <i>top of mind</i> Bens Farm	43
16	Tanggapan responden terhadap <i>context</i> Bens Farm	45
17	Tanggapan responden terhadap <i>communication</i> Bens Farm	46
18	Tanggapan responden terhadap <i>collaboration</i> Bens Farm	47
19	Tanggapan responden terhadap <i>connection</i> Bens Farm	48
20	Pengelolaan <i>social media</i> Instagram Bens Farm	49
21	Rumusan rekomendasi Instagram <i>marketing</i> Bens Farm	50
22	Contoh <i>hook</i> dan <i>call-to-action</i> untuk Bens Farm	53

@Hak Cipta milik IPB University

DAFTAR GAMBAR

1	Peningkatan pengguna internet di Indonesia	1
2	Peningkatan pengguna Instagram di Indonesia	2
3	Kebutuhan domba kambing untuk lembaga akikah per bulan	4
4	Data penjualan porsi catering Bens Farm	5
5	Jumlah pengikut dan <i>engagement rate</i> Instagram Bens Farm	6
6	Piramida <i>brand awareness</i>	12
7	Kerangka pemikiran	15
8	Logo Bens Farm	21
9	<i>Activity diagram</i> layanan catering akikah Bens Farm	22
10	Struktur organisasi Bens Farm	23
11	<i>Content planning</i> Instagram Bens Farm	29
12	<i>Content marketing</i> dan <i>copywriting</i> Instagram Bens Farm	30
13	Kerja sama dan kolaborasi pada Instagram Bens Farm	31
14	Rata-rata <i>engagement rate</i> Instagram pada berdasarkan <i>followers</i>	32
15	Rata-rata <i>engagement rate</i> Instagram pada industri layanan	33
16	Rata-rata <i>likes</i> dan <i>comment</i> Instagram Bens Farm	33
17	Komentar audiens pada Instagram Bens Farm	34
18	<i>Stories</i> Instagram Bens Farm	35
19	Rata-rata <i>link click through rate</i> (CTR) pada industri layanan	36
20	Informasi yang dicari responden ketika mengunjungi Instagram layanan catering akikah	37
21	<i>Giveaway</i> pada Instagram Bens Farm	38
22	Piramida <i>brand awareness</i> Bens Farm	44
23	Kunjungan responden ke Instagram Bens Farm	45

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 IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR LAMPIRAN

1	Panduan wawancara penelitian internal Bens Farm	61
2	Kuesioner penelitian responden eksternal	62
3	Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel <i>brand awareness</i>	68
4	Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel Instagram <i>marketing</i>	69
5	Hasil kuesioner responden eksternal	70

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 IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.