



STRATEGI PEMASARAN KONTEN INSTAGRAM @ANIMALIUM.ID UNTUK MENINGKATKAN *BRAND* *AWARENESS* ANIMALIUM BRIN CIBINONG

RADINDA KARISA HERMAWAN



**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

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.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran Konten Instagram @animalium.id untuk Meningkatkan Brand Awareness Animalium BRIN Cibinong”** 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 di bagian akhir laporan akhir ini.

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

Bogor, Juni 2026

Radinda Karisa Hermawan
J0402221008



@Hak cipta milik IPB University

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

RADINDA KARISA HERMAWAN. Strategi Pemasaran Konten Instagram @animalium.id untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Animalium BRIN Cibinong. Dibimbing oleh IRA RESMAYASARI.

Rendahnya literasi lingkungan menuntut peran edukatif Animalium BRIN dalam menyebarluaskan pengetahuan biodiversitas. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi *content marketing* @animalium.id untuk meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini menerapkan tiga pendekatan: analisis kuantitatif melalui survei terhadap 100 responden untuk memetakan perilaku audiens, analisis kualitatif untuk mendalami strategi konten, serta analisis SWOT untuk menentukan posisi strategis organisasi. Hasil analisis SWOT menempatkan organisasi pada Kuadran II (*Strength-Threats*), yang mengindikasikan perlunya pemanfaatan kekuatan internal untuk memitigasi ancaman eksternal berupa ketatnya persaingan. Berdasarkan analisis SWOT, wawancara internal, dan kuesioner *non-followers*, penelitian ini menghasilkan *SOP Playbook Marketing Communication*. Dokumen ini mencakup penguatan *brand essence*, standarisasi alur kerja, strategi konten berbasis *content pillar* dan *Hook-Value-CTA*, protokol penanganan krisis, serta sistem evaluasi kinerja konten. Implementasi *SOP Playbook* ini diharapkan mampu meningkatkan *brand awareness* @animalium.id secara efektif dan terukur di Instagram.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Animalium BRIN *Brand Awareness*, *Content Marketing*, *SOP Playbook*.

ABSTRACT

RADINDA KARISA HERMAWAN. *Marketing Strategy Instagram Content @animalium.id to Increase Brand Awareness Animalium BRIN Cibinong. Supervised by IRA RESMAYASARI.*

Low levels of environmental literacy underscore the need for Animalium BRIN to play an educational role in disseminating knowledge about biodiversity. This study aims to formulate a content marketing strategy for @animalium.id to increase brand awareness. The study employs three approaches: quantitative analysis through a survey of 100 respondents to map audience behavior, qualitative analysis to explore content strategies, and a SWOT analysis to determine the organization's strategic position. The results of the SWOT analysis place the organization in Quadrant II (Strengths-Threats), indicating the need to leverage internal strengths to mitigate external threats in the form of intense competition. Based on the SWOT analysis, internal interviews, and a questionnaire for non-followers, this study produced a Marketing Communication Playbook SOP. This document covers the reinforcement of brand essence, standardization of workflows, content strategies based on content pillars and the Hook-Value-CTA framework, crisis management protocols, and a content performance evaluation system. The implementation of this SOP Playbook is expected to effectively and measurably increase brand awareness for @animalium.id on Instagram.

Keywords: *Animalium BRIN Brand Awareness, Content Marketing, SOP Playbook, SWOT Analysis.*



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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.

Perpustakaan IPB University

RINGKASAN

RADINDA KARISA HERMAWAN. Strategi Pemasaran Konten Instagram @animalium.id untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Animalium BRIN Cibinong (*Marketing Strategy of Instagram Content @animalium.id to Increase Brand Awareness Animalium BRIN Cibinong*). Dibimbing oleh IRA RESMAYASARI.

Rendahnya literasi lingkungan menjadi tantangan krusial bagi masyarakat dalam memahami pentingnya menjaga keseimbangan ekosistem serta dampak aktivitas manusia terhadap keberlangsungan satwa liar. Animalium, sebagai fasilitas riset dan edukasi di bawah naungan Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), memiliki peran strategis dalam menyebarluaskan pengetahuan zoologi dan biodiversitas. Upaya penyampaian pesan edukatif melalui *platform* digital Instagram masih menghadapi tantangan dalam menjangkau audiens secara luas. Kondisi tersebut menuntut perumusan strategi komunikasi yang lebih optimal untuk meningkatkan kesadaran merek atau *brand awareness*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi *content marketing* yang saat ini diterapkan @animalium.id dalam meningkatkan *brand awareness*, mengidentifikasi demografi, minat, dan perilaku pengguna Instagram yang merupakan target *audiens* yang belum terjangkau, menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Instagram @animalium.id, serta merumuskan rekomendasi strategi *content marketing* yang lebih optimal untuk meningkatkan *brand awareness* @animalium di media sosial Instagram. Pendekatan penelitian menggunakan tiga tahapan analisis. Analisis kuantitatif dilakukan melalui survei terhadap 100 responden untuk memetakan minat dan pola perilaku audiens. Analisis kualitatif dilakukan untuk mendalami aspek strategi konten saat ini. Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) dilakukan untuk menentukan posisi strategis organisasi.

Analisis SWOT menempatkan posisi organisasi pada Kuadran II (*Strength-Threats*). Temuan ini mengindikasikan kekuatan internal organisasi, seperti kredibilitas lembaga dan kualitas konten edukatif, harus dioptimalkan untuk memitigasi ancaman eksternal. Ancaman tersebut terutama berupa ketatnya persaingan dari akun sejenis dan keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media sosial. Data kuantitatif mendukung temuan ini melalui preferensi audiens yang kuat terhadap konten edukasi berbasis sains dengan visual sederhana, serta pola interaksi dominan melalui fitur *Reels, like*, dan *save*.

Rekomendasi strategi *content marketing* dirumuskan dalam bentuk SOP *Playbook Marketing Communication* yang mencakup penguatan *brand essence*, standarisasi alur kerja produksi, strategi konten berbasis *content pillar* dan *Hook-Value-CTA*, protokol penanganan krisis, serta sistem evaluasi kinerja konten disusun berdasarkan analisis SWOT, wawancara internal, dan kuesioner *non-followers* untuk meningkatkan *brand awareness* @animalium.id di Instagram.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Animalium BRIN, *Brand Awareness*, *Content Marketing*, SOP *Playbook*.



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.

©Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



STRATEGI PEMASARAN KONTEN INSTAGRAM @ANIMALIUM.ID UNTUK MENINGKATKAN *BRAND* *AWARENESS* ANIMALIUM BRIN CIBINONG

RADINDA KARISA HERMAWAN

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada Program Studi Ekowisata
Institut Pertanian Bogor

**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Penguji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Dr. Helianthi Dewi, S.Hut., M.Si.



IPB University
— Bogor Indonesia —

- 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.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Judul Laporan Akhir : Strategi Pemasaran Konten Instagram @animalium.id untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Animalium BRIN Cibinong

Nama : Radinda Karisa Hermawan
NIM : J0402221008

Disetujui oleh

Pembimbing:
Ira Resmayasari, S.S., M.Par., M.T.H.M.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Kania Sofiantina Rahayu, S.I.Kom., M.Par., M.T.H.M.
NPI. 201807198501202001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003

Tanggal Ujian: 30 Juni 2026

Tanggal Lulus:

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.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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.

Perpustakaan IPB University



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga Proyek Akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran Konten Instagram @animalium.id untuk Meningkatkan Brand Awareness Animalium BRIN Cibinong”** berhasil diselesaikan. Laporan Proyek Akhir disusun sebagai persyaratan wajib akademik yang harus dipenuhi sebagai syarat bagi mahasiswa untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Ekowisata (S.Tr. Ekw) pada Program Studi Ekowisata, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor.

Penulis berharap bahwa laporan proyek akhir ini dapat memperoleh pengalaman belajar secara langsung di lapangan serta menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu proses penyusunan laporan kegiatan Proyek Akhir, diantaranya:

1. Kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Ungkapan terima kasih dan penghargaan yang sangat spesial penulis sampaikan dengan rasa hormat dan rendah hati kepada Bapak Adeng Edi Hermawan selaku ayah dari penulis, Ibu Ira selaku ibu dari penulis, dan Farhan Al-Fazri Hermawan selaku Adik dari penulis, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan do'a.
3. Ibu Ira Resmayasari, S.S., M.Par., M.T.H.M. selaku dosen pembimbing proyek akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan, kritik, saran, serta dukungan dalam setiap proses penyusunan laporan Proyek Akhir sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Githa Nur Safitri sebagai pembimbing lapangan yang bersedia membantu kegiatan penelitian Proyek Akhir penulis, Bapak Diwi Nadi Alyan selaku perwakilan tim *marketing communication* yang bersedia menjadi responden dan narasumber pada penelitian Proyek Akhir penulis, seluruh pengelola Animalium BRIN Cibinong yang telah memberikan kesempatan untuk penulis melakukan penelitian di Animalium BRIN Cibinong, serta teman-teman PKL Animalium yang sudah memberikan dukungan kepada penulis selama penelitian.
5. Penulis juga ingin menyampaikan apresiasi setinggi-tingginya kepada sahabat-sahabat saya yaitu Gina, Aurel, Melani, dan Livia. Terima kasih yang tulus atas dukungan moral, motivasi, serta kesediaan kalian untuk mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Bantuan dan semangat yang kalian berikan menjadi energi positif yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman Ekowisata Angkatan 59 yang telah sama-sama berjuang dan memberi dukungan satu sama lain sehingga laporan ini terselesaikan dengan baik.

Bogor, Juni 2026

Radinda Karisa Hermawan



@Hak cipta milik IPB University

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.



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Kerangka Berpikir	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Strategi Pemasaran	5
2.2 Konten Marketing	5
2.3 <i>Brand Awareness</i>	6
2.4 Instagram	7
2.5 Konten Instagram	7
III KONDISI UMUM	9
3.1 Letak dan Luas	9
3.2 Sejarah Kawasan	9
3.3 Kondisi Fisik Kawasan	9
3.4 Kondisi Biotik Kawasan	10
3.5 Kondisi Sosial Masyarakat	10
3.6 Kondisi Kepariwisata	11
IV METODE PENELITIAN	13
4.1 Waktu dan Tempat	13
4.2 Alat dan Objek	13
4.3 Jenis Data	14
4.4 Metode Pengambilan Data	14
4.5 Metode Pemilihan Responden	15
4.6 Analisis Data	16
V HASIL DAN PEMBAHASAN	19
5.1 Strategi Yang Berlaku	19
5.2 Demografi, Minat, dan Perilaku Pengguna Instagram	20
5.3 Analisis SWOT	37
5.4 Rekomendasi Strategi	42
VI SIMPULAN DAN SARAN	48
6.1 Simpulan	49
6.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	57
RIWAYAT HIDUP	62

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.



DAFTAR TABEL

1	Alat dan objek	13
2	Data penelitian	14
3	Persentase Interval	17
4	Distribusi frekuensi jawaban pada interaksi dan loyalitas	26
5	Distribusi frekuensi jawaban pada topik konten	28
6	Distribusi frekuensi jawaban pada format dan gaya penyampaian	30
7	Distribusi frekuensi jawaban pada motivasi dan kesadaran	31
8	Distribusi frekuensi jawaban pada perilaku berinteraksi	33
9	Distribusi frekuensi jawaban pada perilaku mengakses Instagram	36
10	Distribusi frekuensi jawaban pada perilaku eksplorasi	37
11	Matriks IFAS pemasaran konten Instagram Animalium BRIN Cibinong	38
12	Matriks EFAS pemasaran konten Instagram Animalium BRIN Cibinong	39
13	Matriks Analisis SWOT pemasaran konten instagram Animalium BRIN Cibinong	41

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka Berpikir	4
2	Peta lokasi penelitian	13
3	Jenis kelamin responden	21
4	Asal responden	22
5	Usia responden	22
6	Pendidikan terakhir responden	23
7	Pekerjaan responden	24
8	Pendapatan responden	24
9	Minat pada interaksi dan loyalitas	25
10	Minat pada topik konten	27
11	Minat pada format dan gaya penyampaian	29
12	Minat pada motivasi dan kesadaran	30
13	Perilaku dalam berinteraksi di Instagram	32
14	Perilaku mengakses Instagram	34
15	Perilaku mengeksplor Instagram	36
16	Diagram Kartesius SWOT - Animalium BRIN Cibinong	41
17	Ilustrasi visual bab 1 pada buku SOP Playbook	44
18	Ilustrasi visual bab 2 pada buku SOP Playbook	44
19	Ilustrasi visual bab 3 pada buku SOP Playbook	45
20	Ilustrasi visual bab 4 pada buku SOP Playbook	46
21	Ilustrasi visual bab 5 pada buku SOP Playbook	47



DAFTAR LAMPIRAN

1	Bukti dokumentasi kegiatan	57
2	Hasil uji validitas	58
3	Hasil uji reliabilitas	61



@Hak cipta milik IPB University

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.