

AKTIVASI KAMPANYE DIGITAL INSTAGRAM GARUDA SYSTRAIN PROBETECH UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

ARYA RIZQI MUHARDILLAH



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
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 mengumunkan 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 akhir dengan judul “Aktivasi Kampanye Digital Instagram Garuda Probetech untuk Membangun *Brand Awareness*” 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 Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Arya Rizqi Muhardillah
J0401221258



RINGKASAN

ARYA RIZQI MUHARDILLAH. Aktivasi Kampanye Digital Instagram Garuda Systrain Probetech untuk Membangun *Brand Awareness* (*Digital Campaign Activation on Garuda Systrain Probetech's Instagram to Build Brand Awareness*). Dibimbing oleh ALFA TAUFAN LATIF dan FIKRY FACHRURRIZAL.

PT Garuda Systrain Probetech merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pemeriksaan dan pengujian (*riksa uji*) Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3). Sebagai perusahaan yang masih tergolong baru, aktivitas komunikasi digital melalui Instagram belum mampu merepresentasikan identitas merek secara optimal. Penyampaian pesan, identitas visual, serta jenis konten yang dipublikasikan masih belum konsisten sehingga diperlukan aktivasi kampanye digital yang mampu membangun *brand awareness* perusahaan secara lebih efektif.

Proyek akhir ini bertujuan mengaktivasi kampanye digital Instagram PT Garuda Systrain Probetech untuk membangun *brand awareness*. Pelaksanaan proyek menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Analisis kondisi awal dilakukan melalui observasi terhadap konten Instagram serta analisis SWOT sebagai dasar dalam mengidentifikasi kebutuhan aktivasi kampanye digital. Proses aktivasi mengacu pada konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang menekankan keterpaduan pesan, identitas visual, dan jenis konten dalam membangun komunikasi digital yang konsisten.

Hasil proyek menunjukkan bahwa aktivasi kampanye digital dilakukan melalui penyusunan *content pillar*, *content plan*, penerapan identitas visual, pengembangan pesan komunikasi, serta penyusunan berbagai jenis konten edukatif bertema *Probetech Safety Insight*. Konten yang dihasilkan memanfaatkan format *carousel* dan *reels* dengan fokus pada penyampaian informasi mengenai Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), layanan perusahaan, serta edukasi yang relevan dengan kebutuhan target audiens. Seluruh konten disusun berdasarkan *campaign guideline* sehingga memiliki konsistensi dalam penyampaian pesan dan identitas visual.

Pelaksanaan aktivasi kampanye digital menghasilkan luaran berupa konten kampanye Instagram, *Visual Guideline*, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), publikasi artikel ilmiah, serta dokumentasi kegiatan proyek. Aktivasi yang dilakukan diharapkan mampu mendukung peningkatan *brand awareness* PT Garuda Systrain Probetech melalui komunikasi digital yang lebih terarah, konsisten, dan sesuai dengan karakteristik perusahaan.

Kata kunci: Aktivasi Kampanye Digital, Instagram, *Brand Awareness*, *Integrated Marketing Communication*, Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3).



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 20XX¹
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.



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

Perpustakaan IPB University

AKTIVASI KAMPANYE DIGITAL INSTAGRAM GARUDA SYSTRAIN PROBETECH UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

ARYA RIZQI MUHARDILLAH

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



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

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dr. Leonard Dharmawan, S.P., M.Si.

Perpustakaan IPB University



Judul Laporan Akhir : Aktivasi Kampanye Digital Instagram Garuda Probetech
untuk Membangun *Brand Awareness*
Nama : Arya Rizqi Muhardillah
NIM : J0401221258

@Hak cipta milik IPB University

Pembimbing 1:
Alfa Taufan Latif, S.I.Kom., M.Sc.

Disetujui oleh

Pembimbing 2:
Fikry Fachrurrizal, M.A.

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001

Diketahui oleh

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607179920131003

Tanggal Ujian: 06 Juli 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.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan akhir ini dapat diselesaikan. Laporan akhir ini disusun berdasarkan kegiatan proyek yang dilaksanakan pada tahun 2026 dengan judul 'Aktivasi Kampanye Digital Instagram Garuda Systrain Probetech untuk Membangun *Brand Awareness*'.

Peneliti menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, motivasi, serta doa sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan mendukung penyelesaian karya ilmiah ini, yaitu kepada:

1. Penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri atas ketekunan, kesabaran, dan usaha yang telah diberikan dalam menghadapi setiap tantangan hingga laporan akhir ini dapat diselesaikan dengan baik
2. Ibu Lina Herlina dan Bapak Ade Muhardillah selaku orang tua yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, serta pengorbanan yang tiada henti, baik secara materiil maupun nonmateriil, selama penulis menempuh pendidikan hingga menyelesaikan laporan akhir ini.
3. Bapak Alfa Taufan Latif, S.I.Kom., M.Sc dan Fikry Fachrurrizal, MA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, saran, serta bimbingan yang sangat berarti selama proses penyusunan karya ilmiah ini.
4. Bapak Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media beserta seluruh dosen yang telah memberikan ilmu, wawasan, pengalaman, dan pembelajaran berharga selama penulis menjalani masa perkuliahan.
5. Bapak Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB University beserta seluruh dosen dan tenaga kependidikan Sekolah Vokasi IPB University yang telah memberikan dukungan, ilmu, pengalaman, serta fasilitas selama penulis menempuh pendidikan hingga penyusunan laporan akhir ini.
6. Raisha Maharani yang senantiasa hadir memberikan dukungan, semangat, perhatian, sekaligus menjadi rekan dalam pelaksanaan proyek akhir yang telah menemani proses proyek dan penyusunan laporan akhir ini.
7. Terakhir, penulis berterimakasih kepada Zidane, Garry, Bayu, Fadli, Fahri, Naufal, dan Astro yang telah menjadi teman seperjuangan serta memberikan bantuan, dukungan, dan kebersamaan yang berarti selama masa perkuliahan maupun proses penyusunan laporan akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Arya Rizqi Muhardillah



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Pemasaran Digital	5
2.2 Media Sosial Instagram	6
2.3 Kampanye Digital	7
2.4 <i>Brand Awareness</i>	8
2.5 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	9
2.6 Analisis SWOT	10
2.7 Proyek Terdahulu	11
III METODE	17
3.1 Lokasi dan Waktu Proyek Akhir	17
3.2 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	17
3.3 Subyek Proyek	18
3.4 Alat dan Bahan Proyek	18
3.5 Prosedur Kerja	19
3.6 Realisasi Anggaran Biaya	19
3.7 <i>Timeline</i> Proyek	20
3.8 Output Proyek	21
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Profil PT Garuda Systrain Probetech	23
4.2 Proses Aktivasi Kampanye Digital Instagram	26
4.3 Aktivasi Pesan, Visual, dan Jenis Konten Kampanye Digital Instagram	39
V SIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Simpulan	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

1	Perbandingan Proyek Sejenis	11
2	Realisasi Anggaran Biaya	20
3	Rincian Anggaran Biaya	20
4	Hasil observasi konten Instagram @probetech.id	28
5	Analisis Swot Konten Instagram Probetech	29
6	Analisis SO, WO dan ST, WT	31
7	Analisis Kebutuhan Kampanye Digital	33
8	Content Pillar Kampanye	34
9	<i>Checklist Quality Control</i> Konten	39

DAFTAR GAMBAR

1	Logo PT Garuda Systrain Probetech	23
2	Struktur Perusahaan PT Garuda Systrain Probetech	25
3	Tampilan <i>Feeds</i> Instagram @probetech.id Sebelum aktivasi kampanye digital	27
4	<i>Content Plan</i> Kampanye	38
5	Konten <i>Safety Insight</i>	41
6	Konten <i>Safety Icons</i>	42
7	Konten <i>Safety Tips</i>	42
8	Konten <i>Safety Tips</i>	43
9	Konten <i>Safety Regulation</i>	44
10	<i>Guideline Campaign</i> Probetech	45
11	<i>Color Guideline</i>	46
12	<i>Font</i> Helvetica & Gotham	47
13	<i>Slide Carousel Call to Action</i>	47
14	Konten Format <i>Carousel</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

1	HKI (Hak Kekayaan Intelektual)	58
2	Surat Rekognisi Karya Mahasiswa	60
3	Surat Perjanjian Kerja Sama	62
4	Dokumentasi Wawancara	64
5	<i>Letter Of Acceptance</i>	65
6	QR Instagram Probetech	66
7	QR <i>Guideline Campaign</i>	66