INFLUENCER MARKETING DALAM *BRAND STRATEGY DECISION* PADA *CAMPAIGN* HILO ACTIVE MENGGUNAKAN GOOGLE LOOKER STUDIO

ALSA MARSELA

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025

IPB University
Bogor Indonesia
@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.
IPB University
Perpustakaan IPB University

IPB University
Bogor Indonesia

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*Influencer Marketing* dalam *Brand Strategy Decision* pada *Campaign* HiLo Active Menggunakan Google Looker Studio" 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 skripsi ini.

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

Bogor, Juni 2025

Alsa Marsela
J0301211109

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
Perpustakaan IPB University

IPB University
Bogor Indonesia
@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.
IPB University
Perpustakaan IPB University

RINGKASAN

ALSA MARSELA. *Influencer Marketing* dalam *Brand Strategy Decision* pada *Campaign* HiLo Active Menggunakan Google Looker Studio. Dibimbing oleh HUDI SANTOSO.

Influencer marketing merupakan jasa seseorang yang berpengaruh di media sosial untuk mempromosikan sebuah produk atau jasa. *Brand* HiLo melalui *campaign* HiLo Active menerapkan kegiatan *influencer marketing* sebagai media promosi dalam meraih *awareness* pada *platform* TikTok. Kegiatan *influencer marketing* ini ditemukan celah bahwa belum ada laporan khusus mengenai *campaign* tersebut sehingga diperlukan cara dalam membuat laporannya untuk mendapatkan keputusan kerja sama selanjutnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-studi kasus dengan metode pengumpulan data melalui observasi, *indepth interview,* studi pustaka, dan audio visual digital. Tujuan utama dalam penelitian ini yaitu menganalisis dan mengintepretasikan data sehingga dapat digunakan dalam *brand strategy decision* menggunakan bantuan *tool* Google Looker Studio. Hasil penelitian menunjukkan *campaign* HiLo Active Protein Berry Fitshake bulan Februari 2025 dilakukan secara terstruktur. Sementara itu, data *output* dari *campaign* dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan pengambilan *brand strategy decision* selanjutnya. Data telah divisualisasikan melalui penggunaan *tool* Google Looker Studio sehingga membantu mendukung laporan data yang mudah dibaca.

Kata kunci: *Influencer, marketing, brand, strategy,* Google Looker Studio

SUMMARY

ALSA MARSELA. *Influencer Marketing in Brand Strategy Decision on HiLo Active Campaign Using Google Looker Studio*. *Supervised by* HUDI SANTOSO.

Influencer marketing the services of an influential person on social media to promote a product or service. Brand HiLo through the HiLo Active campaign implemented influencer marketing activities as a promotional medium in gaining awareness on the TikTok platform. This influencer marketing activity found a gap that there was no specific report on the campaign so that it needed a way to make a report to get the next cooperation decision. This research uses a qualitative-case study approach with data collection methods through observation, in-depth interviews, literature studies, and digital audio visuals. The main objective in this research is to analyze and interpret data so that it can be used in brand strategy decisions using the help of the Google Looker Studio tool. The results showed that the HiLo Active Protein Berry Fitshake campaign in February 2025 was carried out in a structured manner. Meanwhile, the output data from the campaign can be used as a basis for consideration of making the next brand strategy decision. The data has been visualized through the use of the Google Looker Studio tool, helping to support easy-to-read data reports.

Keywords: *Influencer, marketing, brand, strategy,* Google Looker Studio

Judul Skripsi : *Influencer Marketing* dalam *Brand Strategy Decision* pada *Campaign* HiLo Active Menggunakan Google Looker Studio
Nama : Alsa Marsela
NIM : J0301211109

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos, MP

Diketahui oleh

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

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992301003

Tanggal Ujian:
4 Juni 2025

Tanggal Lulus:

IPB University
Bogor Indonesia
@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.
IPB University
Perpustakaan IPB University

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan rahmat-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari sampai bulan Mei 2025 ini ialah dengan judul "*Influencer Marketing* dalam *Brand Strategy Decision* pada *Campaign* HiLo Active Menggunakan Google Looker Studio".

Terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh keluarga besar yang mendukung proses belajar penulis khususnya kedua orangtua tercinta dan adik tersayang yang memberikan dukungan baik materil dan moril. Skripsi ini merupakan bentuk perjuangan penulis sebagai tanggung jawab proses belajar yang dijalankan selama kurang lebih 16 tahun untuk meraih impian orangtua.

Terima kasih penulis sampaikan kepada dosen pembimbing, Dr. Hudi Santoso, S.Sos, MP yang telah membimbing dan memberikan banyak saran serta masukan terhadap penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dr. Abung Supama Wijaya, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen moderator seminar proposal yang telah membantu memberikan saran dan masukan untuk proses penelitian pada skripsi ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si selaku dosen penguji pada sidang akhir yang membantu memberikan saran, motivasi, dan masukan untuk kelengkapan dalam penulisan skripsi ini.

Di samping itu, penulis juga mengucapkan terima kasih atas kesempatan yang berharga kepada PT Nutrifood Indonesia khususnya Divisi Media dan Digital *Content*. Mas Meirza, Kak Peachy, Kak Ariel, Kak Isyraf, Kak Andri, Kak Panji, Kak Singgih, Kak Brandon, dan seluruh tim yang memberikan banyak pelajaran, masukan, dan saran yang membangun selama proses pengumpulan data untuk skripsi ini.

Terima kasih kepada #BimbinganPakKaprodi yaitu 21 orang teman seperjuangan, Adela, Naura, Vania, Rifa, Aufa, Zifa, Afifah, Fitri, Amira, Dyla, Diva, Azmy, Gita, dan teman-teman lainnya serta Kak Kya (KMN 57) atas dukungan, semangat, dan motivasi yang dijalankan selama bimbingan pagi, siang, sore, dan malam hari.

Terima kasih juga kepada teman-teman yang masih membersamai penulis sampai hari ini, Evelyn, Shafa, Farul, Ega, Fiskiyya, Finno, #DENAYARadio, Medical Team Gen 15, Syaran—selaku teman magang selama belajar di Nutrifood, dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada sahabat yang menemani sejak bangku sekolah yaitu Annisa, Nabila, Phry, Diva, Adisty, Asti, dan lainnya. Juga sahabat-sahabat lainnya yang namanya tidak dapat ditulis satu per satu namun tidak mengurangi rasa syukur atas dukungan moril sejak awal semester penulis belajar di kampus ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

Alsa Marsela

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

IPB University
Bogor Indonesia
@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.
IPB University
Perpustakaan IPB University

DAFTAR ISI

PRAKATA		viii
DAFTAR TABEL		x
DAFTAR GAMBAR		x
DAFTAR LAMPIRAN		x
I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Rumusan Masalah	4
	1.3 Tujuan	4
	1.4 Manfaat	5
	1.5 Ruang Lingkup	5
II	TINJAUAN PUSTAKA	6
	2.1 Kerangka Konseptual	6
	2.2 Kajian Terdahulu	17
	2.3 Kerangka Pemikiran	23
III	METODE	25
	3.1 Jenis Penelitian	25
	3.2 Lokasi dan Waktu	25
	3.3 Data dan Instrumen	25
	3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
	3.5 Teknik Analisis Data	27
	3.6 Keabsahan Data	28
	3.7 Subyek Penelitian	29
IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	30
	4.1 Gambaran Umum *Brand* HiLo	30
	4.2 *Influencer Marketing* pada *Campaign* HiLo Active	31
	4.3 *Brand Strategy Decision* pada *Campaign* HiLo Active Menggunakan Google Looker Studio	45
	4.4 Penerapan Teori Model Tears dalam Kriteria Pemilihan *Influencer Marketing*	58
V	SIMPULAN DAN SARAN	60
	5.1 Simpulan	60
	5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN		66
RIWAYAT HIDUP		71

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Lima komponen karakteristik *influencer* dalam model TEARS 14
Tabel 2 Studi literatur tentang *influencer marketing* 17
Tabel 3 Studi literatur tentang *brand strategy decision* 20
Tabel 4 Daftar informan wawancara 26
Tabel 5 Jumlah pengikut *influencer* HiLo Active Protein Berry Fitshake 33
Tabel 6 Kriteria *influencer* HiLo Active Protein Berry Fitshake 40
Tabel 7 Analisis kreatif terhadap *output* konten 43
Tabel 8 Data *engagement output campaign* 50
Tabel 9 Data rekomendasi *influencer* berdasarkan hasil perhitungan 51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Media sosial *favorite* 2025 1
Gambar 2 Persebaran pasar *whey* protein secara global 2021 3
Gambar 3 Contoh *layout* sebelum menggunakan Google Looker Studio 16
Gambar 4 Contoh *layout* sesudah menggunakan Google Looker Studio 16
Gambar 5 Kerangka pemikiran 24
Gambar 6 Logo *Brand* HiLo 30
Gambar 7 Struktur Divisi Media dan Digital *Content* 31
Gambar 8 *Packaging* produk HiLo Protein Berry Fitshake 32
Gambar 9 Cara penggunaan Google Looker Studio 53
Gambar 10 Cara penggunaan Google Looker Studio 53
Gambar 11 Cara penggunaan Google Looker Studio 54
Gambar 12 Visualisasi data rata-rata *engagement rate* 55
Gambar 13 Visualisasi data kesamaan video sejenis 56
Gambar 14 Visualisasi data berdasarkan *views* 56
Gambar 15 Visualisasi hasil ER dan *views k*onten 57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar pertanyaan 66
Lampiran 2 Dokumentasi *indepth interview* informan 1 68
Lampiran 3 Dokumentasi *indepth interview* informan 2 68
Lampiran 4 Dokumentasi *indepth interview* informan 3 69
Lampiran 5 Dokumentasi *indepth interview* informan 4 69
Lampiran 6 Dokumentasi *indepth interview* informan 5 70
Lampiran 7 Dokumentasi *indepth interview* informan 6 70

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